

## **Структура визуальной коммуникации в TikTok: режимы видеоряда и реакции аудитории**

**Научный руководитель – Бенедиктова Марина Константиновна**

***Кароза София Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: sofia\_roza@mail.ru*

TikTok за последние годы стал одной из ключевых площадок короткого видео. Однако его значение выходит за рамки формата «короткого ролика». Платформа формирует особую систему визуального общения, в которой важны не только сами видео, но и способы их оформления, ритм монтажа, а также реакции аудитории. В этом исследовании TikTok рассматривается как многоуровневая модель визуальной коммуникации.

Объект исследования – визуальный контент TikTok. Предмет – структура видеоряда и мемовые визуальные реакции пользователей. Материалом послужили ролики трех типов: динамичные короткие видео с активным монтажом, разговорные записи большей длительности и ритмические эдиты, а также изображения, публикуемые в комментариях.

Первый режим видеоряда – клиповый. Для него характерны быстрая смена кадров, активное использование текста на экране, резкие переходы и визуальные акценты в первые секунды. Подобная структура напрямую связана с особенностями восприятия информации в цифровой среде. В научной и публицистической литературе этот тип восприятия часто описывается как «клиповое мышление». Под ним понимается фрагментарный способ обработки информации, при котором внимание переключается между яркими стимулами без длительного сосредоточения на одном объекте. В условиях постоянного потребления коротких видеостимулов сокращается время устойчивой концентрации, усиливается ориентация на быстрое эмоциональное впечатление, а не на последовательный анализ содержания. В этом контексте клиповый режим TikTok можно рассматривать как адаптацию видеоряда к особенностям современного внимания.

Второй режим – разговорный. Он строится на противоположном принципе: кадр остается статичным, монтаж минимален, автор говорит напрямую в камеру. Часто запись ведется фрагментами – мысль проговаривается, затем запись останавливается и продолжается с новой реплики. Визуальная часть здесь упрощена: нет сложных эффектов и динамичных переходов. Основной акцент переносится на речь. Такой формат показывает, что даже в условиях клипового потребления существует запрос на более протяженное высказывание. При этом визуальный код остается важным: простота кадра, «непостоянность» пространства и отсутствие студийной обработки создают эффект доверия.

Третий режим связан с эдитами – роликами, построенными на монтаже под музыкальный ритм. В этом случае смысл формируется не через речь, а через сопоставление изображений. Частота смены кадров выше, чем в разговорном формате, но структура подчинена не только привлечению внимания, а созданию эмоционального эффекта. Музыка задает темп, а визуальные фрагменты собираются в единое настроение. Запоминается чаще всего не последовательность кадров, а общий эмоциональный тон и музыкальный фрагмент.

Помимо видеоряда, значимый уровень визуальной коммуникации формируется в комментариях. Пользователи активно размещают изображения-реакции – скриншоты, мемы, кадры из фильмов или сериалов. Эти изображения выполняют функцию краткого визуального ответа. Часть из них со временем превращается в устойчивые мемы, которые

начинают использоваться вне первоначального контекста. В отличие от текстового комментария, картинка сразу задает эмоциональную оценку. Нередко именно она становится самой заметной частью обсуждения. В условиях большого потока роликов зритель может не помнить конкретное видео, но сохраняет в памяти яркий образ, связанный с эмоциональной реакцией.

Отдельного внимания заслуживает явление межплатформенной циркуляции таких образов. Изображения, появившиеся в комментариях TikTok, начинают использоваться за пределами платформы, в частности, в виде стикеров в Telegram. В этом случае образ теряет связь с конкретным роликом и превращается в универсальный знак определенной эмоции или ситуации. Он начинает функционировать самостоятельно и может применяться в новых контекстах. Это свидетельствует о том, что TikTok производит не только видеоконтент, но и визуальные единицы, способные к дальнейшему распространению.

Визуальная коммуникация в TikTok включает несколько уровней. На первом уровне видеоряд организует внимание через разные режимы: клиповый, разговорный и ритмический. На втором уровне аудитория дополняет и переосмысливает контент через меметические изображения в комментариях. На третьем уровне часть этих образов выходит за пределы платформы и продолжает существовать в других цифровых средах. Такая структура показывает, что TikTok является не просто площадкой для просмотра роликов, а средой производства и распространения циркулирующих визуальных форм.

Вывод: режимы видеоряда и меметические реакции аудитории образуют единую систему. Внимание зрителя сначала организуется через визуальные приемы ролика, затем перерабатывается в форме реакционного изображения, а далее может закрепляться в виде устойчивого визуального знака, который продолжает циркулировать вне исходного контекста.