



ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА,
РЕДАКТОР SOCIAL REPORT
«ЛИЦА ГОРОДА»

БОЛЕЗНЕННЫЙ ИНТЕРЕС

Рейтингом открытости бизнесменов исследование SR называется условно. Среди наиболее часто цитируемых представителей петербургского истеблишмента в нем попадают имена директоров музеев (Государственный Эрмитаж, Русский музей), руководителей театров (Александринский, Мариинский, МДТ), ректоров университетов (ИТМО, Политех, СПбГУ), глав контролирующих органов власти (УФНС, Роспотребнадзор) и даже госпредприятий (Петербургский метрополитен). По моему мнению, эти люди неразрывно связаны с желанием бизнеса говорить и сами чаще выступают спикерами по острым темам рынка, чем искусства, высшего образования или государственной деятельности. Они не хуже, чем нефтегаз, транспорт, финансисты и телеком, разбавляют строительную повестку, свидетелем которой из года в год становится наш рейтинг. Несмотря на то, что в 2019-м застройщики и девелоперы, производители строительных материалов, архитектурные мастерские и управляющие компании обеспечили не менее четверти списка наиболее часто цитируемых бизнесменов, 2020-й рискует сделать любимцами СМИ главных врачей, рестораторов, представителей сферы услуг и всевозможных экспертов.

В этом году разговор об открытости ведется «с поправкой на». За пару месяцев бренд COVID по скорости распространения, доле проникновения, количеству лояльных клиентов и мерча стал одним из самых успешных в десятилетия. Пандемические тренды играют быстрее, чем логика оптимальных затрат для бизнеса: передаем привет работавшим на удаленке еще до того, как это стало мейнстримом, и директорам, способным оценить коэффициент полезного действия сотрудников и уровень информационной защиты компании. А в вопросах этики и эстетики города — эффективнее решений региональных властей: реклама на транспорте, даром что запрет на нее отложен на год, сейчас и так мало кому интересна, а карту потенциально успешных общественных пространств можно с успехом составить по статистике задержаний в майские выходные. В ответ на призывы к сознательности хочется надеяться на аналогичное поведение властей и бизнеса, чтобы в следующем году мы не увидели множество пометок «ЗКС» рядом с именами людей, делающих петербургскую экономику, а интерес СМИ к ним не был обеспечен банкротством или попаданием под следствие.

УЗНАТЬ ЗА 60 СЕКУНД

В ЯНВАРЕ ЗАПУЩЕННЫЙ КИТАЙСКОЙ КОМПАНИЕЙ BYTEDANCE ВИДЕОХОСТИНГ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОРОТКИХ ВИДЕО ТИКТОК СТАЛ САМЫМ ПОПУЛЯРНЫМ МОБИЛЬНЫМ ПРИЛОЖЕНИЕМ В МИРЕ: СО ДНЯ ЗАПУСКА ЕГО УСТАНОВИЛИ БОЛЕЕ 1,8 МЛРД ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ. В РОССИИ СЛОЖИЛСЯ СТЕРЕОТИП, ЧТО ЭТО СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ. ОДНАКО КРУПНЫЕ КОМПАНИИ ГОТОВЫ ТРАТИТЬ МИЛЛИОНЫ РУБЛЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ НА ПЛАТФОРМЕ. ВЗРОСЛЫХ ОБЪЯСНЕНИЙ ИСКАЛА КОРРЕСПОНДЕНТ SR МАРИНА ЦАРЕВА.

О том, что TikTok в январе 2020 года обогнал по популярности WhatsApp и вышел на первое место по количеству скачиваний, сообщал новостной портал о мобильных технологиях Gizchina со ссылкой на исследование аналитической компании SensorTower. По сравнению с Instagram и YouTube TikTok — очень молодая социальная сеть. Ее прототип под названием Douyin китайская IT-компания ByteDance запустила в сентябре 2016 года, в то время как Instagram существует с 2010-го, а YouTube — с 2005-го. Изначально Douyin ориентировалось на аудиторию Китая, перезапуск приложения с новым названием TikTok, рассчитанного на международную аудиторию, состоялся в 2017 году. Большинство нынешних пользователей платформы живут в Индии, Бразилии, США и Китае.

Официальное представительство TikTok в России появилось только в сентябре прошлого года, хотя популярность у нас приложение начало набирать еще в 2018 году. Основным контентом на площадке были видео длиной от 15 до 60 секунд под музыку — с повторением танцевальных движений или липсингом — беззвучным подпеванием. На конец августа 2018 года сервисом пользовалось более 838 тыс. россиян. Именно тогда сложилось мнение, что на платформе сидят исключительно школьники, а к самому TikTok относились скептически.



ТИКТОК СЧИТАЛСЯ СЕТЬЮ ДЛЯ ДЕТЕЙ, НО СЕЙЧАС В НЕМ ИДЕТ ТОТАЛЬНОЕ ИЗМЕНЕНИЕ КОНТЕНТА. В ЧАСТНОСТИ, 30 АПРЕЛЯ АККАУНТ ТАМ ЗАВЕЛ АЛЕКСЕЙ НАВАЛЬНЫЙ

По словам продуктолога рекламного агентства Adtiktok Дмитрия Москаленко, сейчас активная аудитория TikTok в России — 19 млн человек ежемесячно. В среднем каждый пользователь заходит на платформу семь раз в сутки и суммарно проводит там 40 минут. В основном это люди от 13 до 34 лет. Руководитель отдела

influence-маркетинга коммуникационного агентства Setters Елена Игонина говорит, что аудитория TikTok растет и взрослеет в буквальном смысле по часам. «Если еще полгода назад мы говорили, что это площадка для детей, то сейчас мы видим тотальное изменение контента, инфлюенсеры других сервисов продолжают реги-

ВОЗРАСТНОЙ И ГЕНДЕРНЫЙ СОСТАВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ТИКТОК В РФ

Больше половины посетителей сети из России — совершеннолетние, подавляющее большинство — женщины

