

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА

Факультет журналистики

Кафедра теории и экономики СМИ

Исследовательская работа на тему:

**Тренды платформы TikTok как способ продвижения
проектов**

Студентки 409 группы дневного отделения Долгой П.С.

Научный руководитель – Першина Е.Д.

Москва 2021

Гипотеза: тренды платформы TikTok влияют на популярность контента.

Введение.

Ежемесячная аудитория платформы TikTok, созданной в 2016 году, но получившей огромную популярность во время карантина 2020 года, составляет около 1 миллиарда человек. На данный момент платформа обгоняет по популярности Instagram и другие социальные сети. TikTok дает возможность развивать проекты благодаря созданию трендов самой аудиторией: таким образом были «возрождены» сериалы «Дневники Вампира» и Отчаянные домохозяйки». Это позволяет прогнозировать создание таких трендов, чтобы понимать настрой и потребности аудитории. В данном исследовании проведена работа по ответу на вопрос, действительно ли тренды платформы TikTok помогают в продвижении новых проектов. Получившая невероятную популярность во время пандемии платформа TikTok на данный момент является фактически создателем трендов, которые широко распространяются и переходят впоследствии на другие платформы.

Интересным эффектом таких трендов является вновь растущая популярность забытых фильмов или кинокартин, только выходящих на экраны. В своём исследовании я буду рассматривать два кейса: выход фильма «Человек-паук: нет пути домой» и возвращение серии фильмов о Гарри Поттере.

«Человек-паук: Нет пути домой».

Фильм производства «Marvel», завершающий трилогию Человека-паука Тома Холланда, получил невероятную популярность во многом благодаря платформе TikTok. Незадолго до выхода тизер-трейлера в TikTok стали распространяться слухи о «мультивселенной» в новом фильме о Человеке-пауке. Фанаты создавали нарезки из видео с интервью актеров, обращая внимание на самые мелкие детали, указывающие на слитые материалы о фильме. Сразу после выпуска тизер-трейлера к фильму в августе 2021 года в социальных сетях начались активные обсуждения, побившие все рекорды: за 24 часа новый фильм был упомянут около 4,5 миллионов раз, а тизер-трейлер набрал 355 миллионов просмотров, что сделало его самым просматриваемым трейлером в истории.

Практически сразу на платформе TikTok стали появляться «эдиты» от пользователей, где фанаты строили свои теории на тему появления в фильме тех или иных героев. В тизер-трейлере не было конкретного упоминания о создании мультивселенной, однако видеомонтаж и фотошоп помогли создать полноценные кадры из фильма, и короткие видео стали распространяться по всему интернету.

Кульминационным моментом стал выход полноценного трейлера к фильму «Человек-паук: Нет пути домой» 16 ноября 2021 года, за месяц до выхода самого фильма. Это буквально взорвало интернет: количество запросов

выросло до 6 млн, видео с теориями фанатов и «ляпами» из трейлера набирали по 10 млн лайков и 115 миллионов просмотров в TikTok, а хэштег #spidermanowayhometrailer достиг 164 миллионов использований. Платформа TikTok значительно увеличила рейтинги ожидания фильма и «подогрела» аудиторию своими теориями о картине Marvel: хэштег #spidermannowathomeleaks набрал 5.1 миллионов использований, что заставило создателей и актеров фильма тщательней следить за своими высказываниями. Рейтинг ожидания фильма вырос с 75% до 98% за несколько дней благодаря фанатской теории о возвращении всех трех пауков к своим ролям в новом фильме: пользователи TikTok вырезали фрагменты из трейлера, искали зацепки и следы монтажа.

Для сравнения, рейтинги фильма «Человек-паук: Вдали от дома» тоже были высокими, но не превысили успех нового фильма. Несмотря на самую дорогую маркетинговую кампанию в истории кинематографа, кассовые сборы «Вдали от дома» в первый уикенд в США составили 92 миллиона долларов, тогда как «Нет пути домой» собрал 260 миллионов долларов, несмотря на коронавирусную пандемию. В России кассовый сбор первого уикенда показа «Нет пути домой» составил 11 миллионов долларов, а «Вдали от дома» собрал 8 миллионов долларов.

Новый фильм о Человеке-пауке только набирает популярность в социальных сетях, а хэштег #SpiderManNoWayHome в TikTok на данный момент достиг 13,6 миллиардов упоминаний.

Стоит добавить, что недавно на платформе TikTok был запущен хэштег #Maketasm3 (Make The Amazing Spider-Man 3), использование которого достигло 55 миллионов.

	Человек-паук: Вдали от дома	Человек-паук: Нет пути домой
Кассовые сборы в первый уикенд в США	92 579 212 \$	260 138 569 \$
Кассовые сборы в первый уикенд в России	8 651 138 \$	11 840 292 \$
Кассовые сборы	1 131 927 996 \$	638 076 887 \$ (на 24.12.21.)
Стоимость маркетинговой кампании	288 млн \$	202 млн \$

«Гарри Поттер».

На платформе TikTok уже два года существует новогодний тренд, ежегодно выводящий сагу о Гарри Поттере в ТОП-фильмов декабря и января. Поводом для этого служит теплая атмосфера, а также показ серии фильмов на новогодних праздниках. Пользователи активно публикуют нарезки из фильмов, эдиты с героями и актёрами.

При этом заметно растёт количество запросов на тему «Гарри Поттер»: если сравнить запросы за май 2021 и декабрь 2021/январь 2021, то можно заметить, что зимой запросов практически втрое больше, чем летом. Особый прирост зафиксирован в период с 25 декабря по 9 января.

Ежегодно прирост поисковых запросов на тему «Гарри Поттер» в декабре и январе увеличивается на 70%, а количество хэштэгов #HarryPotter с ноября увеличилось до 84,5 миллиардов просмотров.

Отдельного внимания заслуживает специальный выпуск — интервью с актёрами серии фильмов о Гарри Поттере, созданный к 20-летию выхода первого фильма. 6 декабря 2021 года студия НВО представила тизер-трейлер спецвыпуска «Гарри Поттер 20-летие: Возвращение в Хогвартс», а 20 декабря вышел полноценный трейлер.

Практически сразу платформу TikTok стали заполнять «эдиты» от пользователей: в них фанаты соединяли моменты из фильмов с кадрами из трейлера. Поисковые запросы трейлера выросли на 80% за несколько часов, видео официального канала НВО достигло 22 миллионов просмотров, а видео одного из эдиторов достигло 15 миллионов просмотров.

Видео с платформы TikTok стали распространяться и на другие платформы и социальные сети, а хэштег #harrypotterreturns в TikTok достиг 86 миллионов просмотров.

Заключение.

Согласно проведённому исследованию, платформа TikTok влияет на активное продвижение контента. Прирост просмотров и упоминаний вырастает на 50% и более при создании нового тренда, и это отличный способ «возродить» старые фильмы и проекты и улучшить продвижение новых.

Библиография.

- Подкаст «Как TikTok зарабатывает деньги на трендах, а блогеры получают «Грэмми». Издатель - «Запуск завтра»
- <https://www.kinometro.ru/release/card/id/37066>;
- <https://www.kinometro.ru/release/card/id/33558>;
- GoogleTrends