

NIKOLAI N. PODOSOKORSKY

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Sankt-Peterburgskaya, 41, 173021, Veliky Novgorod, Russia,
ResearcherID: AAC-6485-2021
ORCID: 0000-0001-6310-1579
e-mail: n.podosokorskiy@gmail.com

For citation

Podosokorsky N.N. (2022). Soft Power of TikTok: The Social Network That Conquered the World. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 18 (2), 117–146. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2022-18.2-117-146>, EDN: MPYDQT

Soft Power of TikTok: The Social Network That Conquered the World*

Abstract. This article discusses the rise of TikTok, a relatively young but extremely popular Chinese social network for sharing short-form original videos (mostly entertaining). By the end of 2021, TikTok had surpassed the American search engine Google as the most visited website on the Internet. With its billion unique visitors each month, it is the only top 10 website whose parent company (ByteDance) is located outside the U.S.

In the article, I analyze the specifics of TikTok's presence in the Russian segment of the Internet, its gradual politicization, and the problems the platform has faced over the last two years. In 2021, TikTok surpassed VKontakte, the most popular social network in Russia, in terms of time spent using the app. And, although the service had some friction with the Russian authorities, there is still no full-fledged replacement for it. So far, Yappy—the Russian analog for TikTok—does not look like its serious competitor at all.

The article covers what concerns the authorities of other countries have about this social network, and how TikTok in general affects Internet culture. I look into the values propagated by TikTok among young people. In the conclusion, I put forward a hypothesis, which requires further study, that TikTok is now a super effective world-scale soft power tool of the People's Republic of China.

Keywords: TikTok, new media, blogging, China, PRC, social networks, video platforms, vloggers, TikTokers, censorship, Danya Milokhin, media manipulation

УДК 004.77 + 070 + 008

Статья получена 09.01.2021, отредактирована 30.05.2022, принята 27.06.2022

НИКОЛАЙ НИКОЛАЕВИЧ ПОДОСОКОРСКИЙ

Новгородский государственный
университет имени Ярослава Мудрого,
173021 г. Великий Новгород, Россия,
ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41,
ResearcherID: AAC-6485-2021
ORCID: 0000-0001-6310-1579
e-mail: n.podosokorskiy@gmail.com

Для цитирования:

Подосокорский Н.Н. Мягкая сила ТикТока: соцсеть, которая покорила мир // Наука телевидения 2022. 18 (2). С. 117–146. DOI: <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2022-18.2-117-146>. EDN: МРҮДQТ.

Мягкая сила ТикТока: соцсеть, которая покорила мир

Аннотация. В статье рассматривается возвышение популярной социальной сети китайского происхождения ТикТок. Эта относительно молодая соцсеть, позволяющая пользователям делиться небольшими авторскими видео (в основном развлекательного характера), к концу 2021 года обогнала по посещаемости американский поисковик Google и стала самым посещаемым сайтом в Интернете. Ежемесячно ТикТок набирает миллиард уникальных посетителей, являясь при этом единственным сайтом топ-10, чья материнская компания (ByteDance) находится не в США.

Анализируются специфика присутствия ТикТока в российском сегменте Интернета, постепенная политизация ресурса и то, с какими проблемами сервис столкнулся в последние два года. Важно, что в 2021 году ТикТок обошел популярнейшую в Россию соцсеть ВКонтакте по времени пользования сервисом. И, хотя у сервиса возникли определенные трения с российскими властями, никакой полноценной замены ему так и не появилось: отечественное приложение Yarru серьезным конкурентом ТикТока пока что не выглядит

Рассказано, какие претензии к этой соцсети предъявляют власти других стран, и как ТикТок в целом влияет на интернет-культуру. Предпринимается попытка понять ценности, распространяемые ТикТоком среди молодежи. В заключении выдвигается гипотеза, требующая дальнейшего изучения, о том, что ТикТок сегодня является суперэффективным инструментом «мягкой силы» Китайской народной республики в мире.

Ключевые слова: ТикТок, новые медиа, блогинг, Китай, КНР, соцсети, видеоплатформы, влогеры, тик-токеры, цензура, Даня Милохин, медиаманипулирование

INTRODUCTION

TikTok, owned by the Chinese company ByteDance, is a relatively young social network: it was released in China in 2016, and its international version was launched in 2018. TikTok's meteoric rise in the global Internet entertainment industry allows once again to look at modern video platforms as a symbiosis of new media, a digital place to live, and at the same time instruments of cultural influence.

Here is how Matthew Brennan, in his book *Attention Factory: The Story of TikTok and China's ByteDance*, summarized the rise of the service: "TikTok's success was due to the replication of the practices used for its Chinese sister Douyin—its technology, its product experience, and its promotion schemes. And Douyin's success, in turn, was based on the recommendation system, experience and cash reserves of the news aggregator Toutiao—an app with the name known even to a child in China. Last but not least, Toutiao's success was a product of the foresight and determination of ByteDance founder Zhang Yiming. In 2011, Yiming, who by then had a considerable experience as an entrepreneur, intuitively sensed that smartphones would radically change how we perceive information and interact with it. No one knew it for sure back then, but the seed of the idea, planted in the very foundation of the company, bore fruit in the form of TikTok's worldwide success" (Brennan, 2021, p. 32).

Initially, the service was perceived as purely entertaining and intended for young people, but with the explosive growth of the audience, it became a platform for everyone and everything. Other social networks went through a similar evolution before, including VKontakte¹, which for a very long time was seen as a service for schoolchildren and students. Among the advantages of TikTok

¹ VKontakte, or VK, is a Russian social networking service; it can be translated from Russian as "InContact".

one usually distinguishes entertaining content, a simple interface, the ability to make money, a large number of celebrities among users, and so on. Among the disadvantages—a minimum of tools for communication. TikTok is proud of its “self-learning personalized recommendation algorithm” which makes one watch videos for hours.² This algorithm is designed to provide users with personalized content that they find significant and interesting without the need for any additional search (Alekhin, 2021).³

Today, TikTok is one of the leading new media. In April, Time magazine listed it among the 100 most influential companies in the world. At the end of 2021, the Chinese TikTok overtook the US search engine Google in traffic and became the most visited platform on the Internet; only a year before (at the end of 2020), it ranked seventh.⁴ For over a year now, TikTok records one billion unique visitors each month, while remaining the only site in the top 10 whose parent company (ByteDance) is located outside the United States. The trend for extending the platform functionality is also remarkable: in 2021, the news passed about TikTok's negotiations to enter the VR market, about launching food delivery in the U.S., and so on. These are proofs that this digital ecosystem is highly adaptable to the needs of modern society.

According to Mediascope⁵, as of February this year, Russian users spend an average of 81 minutes a day in TikTok, and 68 minutes in TikTok Lite, available only on Android. Forty-three percent of TikTok users are between the ages of 25 and 44. In this article, I will examine TikTok as a tool of soft power and expansion of China's influence (the term “influence” should not be perceived as exclusively negative) in the world in general and in Russia in particular.

¹ VKontakte, or VK, is a Russian social networking service; it can be translated from Russian as “InContact”.

² Ermakov, D., & Yakusheva, T. (2020, July 5). Zachem vashemu biznesu TikTok i kak ego ispol'zovat' [Why your business needs TikTok and how to use it]. *Inc*. Retrieved December 24, 2021, from <https://incussia.ru/understand/zachem-tiktok/>

³ Jana Feldkamp, referring to Hutchison, describes the principle of the platform, which, according to the researchers, involves a hyper-personalized algorithm based on artificial intelligence. The algorithm suggests users certain videos that correlate with their preferences, which are selected based on previously viewed (including and above all repeatedly viewed) videos, likes, comments, reposts, etc., see: Feldkamp, 2021, p. 79; also see: Hutchinson, A. (2020, June 18). How TikTok's algorithm works—as explained by TikTok. *Socialmediatoday*. Retrieved June 15, 2022, from <https://www.socialmediatoday.com/news/how-tiktoks-algorithm-works-as-explained-by-tiktok/580153/>

⁴ Smirnov, S. (2021, December 23). TikTok obognal Google po poseshchaemosti v 2021 godu [TikTok overtook Google in terms of traffic in 2021]. *The Bell*. Retrieved December 24, 2021, from <https://thebell.io/tiktok-obognal-google-po-poseshchaemosti-v-2021-godu-1lkg6>

For TikTok's performance indicators in 2020, see: Guarda et al., p. 39.

⁵ A Russian media research and advertising monitoring company.

TIKTOK IN RUSSIA

In 2021, TikTok surpassed VKontakte in terms of time spent using the service. During the week of April 4–10, 2021, all VKontakte users spent 11.08 billion minutes on the mobile app, while TikTok users—13.93 billion minutes.⁶ In June 2021, Russian Public Opinion Research Center, or VTsIOM, conducted a survey of the most popular social networks in Russia. According to the results, TikTok took the fifth place (17%) behind only VKontakte (48%), Instagram* (39%), YouTube (34%) and Odnoklassniki⁷ (32%),⁸ and ahead of Facebook,** Telegram and Twitter.*** A study by MegaFon⁹ ranked TikTok third in Russia in terms of mobile traffic among social networks in 2021. Over the past year, its traffic has more than doubled.¹⁰

The most popular Russian TikTokers, Dina Saeva (21) and Danya Milokhin (20), have a huge audience of 24 and 16 million subscribers, respectively. In August, 2021, Forbes ranked Milokhin fourth among the richest Russian bloggers with an income of about \$1.5 million.¹¹

In June 2021, Milokhin, who has no education other than a regular high school diploma, became one of the key speakers and faces of Sber¹² the 24th St. Petersburg International Economic Forum (SPIEF 2021). Anton Bulanov, an expert at the Competence Development Centre for Marketing of the Higher School of Economics, explained it as follows:

Not only this major company uses a dainty personal brand. Wherever possible, its social and cultural (or anti-cultural) shell is monetized. For instance, Morgenstern's¹³ shell is always a scandal. And so is, apparently, Manizha's.¹⁴ Danya Milokhin's shell is predictable sympathy for a boy

⁶ SkillFactory. *Auditoriya sotsial'nykh setey i messendzherov v 2021 godu* [The audience of social networks and instant messengers in 2021]. Retrieved December 24, 2021, from <https://blog.skillfactory.ru/auditoriya-sotsialnyh-setej-i-messendzherov-v-2021-godu/>

⁷ Russian: "Classmates", another Russian social network owned by VK.

⁸ RBC. (2021, July 6). *Opros VTsIOM pokazal samye populyarnye sotsseti v Rossii* [VTsIOM poll showed the most popular social networks in Russia]. Retrieved December 24, 2021, from <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/60e3bd819a79476c5b785733>

⁹ A Russian mobile phone and telecom operator.

¹⁰ Zhurnalst. (2021, December 9). *TikTok voshel v top-3 lyubimykh rossiyanami sotssetey* [TikTok entered the top 3 social networks favorite by Russians]. Retrieved December 24, 2021, from <https://jrnlst.ru/tiktok-voshel-v-top-3-lyubimykh-rossiyanami-socsetey>

¹¹ Forbes. (2021, August 23). *Samye bogatye rossiyskie blogery v reytinge Forbes* [The richest Russian bloggers in the Forbes ranking]. Retrieved December 24, 2021, from <https://www.forbes.ru/obshchestvo-photogallery/436383-samyebogatye-rossiyskie-blogery-v-reytinge-forbes>

¹² Before 2015—Sberbank, the largest Russian state-owned banking and financial services company

¹³ Alisher Morgenshtern, a Russian rapper, record producer, and songwriter.

¹⁴ Manizha Sangin, a Tajikistani pop singer.

from an orphanage who has achieved something on his own. (...) And it was someone's, perhaps somewhat cynical, professional task—to evoke this emotion. Because if you have an emotion, then it is in the focus of your attention.¹⁵

However, the apolitical Milokhin, although still one of the most successful and recognizable TikTokers in Russia, does not at all represent the entire Russian-speaking segment of this social network, which already has over 36 million Runet users.¹⁶ He merely serves as an example of the fact that with TikTok anyone can start from nothing and become famous and relatively rich. At the very beginning of 2021, it turned out that TikTok “suddenly” became almost the main network platform for communication of participants in the uncoordinated street protests on January 23, although the social network started to be politicized back in the previous year (Burda, & Poroshina, 2021, p. 26).

Roskomnadzor¹⁷ then demanded that TikTok remove the videos with unacceptable opposition content and threatened it with a fine of up to 4 million rubles. In a number of federal media, the work of the TikTok algorithm was assessed as an underhanded method of “puppeteers” who “pull strings” and “manipulate” Russian children.¹⁸ According to Bloomberg, in the spring of 2021, there was a discussion between the Russian and Chinese authorities over oppositional videos by Russian TikTokers. Within a short time, the social network tightened censorship among its Russian users.¹⁹ According to some Russian political scientists, it is even possible to talk about causal links between the use of TikTok and protest behavior (Poretskova, & Savin, 2021, p. 91).

¹⁵ Yakovleva, E. (2021, June 8). Tiktoker Danya Milokhin stal odnim iz lits SBERa na PMEF-2021 [TikToker Danya Milokhin became one of the faces of SBER at SPIEF 2021]. *Rossiyskaya Gazeta*. Retrieved December 24, 2021, from <https://rg.ru/2021/06/08/tiktoker-dania-milohin-stal-odnim-iz-licsbera-na-pmef-2021.html>

¹⁶ See: SkillFactory. *Auditoriya sotsial'nykh setey i messendzherov v 2021 godu* [The audience of social networks and instant messengers in 2021]. Retrieved December 24, 2021, from <https://blog.skillfactory.ru/auditoriya-soczialnyh-setey-i-messendzherov-v-2021-godu/>

¹⁷ Official name—the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media. The agency is responsible for monitoring, controlling and censoring Russian mass media.

¹⁸ T.J. (2021, January 21). *Tiktok pered aktsiyami 23 yanvarya stal glavnoy protestnoy sotsset'yu, i srazu zhe—vragom nomer odin v Rossii* [Before the actions on January 23, Tiktok became the main protest social network, and immediately—the number one enemy in Russia]. Retrieved December 24, 2021, from <https://tjournal.ru/internet/326938-tiktok-pered-aktsiyami-23-yanvarya-stal-glavnoy-protestnoy-soc>

¹⁹ Rosbalt. (2021, April 30). *Bloomberg: TikTok nachal tsenzurovat' videoroliki s kritikoy rossiyskikh vlastey* [Bloomberg: TikTok began to censor videos criticizing the Russian authorities]. Retrieved December 24, 2021, from <https://www.rosbalt.ru/world/2021/04/30/1900080.html>. Rosbalt is included by the Ministry of Justice of the Russian Federation in the register of mass media acting as a foreign agent.

In July 2021, the Safe Internet League, headed by Ekaterina Mizulina—daughter of Senator Yelena Mizulina, appealed to Roskomnadzor to slow down TikTok in Russia (several months before that, Twitter*** was subjected to a similar “slowdown”). TikTok was reproached for having “almost no moderation of forbidden content.” The League attached to its letter over a thousand links to information that is forbidden to be circulated in Russia.²⁰ As a result, by October 2021, Russia took the fourth place in the world in terms of the number of videos removed from TikTok for violations of national laws. From April to June 2021, almost 4.76 million videos were deleted in the Russian segment of TikTok. The United States leads in the number of deleted videos (11.4 million). Brazil comes second (7.49 million), and Pakistan is third (9.85).²¹ It is important to note that all these countries greatly outnumber Russia in population, which may explain their higher positions in this anti-rating.

A new surge of protest political activity by Russian TikTok users was recorded in connection with the September elections to the 8th State Duma. Notably, according to some estimates, more than half of the protest publications on TikTok were characterized by “the presence of direct instructions to act” (Parma, Davydova, & Kashchenko, 2021, p. 27).

As a counterbalance to the foreign social network gaining popularity, in November 2021, Gazprom-Media holding launched a Russian analogue of TikTok—Yappy, a social network with short vertical videos, aimed mainly at bloggers under 35 years old. Yappy was based on the Yamolodets app, which Gazprom-Media acquired in December 2020. As of the end of 2021, the app had over a million downloads, but its prospects for reaching the global audience are very vague.

At the same time, this has had no effect on the growth of the original TikTok’s popularity in Russia. It is revealing that in mid-December 2021, Dmitry Peskov, press secretary for Russian President, was asked whether Vladimir Putin had seen at least one video from this social network.²² Although Peskov’s answer was negative, the very fact of such a discussion at the highest level only underscored the extent of this media’s influence in Runet. Another sign of TikTok’s skyrocketing

²⁰ Smirnov, S. (2021, July 1). Liga bezopasnogo interneta Mizulinoy predlozhila Roskomnadzoru podumat' o zamedlenii TikTok [Mizulina’s Safe Internet League invited Roskomnadzor to think about slowing down TikTok]. *The Bell*. Retrieved December 24, 2021, from <https://thebell.io/liga-bezopasnogo-interneta-mizulinoy-predlozhila-roskomnadzoru-podumat-o-zamedlenii-tiktok>

²¹ Tairov, R. (2021, October 15). Rossiya zanyala chetvertoe mesto po chislu udalennykh iz TikTok za narusheniya video [Russia ranked fourth in the number of videos removed from TikTok for violations]. *Forbes*. Retrieved December 24, 2021, from <https://www.forbes.ru/tehnologii/443019-rossiya-zanala-chetvertoe-mesto-po-cislu-udalennykh-iz-tiktok-za-naruseniya-video>

²² Lenta.Ru, (2021, December 17). *Peskov otvetil na vopros o prosmotre Putinyim TikTok* [Peskov answered the question whether Putin has ever viewed TikTok]. Retrieved December 24, 2021, from <https://lenta.ru/news/2021/12/17/putintiktok/>

influence was the increase in the presence of a variety of media, from entertainment to social and political (Beynenson, 2021).

In early March 2022, TikTok was forced to prohibit Russian users from uploading new videos and streaming due to the new “fake news” law. The law had been adopted shortly after the Russian Armed Forces launched a special war operation in Ukraine. This decision was made because the Russian authorities demanded to “remove military content from recommendations for minors” because it was, in most cases, “clearly anti-Russian in nature”. Although many users quickly learned how to circumvent these restrictions, the ban severely affected bloggers’ revenues and prompted criticism of Roskomnadzor’s actions.²³

CONFRONTMENT WITH TIKTOK IN OTHER COUNTRIES

Russian authorities are by no means alone in trying to limit the influence of the Chinese social network on its citizens. In August 2020, U.S. President Donald Trump signed a number of orders banning U.S. citizens from “doing business” with the Chinese-owned short-video app TikTok and messaging service WeChat. Formally, these restrictions were related to collecting huge amounts of user data (from their location and online activity to browsing history and search queries) by both applications. In addition, the Chinese services were suspected of working closely with Chinese intelligence services, which entailed “unacceptable risks to U.S. national security”.

The current U.S. President Joe Biden cancelled Trump’s decisions as unnecessarily confrontational, but did not put an end to the very story of competition between American and Chinese social networks. Suspicion of TikTok in the West has not disappeared.

In June 2020, India banned TikTok and 58 other Chinese apps. According to the Indian Ministry of Information Technology, the apps were “prejudicial to sovereignty and integrity of India, ... security of state and public order”.

²³ Demidkina, K. (2022, March 10). Podrostki bez igrushki: K chemu privedet ogranichenie raboty TikTok v Rossii [Teenagers without a toy: What will the restriction of TikTok in Russia lead to]. *Forbes*. Retrieved March 11, 2022, from <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/458439-podrostki-bez-igruski-k-cemu-privedet-ogranichenie-raboty-tiktok-v-rossii>

²⁴ Dadashova, K. (2021, September 16). Irlandiya nachala rassledovanie protiv TikTok na predmet peredachi lichnykh dannykh v Kitay [Ireland probes TikTok’s data transfers to China]. *The Bell*. Retrieved December 24, 2021, from <https://thebell.io/irlandiya-nachala-rassledovanie-protiv-tiktok-na-predmet-peredachi-lichnyh-dannyh-v-kitaj>

In September 2021, an investigation against TikTok for transferring personal data to China was launched in Ireland. Earlier, a multibillion-pound lawsuit against TikTok for illegally collecting personal data was filed in the U.K.²⁴ In early December, the TikTok festival was cancelled in Uzbekistan out of concern that it could have “a negative influence on the consciousness and outlook of [Uzbek] youth from a spiritual point of view”.²⁵

INCREASED CENSORSHIP ON SOCIAL MEDIA: THE CHINESE FACTOR

All of the above restrictions can be seen in the framework of the so-called doctrine of cyber-sovereignty, of which communist China is one of the world’s major proponents. As James Griffiths notes:

The doctrine of cyber-sovereignty, which also emerged during the 2010s, not only serves to legitimise China’s actions to a domestic audience and put a sheen of political theory on self-interested censorship, but also to expound Chinese-style internet governance overseas, reducing threats to the Great Firewall and preventing criticism or official international censure. (Griffiths, 2022, p. 287).

It is no coincidence that Russia is increasingly talking about focusing on the Chinese way of Internet regulation, although total copying of Chinese methods is impossible for various reasons. According to Griffiths, the growing state control over the Internet and social networks in Russia in recent years became possible only with the active support of China (Griffiths, 2022, p. 310).

It is important to understand that not only authoritarian regimes, but also formally democratic states have a vested interest in the ideological censorship of content and Internet communications of its citizens. A momentous event in this regard was the release in January 2020 of Jeff Orlowski’s documentary *The Social Dilemma*. In it, former employees of the IT giants described how skillfully and subtly social networks can manipulate their users. Only a year later, in January 2021, Facebook** and Twitter***—the largest Western social networks—demon-

²⁵ Novaya Gazeta. (2021, December 6). “Otritsatel’noe vliyaniye na soznanie molodezhi”: Vlasti Uzbekistana otmenili TikTok-festival’ s uchastiem Dani Milokhina [“Negative influence on the minds of young people”: Uzbekistan authorities cancel the TikTok festival with the participation of Danya Milokhin]. Retrieved December 24, 2021, from <https://novayagazeta.ru/articles/2021/12/06/otritsatelnoe-vliianiia-na-soznanie-molodezhi-vlasti-uzbekistana-otmenili-tiktok-festival-s-uchastiem-dani-milokhina-news>

strated their power and political bias by blocking the accounts of the incumbent (!) President Donald Trump without proper justification.

It was in the period of 2020–2021 that censorship in social networks increased significantly all over the world. This process was greatly facilitated by the coronavirus pandemic (anti-COVID measures in almost all countries were associated with the infringement of various human rights and freedoms to the advantage of the authorities). Obviously, this relates not only to arbitrary blocking of opinion leaders' accounts, but also to manipulations on which content to show to users. In her interview with *Colta*,²⁶ journalist Irina Borogan said:

I think no one knows how these [social networking] algorithms work, because this is a secret that commercial companies keep from everyone. We don't know right now why we see one post and not another. Why algorithms block this and not block that. These are all tools to manipulate public consciousness, and we need to understand how they work. There have long been suggestions that we should pass laws and thus legally require social networks to present these algorithms to the public. And, of course, we must make sure that these algorithms do not censor everything and anything.

Borogan accentuates how the space for free speech on the Internet has narrowed due to the excessive attention of social networks to “fakes” and potentially “offensive” statements:

In the mass media era, things were simpler. If you thought that an article or TV show was untrue or somehow discredited your business reputation, you went to court. The court examined the case and rendered a verdict. If you were right, the media had to publish a retraction. But back then people knew that there had to be serious grounds for a trial. Your reputation had to be really affected, there had to be slander... People did not go to court because someone had used some characteristic that was not very pleasant for them. Of course, we get offended in personal communication every day, and we make friends and acquaintances, break up with them, and we form a circle of communication based on that. But what do we do with these offenses on social media? This is something new that the culture is dealing with. And how to respond to it is not entirely clear. So just in case, all emotionally colored words are

²⁶ Kurenov, D. (2021, October 28). Irina Borogan: “My uzhe zhivem v antiutopii” [Irina Borogan: “We are already living in a dystopia”]. *Colta*. Retrieved December 24, 2021, from <https://www.colta.ru/articles/society/28692-denis-kurenov-intervyu-irina-borogan-kniga-red-web-the-struggle-between-russia-s-digital-dictators-and-the-new-online-revolutionaries-tsifrovye-platformy-tsenzura>

banned. Soon we'll be communicating like in the manual for the coffee machine—we will develop a special neutral language and try to convey the meanings in the most direct way possible.

It is hard to ignore that such hypersensitivity has a positive side. For a long time, the key element of the information society and the era of the so-called post-truth was that everyone could say what they wanted. But our words do not have the same power anymore and simply get lost in a maze of contradictory statements. Strengthening control over “wrong” statements on social media (whether criticizing authoritarian regimes, support for “unworthy” politicians like Trump, rejection of BLM, radical Islam, special preferences for LGBT people, or opposition to compulsory vaccination against COVID) indicates only one thing: the price of a publicly broadcast opinion which does not fit the prevailing discourse has increased dramatically again.

VALUES BROADCAST BY TIKTOK

The very name of the social platform TikTok reminds of the same-name character from the famous *Oz* series by Lyman Frank Baum (1856–1919). Baum's Tik-Tok is a “patent double-action, extra-responsive, thought-creating, perfect-talking mechanical man fitted with our special clockwork attachment. Thinks, speaks, acts, and does everything but live” (Baum, 2000, p. 46). A number of literary scholars view him as a robot prototype. In appearance, Tik-Tok is a small round copper mechanism stylized as a medieval knight and charged by the winding springs. The “Directions for using” that come with him says: “For thinking—wind the Clockwork Man under his left arm, (marked No. 1). For speaking—wind the Clockwork Man under his right arm, (marked No. 2). For walking and action—wind Clockwork Man in the middle of his back, (marked No. 3)” (Baum, 2000, p. 46). When his springs wind down, he begins to utter incomprehensible gibberish, with only his teeth moving. Baum conveys the manner of Tik-Tok's speech as jerky and monotonous: “Pick-me-up! Pick-me-up! ... Ma-ny thanks!” (Baum, 2000, p. 48).

It might seem as if the developers of TikTok (the non-Chinese version of Douyin) were partly inspired by this fictional character, trying to turn people into manipulable mechanisms, bright, mobile, loud, dramatic on the outside, but at the same time primitive, infantile, and intellectually helpless. Noteworthy is that the name of the original social network—Douyin—means “trembling, vibrating sound” (Chudinov, 2021, p. 19), which also recalls the jerky speech of Baum's Tik-Tok.

The new video service affected children so remarkably that last September, ByteDance was forced to limit the app usage time to 40 minutes per day for kids under 14 in China. The company also announced the launch of a number of resources designed to help users who struggle with mental health issues. The most common accusation against TikTok is that it makes teenagers “want to escape from reality” (Arsentieva, & Morozova, 2021, p. 79).

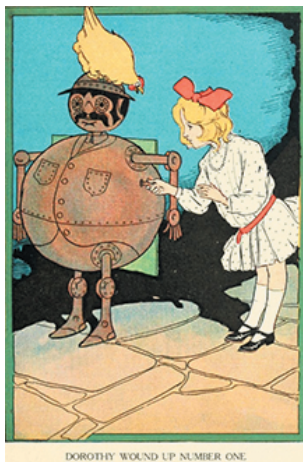


Fig. 1. John Rea Neill (1877–1943). Tik-Tok. Illustration for the first edition of Lyman Frank Baum's *Ozma of Oz*, 1907, p. 57.²⁷

The new video service affected children so remarkably that last September, ByteDance was forced to limit the app usage time to 40 minutes per day for kids under 14 in China. The company also announced the launch of a number of resources designed to help users who struggle with mental health issues. The most common accusation against TikTok is that it makes teenagers “want to escape from reality” (Arsentieva, & Morozova, 2021, p. 79).

On the other hand, Sergey Chudinov speaks about TikTok solely with rapture. “The TikTok (Douyin) developers indicated from the very start that their users are the main gods and owners of the content, and their opinion is decisive when it comes to creativity and innovative products. At the same time, everything should look as professional as possible, as if the footage was edited by a professional” (Chudinov, 2021, p. 21). Nevertheless, it seems that the picture is not so rosy, and journalist Darya Larina’s assessment might be much closer to the reality:

²⁷ See the image source: <https://archive.org/details/ozmaofozrecordof00baum/page/56/mode/2up?view=theater>

As for the content, it is peculiar and unlikely to be immediately understandable to an outsider. You can find videos on any subject matter, from cute animals to singing lessons. However, prevailing is mediocre content: trivial dances, challenges and parodies. A separate category is videos where TikTokers exhibit their bodily advantages or material well-being. Quite expectedly, such content negatively affects young people's self-esteem, and, unfortunately, this is only the beginning of TikTok's problems.²⁸

Undoubtedly, TikTok has a strong influence on the adult audience, too. In the pursuit of subscribers and likes, grown-ups reproduce adolescent, infantile behavior, albeit for their own PR and business purposes. Blogging on this platform makes everyone feel like a character in a commercial or music video aimed at transmitting and stirring up emotions and desires in everyone else.

CONCLUSION

The period when social networks were perceived as independent platforms with equal opportunities for all users came to an end when their audience reached hundreds of millions of people. It became clear that the authorities of large countries would not tolerate the existence of online social management systems beyond their control. Fundamental is the fact that, with a gigantic array of materials uploaded to social networks, it is possible to control the attention and behavior of users with subtle adjustments, highlighting certain content. For example, during the COVID pandemic, social network administrators reduced the display of posts by anti-vaxxers and, conversely, promoted materials from supporters of universal vaccination in every possible way. Such concern for users is explainable by the emergency epidemic situation. But it also showed that social networks are not neutral in themselves: they actively manage the display of "proper" content without entrusting people to choose it for themselves.

There is no doubt that such methods of filtering formally unrestricted content can be extended to other areas, including the political sphere. It is no coincidence that the Russian authorities took control of the country's major social network, VKontakte, about ten years ago, and the U.S. authorities in recent years have noticeably increased pressure on Facebook** and the entire Big Tech. In totalitarian China, control over anything that can affect its society from the inside

²⁸ Larina, D. (2020, June 5). Tik Tok, zabavnyy i nebezobidnyy [Tik Tok, funny and not harmless]. *Expert*. Retrieved December 24, 2021, from <https://expert.ru/2020/06/5/TikTok-sotsialnaya-set-ili-informatsionnoe-oruzhie/>

is even tougher. It would be odd for a country where the entire Internet structure was originally created to work autonomously, with built-in elements of censorship, to let the emergence of a completely independent social network. It would be even odder to think that, after such a platform became popular abroad, this country would not try to use this fact to its advantage.

Apparently, the peak of TikTok's popularity worldwide has not yet been passed. Under Xi Jinping, who has become the country's ruler for life, China has begun to significantly increase its influence abroad through soft power tools, and the media play a special role in this process. China's actions in the traditional foreign media are sometimes still inapt,²⁹ while national media products that have gained worldwide popularity provide a means to do so in a much more subtle, sophisticated and unobtrusive way. Natalia Tkacheva in her article *National Media as a Promotional Tool of China's Soft Power* notes that "the effectiveness of the state's image policy and the popularity of Chinese traditional culture abroad demonstrate the high potential of intangible influence—soft power, and modern China definitely has this potential" (Tkacheva, 2019). However, soft power of a country is by no means limited to the direct promotion of national values and traditional culture. Equally significant is the control over Internet services, without which hundreds of millions of people in different countries can no longer imagine their lives.

Since the actual way the social network algorithms work is a secret of its owners, we cannot be completely sure that the "unbiased artificial intelligence" recommends certain videos based solely on the personal interests and requests of users themselves. The authorities of some countries might have the possibilities to control the owners of IT companies, indeed. One does not have to be a conspiracy theorist to admit that the authorities could influence the mass consciousness and public opinion through the hidden tuning of such services. TikTok's international leadership in this case is only a reflection of China's growing political and economic power on the world stage.³⁰

²⁹ Meduza. (2020, July 27). *Eto polnyy feypalm: Kitay nachal agressivno prodvigat' sebya cherez rossiyskie SMI, no rezul'tat poluchaetsya komichnyy, okazalos', chto KNR ne khvataet umelykh propagandistov* [This is a complete facepalm: China began to aggressively promote itself through the Russian media, but the result is comical, it turned out that China lacks skilled propagandists]. Retrieved December 24, 2021, from <https://meduza.io/feature/2020/07/27/eto-polnyy-feypalm> Meduza is included by the Ministry of Justice of the Russian Federation in the register of mass media acting as a foreign agent.

³⁰ Therefore, attempts to counteract by, for example, the United States and India are not accidental (for more details, see: Feldkamp, 2021, p. 81). Such an activity begins to acquire the features of systematicity.

* By the decision of the Tverskoy District Court as of March 21, 2022, Meta company, owner of the Instagram social network, was adjudged an extremist organization. Access to Instagram in the territory of the Russian Federation is banned.

** By the decision of the Tverskoy District Court as of March 21, 2022, Meta company, owner of the Facebook social network, was adjudged an extremist organization. Access to Facebook in the territory of the Russian Federation is banned.

*** Starting from March 4th, 2022, access to Twitter in the territory of the Russian Federation has been blocked by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media (Roskomnadzor).

ВВЕДЕНИЕ

Стремительный взлет соцсети ТикТок (принадлежит китайской компании ByteDance) в мировой индустрии интернет-развлечений позволяет в очередной раз посмотреть на современные видеоплатформы как симбиоз новых медиа, цифрового места для жизни и одновременно инструментов культурного влияния. ТикТок — это относительно молодая соцсеть: она появилась в Китае в 2016 году, а в 2018 году была запущена ее международная версия.

Мэтью Бреннан в книге «Фабрика внимания. История взлета. Как компания тик ток завоевала весь мир» так вкратце обрисовал возвышение этого сервиса: «Успех ТикТок был обусловлен репликацией практики его внутрикитайской сестры Douyin — ее технологий, ее опыта работы с продуктом и схем продвижения. А успех Douyin, в свою очередь, был основан на рекомендательной системе, опыте работы и денежных резервах новостного агрегатора Toutiao — приложения, чье название известно в Китае даже ребенку. И наконец, что не менее важно, успех Toutiao был плодом дальновидности и решительности основателя ByteDance Чжана Имина. В 2011 году Имин, имевший к тому времени немалый предпринимательский опыт, интуитивно почувствовал: смартфоны коренным образом изменяют процесс восприятия информации и взаимодействия с ней. Тогда никто не мог этого знать наверняка, но семя идеи, заложенное в самую основу компании, дало плоды в виде всемирного успеха ТикТок» (Бреннан, 2021, с. 32).

Изначально сервис воспринимался как сугубо молодежный и развлекательный, но с взрывным ростом аудитории стал платформой для всех и для всего. Похожую эволюцию ранее проходили и другие соцсети, включая сайт ВКонтакте¹, который очень долго рассматривался как сервис для школьников и студентов. Среди преимуществ ТикТока обычно выделяют: развлекательный контент, простой интерфейс, возможность заработка,

присутствие на площадке большого количества знаменитостей и прочее. Среди недостатков — минимум инструментов для общения. Гордостью TikTok считается «самообучающийся персонализированный рекомендательный алгоритм», заставляющий смотреть видеоролики часами¹. Этот алгоритм призван предоставить пользователю персонализированный контент, который ему важен и интересен, без необходимости специального дополнительного поиска (Алехин, 2021)².

Сегодня TikTok является лидером среди новых медиа: в апреле 2021 года журнал «Time» включил его в список 100 самых влиятельных компаний мира, а в конце 2021 года китайский TikTok обогнал по посещаемости сайт-поисковик американской компании Google и стал самым посещаемым сайтом в интернете, хотя еще год назад (в конце 2020 года) находился лишь на седьмом месте³. Уже более года TikTok набирает 1 миллиард уникальных посетителей в месяц, оставаясь при этом единственным сайтом в топ-10, чья материнская компания (ByteDance) находится не в США. Важно отметить и тенденцию к расширению функционала платформы: в 2021 году стало известно о переговорах относительно выхода TikTok на рынок VR, запуске им доставки еды в США и проч. Это всё говорит о высокой адаптивности этой экосистемы к потребностям современного социума.

По данным Mediascope, пользователи в среднем проводят на платформе 52 минуты в день, в России — 32 минуты. 43% пользователей TikTok — это люди в возрасте от 25 до 44 лет. В этой статье я попытаюсь рассмотреть особенности ТикТока как инструмента мягкой силы и расширения китайского влияния (сам по себе термин «влияние» не должен восприниматься исключительно негативно) в мире в целом и в России в частности.

¹ Ермаков Д., Якушева Т. Зачем вашему бизнесу TikTok и как его использовать // Инс., 05.07.2020. URL: <https://incrossia.ru/understand/zachem-tiktok/> (дата обращения: 24.12.2021).

² Дж. Фелдкэмп, ссылаясь на Хатчисона, более детализировано представляет принцип работы платформы, который, согласно мнению исследователей, заключается в гипер-персонализированном алгоритме, в основе которого лежит искусственный интеллект: оно посылает пользователю предложения посмотреть те или иные видео, которые коррелируют с его предпочтениями, отобранными системой на основе просмотров (в т.ч. и прежде всего неоднократных) предшествовавших роликов, а также лайков, комментариев, репостов и т.д. См.: (Feldkamp, 2021, p. 79); также см.: Hutchinson, A. How TikTok's algorithm works – as explained by TikTok. 2020, June 18. Retrieved June 15, 2022, from <https://www.socialmediatoday.com/news/how-tiktoks-algorithmworksas-explained-by-tiktok/580153/>

³ Смирнов С. TikTok обогнал Google по посещаемости в 2021 году // The Bell, 23.12.2021. URL: <https://thebell.io/tiktok-obogal-google-po-poseshchaemosti-v-2021-godu-1lkg6> (дата обращения: 24.12.2021). Показатели деятельности рассматриваемой платформы в 2020 году см.: (Guarda et al., p. 39).

ТИКТОК В РОССИИ

В 2021 году TikTok обошел ВКонтакте по времени пользования сервисом. За неделю с 4 по 10 апреля 2021 года все пользователи ВКонтакте провели в мобильном приложении 11,08 млрд минут, а в TikTok — 13,93 млрд минут⁴. Согласно опросу, проведенному ВЦИОМ в июне 2021 года, TikTok занимает пятое место (17%) по популярности среди всех соцсетей в России, уступая лишь «ВКонтакте» (48%), Instagram* (39%), YouTube (34%) и «Одноклассникам» (32%)⁵, и обгоняя Facebook**, Телеграм и Twitter***. Согласно исследованию «МегаФона»⁸, TikTok занял третье место в России по доле мобильного трафика среди социальных сетей в 2021 году. За истекший год его трафик увеличился более, чем в два раза⁶.

Одни из наиболее популярных российских тиктокеров — Дина Саева (21 год) и Даня Милохин (20 лет) — имеют колоссальную аудиторию: по 24 и 16 миллионов подписчиков соответственно. Милохин при этом занял в августе 2021 года четвертое место в рейтинге самых богатых российских блогеров, опубликованном журналом *Forbes*. По данным издания, его доход составляет около \$1,5 млн⁷.

В июне 2021 года не имеющий никакого образования, кроме аттестата об окончании обычной средней школы, Милохин стал одним из ключевых спикеров и лиц Сбера на 24-м Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ-2021). Эксперт Центра развития компетенций в маркетинге НИУ ВШЭ Антон Буланов пояснил это следующим образом: «Крупная компания не просто использует лакомый персональный бренд. Везде, где возможно, монетизируется его социальная и культурная (или антикультурная) оболочка. Оболочка Моргенштерна, например, всегда скандал. И оболочка Манижи, похоже, тоже. Оболочка Дани Милохина — прогнозируемое сочувствие к мальчику из детдома, который чего-то добился сам. (...) Вызвать у нас эмоции это и была чья-то, может быть, несколько циничная профессиональная задача. Потому что если у вас есть эмоция, значит это в фокусе вашего внимания»⁸.

⁴ Аудитория социальных сетей и мессенджеров в 2021 году // SkillFactory. URL: <https://blog.skillfactory.ru/auditoriya-soczialnyh-setej-i-messendzherov-v-2021-godu/> (дата обращения: 24.12.2021).

⁵ Опрос ВЦИОМ показал самые популярные соцсети в России // РБК, 06.07.2021. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/60e3bd819a79476c5b785733> (дата обращения: 24.12.2021).

⁶ TikTok вошел в топ-3 любимых россиянами соцсетей // Журналист, 09.12.2021. URL: <https://jrnlist.ru/tiktokvoshel-v-top-3-lyubimyh-rossiyanami-socsetey> (дата обращения: 24.12.2021).

⁷ Самые богатые российские блогеры в рейтинге Forbes // Forbes, 23.08.2021. URL: <https://www.forbes.ru/obshchestvo-photogallery/436383-samy-e-bogatye-rossiyskie-blogery-v-reytinge-forbes> (дата обращения: 24.12.2021).

⁸ Яковлева Е. Кому не мил Даня. Почему российские корпорации ищут бренды в масс-культуре? //

Однако аполитичный Милохин, хоть и остается до сих пор одним из наиболее успешных и узнаваемых тик-токеров России, вовсе не представляет весь русскоязычный сегмент этой соцсети, насчитывающей уже более 36 млн пользователей Рунета⁹. Он лишь подает пример того, что через TikTok «каждый» можно «с нуля» добиться известности и относительно высокого дохода. В самом начале 2021 года выяснилось, что TikTok «внезапно» стал едва ли не главной сетевой площадкой для коммуникации участников несогласованных уличных акций протеста 23 января, хотя политизироваться соцсеть начала еще в предыдущем 2020 году (Бурда, Порошина, 2021, с. 26).

Роскомнадзор тогда потребовал от TikTok удалить ролики с недопустимым оппозиционным контентом и пригрозил ему штрафом до 4 миллионов рублей. В ряде материалов федеральных СМИ работа алгоритма TikTok оценивалась как происки «кукловодов», которые «дёргают за ниточки» и «манипулируют» российскими детьми¹⁰. По информации агентства Bloomberg, российские власти весной 2021 года обсуждали с властями Китая видеоролики российских тик-токеров на оппозиционные темы, после чего соцсеть ужесточила цензуру среди российских пользователей¹¹. По мнению отдельных российских политологов, можно даже говорить о причинно-следственных связях между использованием социальной сети TikTok и «протестным поведением» (Порецкова, Савин, 2021, с. 91).

В июле 2021 года «Лига безопасного Интернета», возглавляемая Екатериной Мизулиной (дочерью сенатора Елены Мизулиной), обратилась в Роскомнадзор с призывом замедлить TikTok в России (ранее подобному «замедлению» был подвергнут Twitter^{***}). В упрек TikTok ставилось то, что в нем «почти отсутствует модерация запрещенного контента». К своему письму Лига приложила более тысячи ссылок на запрещенную к распространению в России информацию¹². В итоге к октябрю 2021 года Россия заняла

Российская газета, 08.06.2021. URL: <https://rg.ru/2021/06/08/tiktoker-dania-milohin-stal-odnim-iz-lic-sbera-na-pmef2021.html> (дата обращения: 24.12.2021).

⁹ См.: Аудитория социальных сетей и мессенджеров в 2021 году...

¹⁰ Тикток перед акциями 23 января стал главной протестной соцсетью. И сразу же — врагом номер один в России // TJ, 21.01.2021. URL: <https://tjournal.ru/internet/326938-tiktok-pered-akcijami-23-yanvarya-stal-glavnoyprtestnoy-socsetyu-i-srazu-zhe-vragom-nomer-odin-v-rossii> (дата обращения: 24.12.2021).

¹¹ Bloomberg: TikTok начал цензурировать видеоролики с критикой российских властей // Росбалт, 30.04.2021. URL: <https://www.rosbalt.ru/world/2021/04/30/1900080.html> (дата обращения: 24.12.2021). Издание «Росбалт» включено Минюст РФ в реестр СМИ, выполняющих функции иностранного агента.

¹² Смирнов С. Лига безопасного интернета Мизулиной предложила Роскомнадзору подумать о замедлении TikTok // The Bell, 01.07.2021. URL: <https://thebell.io/liga-bezopasnogo-interneta-mizulinoj-predlozhilaroskomnadzoru-podumat-o-zamedlenii-tiktok> (дата обращения: 24.12.2021).

четвертое место в мире среди стран по числу удаленных из TikTok видео за нарушения национального законодательства. С апреля по июнь 2021 года в России удалили почти 4,76 млн роликов. Лидерство по числу удаленных видео удерживают США (11,4 млн). На втором месте Бразилия (7,49 млн), на 3-м — Пакистан (9,85)¹³. Замечу, что все эти страны значительно превосходят Россию по численности населения, что может объяснять их более высокие позиции в этом антирейтинге.

Новый всплеск протестной политической активности российских пользователей ТикТока был зафиксирован в связи с сентябрьскими выборами в Государственную думу VIII созыва. Причем, по некоторым оценкам, более половины протестных публикаций в ТикТоке характеризовались «наличием прямых указаний к действиям» (Парма, Давыдова, Кащенко, 2021, с. 27).

В противовес набирающей популярность иностранной соцсети в ноябре 2021 года российская компания «Газпром-медиа» запустила своего рода «аналог TikTok» — соцсеть Yarru с короткими вертикальными видео, ориентированную, главным образом, на блогеров до 35 лет. Yarru была разработана на основе приложения «Ямолодец», которое «Газпром-медиа» приобрела в декабре 2020 года. На конец 2021 года приложение Yarru скачали более 1 млн раз, однако перспективы его выхода на мировую аудиторию весьма туманны.

Вместе с тем это несколько не сказалось на росте популярности оригинального ТикТока в России. Симптоматично, что в середине декабря 2021 года пресс-секретарь президента России Дмитрий Песков ответил на вопрос о том, видел ли Владимир Путин хотя бы одно видео из этой соцсети¹⁴. И, хотя ответ Пескова был отрицательным, сам факт такого обсуждения на высшем уровне лишь подчеркнул масштаб влияния этого медиа в Рунете. Еще одним признаком резко возросшего влияния ТикТока стало увеличение присутствия в нем самых разных СМИ — от развлекательных до общественно-политических (Бейненсон, 2021).

В начале марта 2022 года TikTok был вынужден запретить российским пользователям загружать новые видео и вести стримы из-за нового закона о «фейках», принятого после начала специальной военной операции Вооруженных сил России на территории Украины. Это решение было принято после требования российских властей «исключить из рекомендаций для несовершеннолетних контент военной направленности», поскольку он,

¹³ Таиров Р. Россия заняла четвертое место по числу удаленных из TikTok за нарушения видео // Forbes, 15.10.2021. URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/443019-rossia-zanala-cetvertoe-mesto-po-cislu-udalennyh-iztiktok-za-narusenia-video> (дата обращения: 24.12.2021).

¹⁴ Песков ответил на вопрос о просмотре Путиным TikTok // Lenta.Ru, 17.12.2021. URL: <https://lenta.ru/news/2021/12/17/putintiktok/> (дата обращения: 24.12.2021).

в большинстве случаев, имел «ярко выраженный антироссийский характер». И хотя многие пользователи быстро научились обходить эти ограничения, такой запрет сильно ударил по доходам блогеров и вызвал критику действий Роскомнадзора¹⁵.

БОРЬБА С ТИКТОКОМ В ДРУГИХ СТРАНАХ

В попытках ограничить влияние китайской соцсети на своих граждан российские власти отнюдь не одиноки. В августе 2020 года президент США Дональд Трамп подписал несколько указов, запрещающих гражданам США «вести дела» с приложением TikTok и мессенджером WeChat, принадлежащим китайским компаниям. Формально ограничения объяснялись тем, что оба приложения собирают огромные массивы данных пользователей (от их местоположения и сетевой активности до истории просмотров и поисковых запросов). Кроме того, китайские сервисы были заподозрены в тесном сотрудничестве со спецслужбами Китая, что влекло за собой «неприемлемые риски для национальной безопасности США».

Ныне действующий президент США Джо Байден отменил эти решения своего предшественника, как излишне конфронтационные, но не поставил точку в самой истории о конкуренции американских и китайских соцсетей. Подозрительность по отношению к ТикТоку на Западе никуда не исчезла.

В июне 2020 года TikTok и еще 58 китайских приложений были запрещены в Индии. Согласно заявлению Министерства информационных технологий страны, работа этих приложений причиняет «ущерб суверенитету и целостности Индии», а также угрожает безопасности государства и общественному порядку.

В сентябре 2021 года расследование против TikTok на предмет передачи персональных данных в Китай было начато в Ирландии. Ранее иск на несколько миллиардов фунтов стерлингов в адрес ТикТока за незаконный сбор личных данных был предъявлен в Великобритании¹⁶. В начале декабря

¹⁵ Демидкина К. Подростки без игрушки: к чему приведет ограничение работы TikTok в России // Forbes, 10.03.2022. URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/458439-podrostki-bez-igruski-k-cemu-privedet-ogranichenieraboty-tiktok-v-rossii> (дата обращения: 11.03.2022).

¹⁶ Дадашова К. Ирландия начала расследование против TikTok на предмет передачи личных данных в Китай // The Bell, 16.09.2021. URL: <https://thebell.io/irlandiya-nachala-rassledovanie-protiv-tiktok-na-predmetperedachi-lichnyh-dannyh-v-kitaj> (дата обращения: 24.12.2021).

TikTok-фестиваль был запрещен в Узбекистане из опасений, что он «негативно скажется на сознании и мировоззрении [узбекской] молодежи»¹⁷.

УСИЛЕНИЕ ЦЕНЗУРЫ В СОЦСЕТЯХ: КИТАЙСКИЙ ФАКТОР

Все запреты, перечисленные выше, можно рассматривать в рамках т.н. доктрины киберсуверенитета, одним из главных проводников которого в мире является коммунистический Китай. Как отмечает Джеймс Гриффитс: «Сформулированная в 2010-х годах доктрина киберсуверенитета нужна не только для того, чтобы легитимизировать действия Китая внутри страны и подать откровенную цензуру под respectableм политологическим соу-сом. Другая ее задача — распространить китайскую модель управления интернетом в международном масштабе, чтобы снизить уровень угрозы для Великого файрвола извне и не допустить масштабной критики и международных санкций» (Гриффитс, 2022, с. 287).

Недаром в России все чаще говорят об ориентации на китайский вариант регулирования интернета, хотя полное копирование китайских методов здесь, разумеется, невозможно в силу разных причин. Произошедшее в последние годы усиление государственного контроля за интернетом и соцсетями в России, по мнению Д. Гриффитса, стало возможным лишь при активной поддержке со стороны Китая (Гриффитс, 2022, с. 310).

Важно понимать, что в идеологическом цензурировании контента и интернет-коммуникации рядовых граждан кровно заинтересованы далеко не только авторитарные режимы, но и государства с формально демократической формой правления. Знаковым событием в этом плане стал выход в январе 2020 года документального фильма Джеффа Орловски «Социальная дилемма», в котором бывшие сотрудники IT-гигантов рассказали о том, насколько умело и тонко соцсети способны манипулировать своими пользователями. Уже через год, в январе 2021 года, крупнейшие западные соцсети Instagram* и Facebook** продемонстрировали всему миру свое могущество и политическую ангажированность, заблокировав без должных оснований аккаунты действующего (!) президента США Дональда Трампа.

¹⁷ «Отрицательное влияние на сознание молодежи»: власти Узбекистана отменили TikTok-фестиваль с участием Дани Милохина // Новая газета, 06.12.2021. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2021/12/06/otritsatelnoe-vliianiia-na-soznanie-molodezhi-vlasti-uzbekistana-otmenilitiktok-festival-s-uchastiem-dani-milokhina-news> (дата обращения: 24.12.2021).

Именно в период 2020–2021 годов цензура в соцсетях значительно усилилась во всем мире, чему немало поспособствовала пандемия коронавируса (антиковидные меры практически во всех странах были сопряжены с ущемлением самых разных прав и свобод людей в угоду представителей власти). Разумеется, речь идет не только о произвольных блокировках лидеров мнений, но и о манипулятивном регулировании показа их контента подписчикам. Как справедливо отмечает журналистка Ирина Бороган в интервью изданию Colta: «Как работают эти алгоритмы [соцсетей], думаю, никто не знает, потому что это секрет, который коммерческие компании скрывают от всех. Мы сейчас не знаем, почему мы вообще видим один пост, а не видим другой. Почему алгоритмы блокируют это, а не блокируют то. Это всё инструменты манипуляции общественным сознанием, и мы должны понимать, как они устроены. Давно уже звучали предложения, что нужно принять законы и таким образом юридически потребовать от соцсетей предъявить публике эти алгоритмы. И, конечно, нужно сделать так, чтобы эти алгоритмы не цензурировали все подряд»¹⁸.

Бороган обращает внимание на то, как заметно сузилось пространство свободы слова в интернете из-за чрезмерного внимания соцсетей к «фейкам» и потенциально «оскорбительным» высказываниям. «В эпоху СМИ все было проще. Если ты считаешь, что статья или телесюжет как-то порочат твою деловую репутацию или не соответствуют действительности, ты идешь в суд. Там все рассматривается, и выносится вердикт. Если ты прав, то СМИ должно опубликовать опровержение. Но тогда люди знали, что для суда должны быть серьезные основания. Должна быть действительно затронута твоя репутация, должна присутствовать клевета... Люди не шли в суд, потому что кто-то употребил какую-то не очень приятную для них характеристику. Конечно, мы обижаемся в личном общении каждый день и на основании этого заводим друзей и знакомых, расстаемся с ними, формируем круг общения. Но что делать с этими обидами в соцсетях? Это то новое, с чем сталкивается культура. И как на это реагировать — не совсем понятно. Поэтому на всякий случай все эмоционально окрашенные слова отправляют в бан. Скоро будем писать как в инструкции к кофемашине — выработаем особый нейтральный язык и будем стараться доносить смыслы самым прямым образом», — констатирует журналистка.

¹⁸ Бороган И.: «Мы уже живем в антиутопии». Денис Куренов поговорил с известной журналисткой и исследовательницей цифровых свобод об атаке модерации в соцсетях на ользователей // Colta, 28.10.2021. URL: <https://www.colta.ru/articles/society/28692-denis-kurenov-intervyu-irina-borogan-kniga-red-web-the-struggle-between-russia-s-digital-dictators-and-the-new-online-revolutionaries-tsifrovye-platformy-tsenzura> (дата обращения: 24.12.2021).

Нельзя не заметить, что у такой «гиперчувствительности» есть и позитивная сторона. Длительное время считалось, что особенность информационного общества и эпохи т.н. постправды заключается в том, что говорить каждый может, что хочет, но проблема заключается в том, что его слова не имеют прежней силы и просто теряются во множестве противоречивых заявлений. Усиление борьбы с «неправильными» высказываниями в соцсетях (не столь важно, идет ли речь о критике авторитарных режимов, поддержке «недостойных» политиков вроде Трампа, неприятию BLM, радикального ислама, особых предпочтений для представителей ЛГБТ или, наконец, сопротивлении принудительной вакцинации от ковида и проч.) свидетельствует только об одном: цена публичного слова, которое не соответствует господствующему дискурсу, снова резко выросла.

ТРАНСЛИРУЕМЫЕ ЦЕННОСТИ ТИКТОКА

Само название соцсети ТикТок побуждает вспомнить персонажа знаменитой серии сказок американского писателя Лаймена Фрэнка Баума (1856–1919) о Стране Оз — Тик-Тока (Tik-Tok). У Баума это «универсальный действующий, думающий, говорящий, понимающий, заводной, механический человек высшего сорта» (Баум, 2000, с. 46). Ряд литературоведов рассматривают его как «прототипа» робота. По виду Тик-Ток — маленький медный механизм круглой формы, стилизованный под средневекового рыцаря, который работает благодаря действию заводных пружин. В прилагающейся к нему «инструкции по эксплуатации» написано: «Мышление — завести ключом пружину №1 (левая подмышка). Речь — завести ключом пружину №2 (правая подмышка). Ходьба и др. действия — завести ключом пружину №3 (на спине, между лопаток)» (Баум, 2000, с. 46). Когда у него кончается завод, он начинает нести непонятную тарбарщину, при которой двигаются только его зубы. Манеру речи Тик-Тока Баум передал как отрывистую и монотонную: «Доброе-утро-маленькая-девочка. Доброе-утро-миссис-Курица» (Баум, 2000, с. 48).

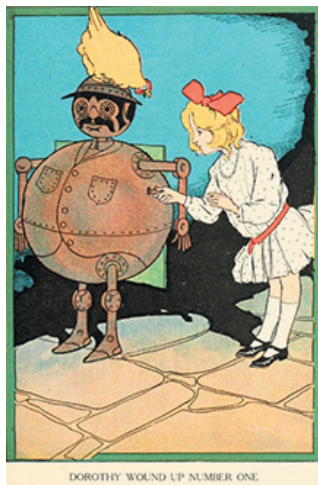


Рис. 1. Джон Ри Нил (1877–1943). Изображение Тик-Тока.
Иллюстрация к первому изданию книги
Лаймена Фрэнка Баума «Озма из Страны Оз», 1907 год, с. 57¹⁹

Может показаться, что создатели современного ТикТока (внекитайской версии Douyin) отчасти вдохновлялись этим сказочным героем, пытаются создать из людей механизмы для медиаманипулирования, отличающиеся яркостью, подвижностью, громкостью, внешней эффектностью и, вместе с тем, примитивностью, инфантилизмом, интеллектуальной беспомощностью. Замечу, что название оригинальной китайской соцсети Douyin означает «дрожящий, вибрирующий звук» (Чудинов, 2021, с. 19), что также напоминает об отрывистой речи баумовского Тик-Тока.

Влияние нового видеосервиса на современных детей оказалось столь велико, что в сентябре этого года компания ByteDance была вынуждена ограничить в Китае время просмотра контента в ТикТок для детей младше 14 лет до 40 минут в день. Также был анонсирован запуск ряда ресурсов, предназначенных для помощи пользователям, которые борются с проблемами психического здоровья. Наиболее распространенные обвинения в адрес ТикТока заключаются в том, что он вызывает у подростков «желание сбежать от реальности» (Арсентьева, Морозова, 2021, с. 79).

С другой стороны, Сергей Чудинов отзываясь о ТикТоке исключительно в восторженных тонах. «Разработчики TikTok (Douyin) сразу обозначили, что

¹⁹ Источник изображений см.: URL: <https://archive.org/details/ozmaofozrecordof00baum/page/56/mode/2up?view=theater>

их пользователь — главный бог и владелец контента, и его мнение является решающим, если речь идет о творчестве и инновационных продуктах. При этом все должно выглядеть максимально профессионально, как если бы над отснятым материалом работал режиссер монтажа» (Чудинов, 2021, с. 21). Однако, думается, что картина вовсе не такая благостная, и куда более точна оценка журналистки Дарьи Лариной: «Что касается самого контента на платформе: он своеобразен и вряд ли сразу будет понятен человеку «со стороны». Там можно найти видео с любой тематикой, от милых животных до уроков пения, но превалирует все же видео заурядного содержания: тривиальные танцы, челленджи и пародии. К отдельной категории можно отнести ролики, где «тиктокеры» выставляют свои внешние достоинства или материальное благополучие. Вполне ожидаемо, что такой контент отрицательно влияет на самооценку молодых людей, и, к сожалению, на этом проблемы TikTok только начинаются»²⁰.

Несомненно, ТикТок оказывает сильное влияние и на «взрослую» аудиторию, которая в погоне за подписчиками и лайками воспроизводит подростковое, инфантильное поведение пусть и для собственных пиар- и бизнес-задач. Блогинг на этой платформе заставляет почувствовать каждого героем рекламного ролика или музыкального клипа, нацеленных на передачу и возгонку эмоций и желаний у всех остальных.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Период, когда социальные сети воспринимались как независимые площадки с равными возможностями для всех пользователей, завершился в тот момент, когда у соцсетей появилась аудитория в сотни миллионов людей, и стало понятно, что власти крупных стран не потерпят существование неподконтрольных им сетевых систем управления обществом. Важно понимать, что при гигантском массиве загруженных в соцсети материалов управлять вниманием и поведением пользователей можно при помощи тонких настроек, подсвечивая тот или иной контент. Например, в период пандемии ковида администраторы соцсетей минимизировали выдачу постов т.н. «антиваксеров» и, наоборот, всячески продвигали материалы сторонников всеобщей вакцинации. Такая забота о пользователях была обусловлена чрезвычайной эпидемиологической ситуацией, однако она

²⁰ Ларина. Д. Тик Ток, забавный и небезобидный // Эксперт, 05.06.2020. URL: <https://expert.ru/2020/06/5/TikTok-sotsialnaya-set-ili-informatsionnoe-oruzhie/> (дата обращения: 24.12.2021).

также продемонстрировала всем, что сами по себе соцсети отнюдь не нейтральны, но активно управляют выдачей «нужного» контента, не доверяя его выбор самим людям.

Не приходится сомневаться, что подобные методы фильтрации формально не запрещенного контента могут быть расширены и на другие сферы, в том числе политическую. Неслучайно власти России около десяти лет назад взяли под контроль главную соцсеть страны — ВКонтакте, а власти США в последние годы заметно усилили давление на тот же Facebook** и весь Big Tech. Ситуация в тоталитарном Китае в плане контроля за всем, что может повлиять на их общество изнутри, еще жестче. Странно было бы думать, что страна, где изначально вся интернет-структура создавалась как автономная, со встроенными элементами цензуры, допустила бы появление абсолютно независимой соцсети, а после того, как та стала популярной за рубежом, не попыталась бы использовать ее в своих интересах.

Пик популярности ТикТока в мире, судя по всему, еще не пройден. При Си Цзиньпине, ставшем пожизненным правителем страны, Китай начал существенно наращивать свое влияние за рубежом через инструменты мягкой силы. Особую роль в этом процессе играют медиа. И если в традиционных иностранных СМИ Китай пока еще действует не всегда умело²¹, то национальные медиаразработки, ставшие популярными во всем мире, позволяют действовать куда более тонко, искусно и ненавязчиво. Наталья Ткачева в статье «Национальные медиа как инструменты продвижения мягкой силы Китая» отмечает, что «эффективность имиджевой политики государства, популярность китайской традиционной культуры за рубежом демонстрируют мощный потенциал нематериального влияния — мягкой силы, которым обладает современный Китай» (Ткачева, 2019). Однако мягкая сила государства отнюдь не сводится к непосредственному продвижению национальных ценностей и традиционной культуры. Не менее важным является контроль за интернет-сервисами, без которых уже не мыслят свою жизнь сотни миллионов человек в разных странах.

Поскольку истинная работа алгоритмов любой соцсети является секретом ее владельцев, нельзя до конца быть уверенным в том, что «непредвзятый искусственный интеллект» рекомендует для просмотра те или иные видео, исходя исключительно из персональных интересов и запросов

²¹ Это полный фейспалм. Китай начал агрессивно продвигать себя через российские СМИ, но результат получается комичный. Оказалось, что КНР не хватает умелых пропагандистов // Meduza, 27.07.2020. URL: <https://meduza.io/feature/2020/07/27/eto-polnyy-feyspalm> (дата обращения: 24.12.2021). Издание «Meduza» включено Минюст РФ в реестр СМИ, выполняющих функции иностранного агента.

самих пользователей. Не надо быть конспирологом, чтобы допустить возможность воздействия властей стран, контролирующих владельцев IT-компаний, на массовое сознание и общественное мнение через скрытую настройку подобных сервисов. Международное лидерство ТикТока в данном случае является лишь отражением роста политической и экономической мощи КНР на мировой арене²².

* Решением Тверского суда от 21 марта 2022 г. компания «Meta», владеющая социальной сетью «Instagram», признана экстремистской организацией. Доступ к социальной сети «Instagram» на территории Российской Федерации заблокирован.

** Решением Тверского суда от 21 марта 2022 г. компания «Meta», владеющая социальной сетью «Facebook», признана экстремистской организацией. Доступ к социальной сети «Facebook» на территории Российской Федерации заблокирован.

*** Запрещен Роскомнадзором с 4 марта 2022 года.

REFERENCES

1. Alekhin, V.K. (2021). Osnovnye printsipy raboty algoritmov TikTok [Basic principles of TikTok algorithms]. *Vek informatsii*, 5 (2), 53–65. (In Russ.) EDN: TKBYOF. [https://doi.org/10.33941/age-info.com52\(15\)7](https://doi.org/10.33941/age-info.com52(15)7)
2. Arsentieva, A.D., & Morozova, A.A. (2021). Tiktok: Osnovnye motivy ispol'zovaniya sotsial'noy seti u molodezhnoy auditoria [Tiktok: The main motives for using the social network among the youth]. In *Proceedings of the III International Scientific Conference "Current state of media education in Russia in the context of global trends"* (pp. 75–80). Taganrog—Ekaterinburg. (In Russ.) EDN: TLLIFY
3. Baum, L.F. (2000). *Ozma iz Strany Oz. Doroti i Volshebnik v Strane Oz* [Ozma of Oz. Dorothy and the Wizard in Oz] (S. Belov, & T. Venediktova, Trans.). Moscow: RIPOL CLASSIC. (In Russ.)
4. Beynenson, V.A. (2021). Rossiyskie SMI v Tiktok i ikh strategii: Opyt tipologizatsii [Russian media in Tiktok and their strategies: The experience of typology]. In A.A. Malyshchev (Ed.), *Proceedings of the International Scientific Forum "Mass media in the modern world"* (Vol 2, pp. 161–162). St. Petersburg: Mediapapir. (In Russ.) EDN: VJURAN
5. Brennan, M. (2021). *TikTok: Fabrika vnimaniya* [Attention Factory: The Story of TikTok and China's ByteDance] (G. Grigoriev, Trans.). Moscow: AST. (In Russ.)
6. Burda, M.A., & Poroshina, A.S. (2021). Sotsial'naya set' "Tiktok" kak novyy instrument politicheskoy kommunikatsii v molodezhnoy srede [Social network "Tiktok"

²² Неслучайны поэтому и попытки противодействия отмеченному явлению со стороны таких, например, стран, как США и Индия (подробнее см. об этом: Feldkamp, 2021, p. 81). Подобного рода активность начинает приобретать черты системности.

as a new tool of political communication in youth environment]. *PolitBook*, (4), 21–30. (In Russ.) EDN: CAEDZM

7. Chudinov, S. (2021). *Tiktokery i ne tol'ko: Kak rabotayut kitayskie sotsial'nye seti* [Tiktokers and more: How Chinese social networks work]. Moscow: "Shans" International Publishing Company. (In Russ.)

8. Griffiths, J. (2022). *Velikiy Kitayskiy Fayrvol* [The great firewall of China] (N.A. Komar, A.V. Efimova, Trans.). Moscow: Eksmo. (In Russ.)

9. Guarda, T., Augusto, M.F., Víctor, J.A., Mazón, L.M., Lopes, I., & Oliveira, P. (2021). The impact of TikTok on digital marketing. In Rocha, Á., Reis, J.L., Peter, M.K., Cayolla, R., Loureiro, S., & Bogdanović, Z. (Eds.), *Marketing and Smart Technologies. Smart Innovation, Systems and Technologies*, 205. Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4183-8_4

10. Feldkamp, J. (2021). The rise of TikTok: The evolution of a social media platform during COVID-19. In C. Hovestadt, J. Recker, J. Richter, & K.Werder (Eds.), *Digital responses to Covid-19, Springer briefs in information systems* (pp. 73–85). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-66611-8_6

11. Parma, R.V., Davydova, M.A., & Kashchenko, T.L. (2022). Protestnaya mobilizatsiya grazhdan na tsifrovoy platforme TikTok v khode vyborov v Gosudarstvennyuyu dumu Rossii 2021 g. [Protest mobilization of citizens on the digital platform TikTok during the elections to the Russian State Duma in 2021]. *Vlast'*, (1), 25–31. (In Russ.) EDN: IZAIYP

12. Poretskova, A.A., & Savin, N.Yu. (2021). Memy kak instrument konsolidatsii protestnogo dvizheniya: Na primere korotkikh video sotsial'noy seti Tiktok [Memes as consolidation tool of the protest movement: Evidence from short videos on the social network TikTok]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*, (6), 76–96. (In Russ.) EDN: PPCLAD

13. Tkacheva, N.V. (2019). Natsional'nye media kak instrumenty prodvizheniya myagkoy sily Kitaya [National media as a promotional tool of China's soft power]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, (6). (In Russ.) Retrieved December 24, 2021, from <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-media-kak-instrumenty-prodvizheniya-myagkoy-sily-kitaya> EDN: DAXGKU

ЛИТЕРАТУРА

1. Алехин В.К. Основные принципы работы алгоритмов TikTok // Век информации (сетевое издание). 2021. Т. 5. № 2 (15). С. 53–65. EDN: TKBYOF. DOI: 10.33941/age-info.com52(15)7.

2. Арсентьева А.Д., Морозова А.А. Tiktok: основные мотивы использования социальной сети у молодежной аудитории // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций: материалы III международной научной конференции (Таганрог, 15 октября 2021 года). Таганрог: Екатеринбург, 2021. С. 75–80. EDN: TLLIFY.

3. Баум Л.Ф. Озма из Страны Оз. Дороти и Волшебник в Стране Оз / пер. с англ. С. Белов, Т. Венедиктова; худож. А. Шахгельдян. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2000. 445 с.
4. Бейнсенсон В.А. Российские СМИ в Tiktok и их стратегии: опыт типологизации // Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения: сборник материалов Международного научного форума (Санкт-Петербург, 30 июня – 02 июля 2021 года). Санкт-Петербург: Медианапир, 2021. С. 161–162. EDN: VJURAN.
5. Бреннан М. TikTok: Фабрика внимания. История взлета / пер. с англ. Г. Григорьев; ред. М. Николаева. М.: АСТ, 2021. 288 с.
6. Бурда М.А., Порошина А.С. Социальная сеть “Tiktok” как новый инструмент политической коммуникации в молодежной среде // PolitBook. 2021. № 4. С. 21–30. EDN: CAEDZM.
7. Гриффитс Д. Великий Китайский Файрвол / пер. с англ. Н.А. Комар, А.В. Ефимовой. М.: Эксмо, 2022. 464 с.
8. Парма Р.В., Давыдова М.А., Кащенко Т.Л. Протестная мобилизация граждан на цифровой платформе TikTok в ходе выборов в Государственную думу России 2021 г. // Власть. 2022. Т. 30. № 1. С. 25–31. EDN: IZAIYP. DOI: 10.31171/vlast.v30i1.8767.
9. Порецкова А.А., Савин Н.Ю. Мемы как инструмент консолидации протестного движения (на примере коротких видео социальной сети Tiktok) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 6 (166). С. 76–96. EDN: PPCLAD. DOI: 10.14515/monitoring.2021.6.2030.
10. Ткачева Н.В. Национальные медиа как инструменты продвижения мягкой силы Китая // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. № 6. С. 94–128. EDN: DAXGKU. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128.
11. Чудинов С. Тиктокеры и не только. Как работают китайские социальные сети / под ред. Ян Ицзюнь, Се Минь. М.: Шанс, 2021. 203 с.
12. Feldkamp J. The Rise of TikTok: The Evolution of a Social Media Platform During COVID-19 // Digital Responses to Covid-19, Digital Innovation, Transformation, and Entrepreneurship During Pandemic Outbreaks / ed by C. Hovestadt et al. Cham: Springer, 2021. P. 73–85. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-66611-8_6.
13. Guarda T., Augusto M.F., Victor J.A., Mazón L.M., Lopes I., Oliveira P. The Impact of TikTok on Digital Marketing // Marketing and Smart Technologies: Proceedings of IC-MarkTech 2020 (Lisbon, Portugal, 8–10 October 2020). Springer, 2021. P. 35–44. (Smart Innovation, Systems and Technologies / ed. by Á. Rocha, et al.; Vol. 205). DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-33-4183-8_4.

ABOUT THE AUTHOR

NIKOLAI N. PODOSOKORSKY

Cand.Sci. (Philology),

Senior Research Fellow

at the Higher Humanitarian School “Antonovo”,

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,

Sankt-Peterburgskaya, 41, 173021, Veliky Novgorod, Russia,

ResearcherID: AAC-6485-2021

ORCID: 0000-0001-6310-1579

e-mail: n.podosokorskiy@gmail.com

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

НИКОЛАЙ НИКОЛАЕВИЧ ПОДОСОКОРСКИЙ

кандидат филологических наук,

старший научный сотрудник

Высшей гуманитарной школы «Антоново»,

Новгородский государственный

университет имени Ярослава Мудрого,

173021 г. Великий Новгород, Россия,

ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41,

ResearcherID: AAC-6485-2021

ORCID: 0000-0001-6310-1579

e-mail: n.podosokorskiy@gmail.com