

Научная статья | Original paper

Подростки в ТикТок: игра, мимесис и «цифровой авторитет»

Н.К. Радина ✉

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Российская Федерация

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Нижний Новгород, Российская Федерация

✉ rasv@yandex.ru

Резюме

Контекст и актуальность. В основе данной статьи — анализ эмпирического исследования вирусных видео русскоязычного сегмента цифровой социальной платформы ТикТок. Обсуждается продуктивность теоретических схем, предложенных М.Ю. Кондратьевым, для изучения психологии подростков на материале цифровой коммуникации. В качестве ключевых идей используются идеи М.Ю. Кондратьева об игре, авторитете и особенностях взросления подростка в моноструктурированной подростковой группе.

Цель. Анализ результатов эмпирического исследования на материале ТикТок в контексте идей М.Ю. Кондратьева о роли игры, авторитета и особенностях взросления подростка в моноструктурированной подростковой группе.

Гипотеза. Исследовательский вопрос заключается в предположении об универсальности и эвристичности теоретических схем, используемых М.Ю. Кондратьевым для характеристики подросткового возраста.

Методы и материалы. В качестве метода сбора и анализа эмпирики используется праксиметрический метод — метод анализа продуктов деятельности. Материалы исследования извлечены из русскоязычного сегмента цифровой социальной платформы ТикТок (цифровой ресурс для обмена видео). Первоначальная выборка — 2520 видео, далее были отобраны 215 «вирусных видео» с высокими показателями использования (просмотры, одобрения, пересылки, комментарии).

Результаты. Выяснилось, что часть вирусных видео содержит типичные для подростков тематики — о школьной жизни, экзаменах, видео с демонстрациями игр-повторений и т.д. Заключается, что подростковая группа принимает активное участие в формировании пула вирусных видео на русскоязычном сегменте ТикТок. На основе полученных результатов обсуждается релевантность идей М.Ю. Кондратьева в отношении коммуникаций подростков на цифровых коммуникативных площадках с сильной алгоритмической поддержкой.

Выводы. Заключается, что игра на ТикТок существует как феномен, релевантный задачам возрастного развития подростка; авторитет у тиктокеров — алгоритмы (искусственный интеллект, регулирующий цифровую коммуникацию), а ТикТок при рациональном использовании способен компенсировать проблемы взросления подростка в условиях моноструктурированной группы.

Ключевые слова: подростки, ТикТок, цифровая коммуникация, игра, мимесис, авторитет, моноструктурированность, искусственный интеллект

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках научного проекта № 24-28-00204, <https://rscf.ru/en/project/24-28-00204/>.

Для цитирования: Радина, Н.К. (2025). Подростки в ТикТок: игра, мимесис и «цифровой авторитет». *Социальная психология и общество*, 16(2), 61–77. <https://doi.org/10.17759/sps.2025160205>

Teenagers on TikTok: play, mimesis, and “digital authority”

N.K. Radina ✉

Lobachevsky Nizhny Novgorod State University, Nizhny Novgorod, Russian Federation
Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, Russian Federation

✉ rasv@yandex.ru

Abstract

Context and relevance. This article is based on the analysis of an empirical study of viral videos of the Russian-language segment of the digital social platform TikTok. The productivity of the theoretical schemes proposed by M.Yu. Kondratiev for studying the psychology of teenagers using digital communication is discussed. The key ideas are M.Yu. Kondratiev’s ideas about play, authority, and the characteristics of growing up in a mono-structured teenagers group.

Objective. The objective is to analyze the results of an empirical study using TikTok in the context of M.Yu. Kondratiev’s ideas about the role of play, authority, and the characteristics of growing up in a mono-structured teenagers group.

Hypothesis. The research question is based on the assumption of the universality and heuristic nature of the theoretical schemes used by M.Yu. Kondratiev to characterize teenagers.

Methods and materials. The praxis method, a method for analyzing the products of activity, is used as a method for collecting and analyzing empirical data. The research materials were extracted from the Russian-language segment of the digital social platform TikTok (a digital resource for video sharing). The initial sample was 2520 videos, then 215 “viral videos” with high usage rates (views, approvals, forwards, comments) were selected.

Results. It turned out that some of the viral videos contain topics typical for teenagers — about school life, exams, videos demonstrating repetition games, etc. It is concluded that the teenage group takes an active part in the formation of a pool of viral videos in the Russian-language segment of TikTok. Based on the obtained results, the relevance of M.Yu. Kondratiev’s ideas regarding teenagers’ communications on digital communication platforms with strong algorithmic support is discussed.

Conclusions. It is concluded that playing on TikTok exists as a phenomenon relevant to the tasks of teenagers’ age development; TikTokers’ authority is algorithms (artificial intelligence that regulates digital communication), and TikTok, when used rationally, can compensate for the problems of growing up in a mono-structured group.

Keywords: teenagers, TikTok, digital communication, game, mimesis, authority, mono-structured, artificial intelligence

Funding. The study was supported by the Russian Science Foundation, project number 24-28-00204, <https://rscf.ru/en/project/24-28-00204/>.

For citation: Radina, N.K. (2025). Teenagers on TikTok: play, mimesis, and “digital authority”. *Social Psychology and Society*, 16(2), 61–77. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/sps.2025160205>

Введение

Как известно, история не терпит со-
слагательного наклонения, однако ана-
лиз вариантов возможного — осмыслен-
ных и артикулированных — помогает
строить будущее. Исследовательские ин-
тересы Михаила Юрьевича Кондратьева
обошли области, связанные с цифровым
общением или виртуальной реально-
стью: новаторская проблематика прихо-
дила к нему из актуальной «контактной
реальности», как, например, психология
дорожного движения (Кондратьев, Коче-
това, 2012). Кроме того, лишь в послед-
ние годы цифровая коммуникация стала
разворачиваться таким образом, что для
ее изучения остро актуальными оказы-
ваются положения классиков советской
психологии (стратометрической теории
А.В. Петровского (Петровский, 1976),
теории психического развития и воз-
растной периодизации Д.Б. Эльконина
(Эльконин, 1989) и др.), которые Миха-
ил Юрьевич развивал в своих работах.
Гипотезы о том, что заинтересовало бы
М.Ю. Кондратьева, если бы в настоящее
время он продолжал исследования, весь-
ма условны, однако возможно предпо-
ложить, что он не смог бы пройти мимо
общения подростков на цифровой соци-
альной платформе ТикТок.

Следуя логике многогранности иссле-
довательской работы Михаила Юрьевича,
в фокусе анализа данной статьи находят-
ся три идеи, в разные годы обсуждаемые в
его научных работах, которые будут про-

верены на теоретический потенциал в от-
ношении осмысления психологического
содержания коммуникации подростков
на цифровой коммуникативной платфор-
ме ТикТок: (1) игра как сохраняющийся
вид ведущей деятельности у подростков
(при смене ведущего вида) (Кондратьев,
1997), (2) авторитет в контексте меж-
личностной коммуникации и группового
развития подростков (Кондратьев, 1987;
Кондратьев, Кондратьев, 2007); (3) моно-
деятельность как характеристика условий
существования некоторых подростковых
групп (Кондратьев, 2006).

Цель статьи — на эмпирическом мате-
риале русскоязычного сегмента цифро-
вого социального медиа ТикТок доказать
наличие активности подростковой груп-
пы на данном ресурсе и обсудить исполь-
зование теоретических схем, предложен-
ных М.Ю. Кондратьевым, о роли игры,
авторитета и взросления подростков в
условиях моноструктурированности
подростковой группы, с опорой на специ-
фику цифровой коммуникации ТикТок.

ТикТок в психологических исследованиях

На протяжении последних лет в раз-
ных психологических исследованиях
подчеркивается, что социальная плат-
форма ТикТок — наиболее популярный
цифровой ресурс у молодежи и подрост-
ков (высокое число скачиваний при-
ложения для просмотра на телефоне,
значительный сегмент молодежи в ау-

дитории) (Cervi et al., 2021; Dankowska-Kosman, 2021; Zenone, 2021).

С точки зрения описания самого ресурса ТикТок — это цифровая социальная платформа и цифровое социальное медиа (не социальная сеть, поскольку не обладает всеми признаками социальной сети, где ставка — на межличностные отношения и сети «друзей», как, например, цифровая социальная сеть «ВКонтакте») (Щербакова, 2020). Содержанием деятельности пользователей медиа является потребление и обмен короткими видео (с возможной монетизацией успеха) (Ling et al., 2022), а видео ТикТок ранее представляли музыкальные ролики, сейчас же — тематически разнообразные (Regasa, Ettisa, 2023).

Популярность ТикТок обусловлена спецификой цифровой реальности, которая создается на платформе. В этой реальности пользователь существует в формате активной или пассивной стратегии. Пассивная стратегия предполагает, что, заходя на «территорию ТикТок», пользователь просматривает видео, которые его заинтересовали, а алгоритмы ТикТок находят и предлагают к просмотру нечто похожее (Rodriguez, Zhao, 2024). Получается, что пользователь оказывается в искусственно сконструированном мире («эхо-камере»), подогнанном под предпочтения пользователя на основании предыдущего опыта просмотра (нет необходимости сравнивать, искать, алгоритмы ТикТок решают за пользователя, что показать) (Foster, Ellis, 2024). Включенность пользователя в этот искусственный мир подтверждается не только просмотрами видео, но и «лайками», репостами, комментированием просмотренного контента.

Активная стратегия предполагает создание и размещение собственных видео в ожидании того, что кто-то захочет их просмотреть, одобрить («лайкнуть»), прокомментировать или переслать (сделать репост). При создании аккаунта на ТикТок будущего тиктокера инструктируют (на основе алгоритмов ТикТок), разъясняя, какими должны быть видео, чтобы они были приняты и признаны аудиторией: а именно, короткими и «сцепленными» через хештеги с уже существующим контентом (Dankowska-Kosman, 2021). Фактически алгоритмы ТикТок артикулируют дилемму-вызов: необходимо создать уникальный видео-контент, подражая другим, чтобы потом другие пользователи подражали созданному видео (необходимо создать «вирусное видео») (Ling et al., 2022).

В случае ТикТок опасения о психических перегрузках и интернет-зависимости становятся ведущими темами в области психического здоровья подростков именно из-за существования пользователей в комфортном мире предпочтений (существование внутри «эхо-камеры») (Akyil, Oral, 2024; Conte et al., 2024; Montag et al., 2021; Zheluk et al., 2022; Vir s-Mart n et al., 2024). Другая проблема — возможность влияния и контроля пользователей платформы через алгоритмы ТикТок, особенно в контексте того, что ТикТок — первая западная (китайская) цифровая платформа, к проблемам сохранения психического здоровья присоединяются политические опасения (Gray, 2021).

С другой стороны, «креатив» ТикТока был высоко оценен и подхвачен педагогами, использующими данный ресурс как методическую площадку для про-

движения учебных материалов (Jacobs et al., 2025; Lamimi et al., 2024). Видео ТикТок стали рассматриваться в контексте самовыражения, творчества, личностного развития, удовлетворения потребностей (в аффилиации, в признании и т.п.), укрепления самопонимания и самооценки (Foster, Ellis, 2024; Risalah, Rina, 2024).

Как и другие известные цифровые социальные сети, цифровая социальная платформа для обмена видео ТикТок оказалась информативной площадкой для изучения цифрового поведения пользователей, при этом — уникальной в контексте психологического содержания. Ее уникальность сосредоточена на проблеме подражания (действия по правилам), по образцу, которая в психологии и философии означает термином «мимесис» (Когаловский, 2022; Хорошилов, 2014). Мимесис не просто повторение, а система отношений с миром, когда копирование как бы преодолевает конечность существования, непрерывно воспроизводя образ-образец (Хорошилов, 2014).

В психологии более распространенным является термин «подражание», при этом подражание — один из механизмов социализации, способ вхождения в культуру. Д.А. Хорошилов представляет концепции Г. Тарда и А. Бандуры как наиболее «заточенные» на анализ подражания, а «нарративную психологию» связывает с подражанием через «выражение» (рассказ, нарратив и есть мимесис — подражание и выражение истории самой жизни) (Хорошилов, 2014).

Алгоритмы ТикТок предлагают творить через мимесис — использовать образцы для подражания, придумывая

(творя) и подражая непрерывно и одновременно, что реконструирует дискурс игры.

Ставка на мимесис раскрывается в рекомендациях ТикТок посредством установки «действовать по правилам»: в рекомендациях на сайте подробно описываются правила создания успешного продукта (вирусного видео) в формате решения учебной задачи (постановка цели, планирование, поэтапная реализация и т.д.), а также происходит обучение управлением «подписчиками» (Создание аккаунта, 2025). Умение учиться — самостоятельно, вне прямой педагогической поддержки — является одной из центральных тем российской психологии обучения (Цукерман, 1996; Сиднева, 2017). ТикТок призывает тиктокеров учиться на «материале жизни», предлагая инструкцию и оценивая результат (достижение стадии «вирусного продукта»), словно воссоздавая пространство квазипедагогической лаборатории.

Другая психологически значимая стратегия выстраивания отношений на ТикТок — ставка на развлечение, когда мотивация вовлеченности в контент обусловлена удовольствием от погружения в ожидаемый, искомый материал (алгоритмы ТикТок ищут и предлагают то, что соответствует предыдущим запросам и реакциям).

Таким образом, к психологически значимым характеристикам в использовании социального медиа ТикТок можно отнести следующие:

- потребность в аффилиации, что типично для включенности в цифровую виртуальную коммуникацию (у ТикТока большой сегмент именно молодежной аудитории);

- средство развлечения и существование в «эхо-камере», локальном пространстве, построенном «по запросу» (создание псевдозащитного пространства идентичности);

- игра и мимесис (активное включение в создание «вирусного видео» или пассивная поддержка просмотрами, репостами и «лайками» видеоконтента — игра и экспериментирование);

- обучение эффективности в цифровых социальных отношениях через действия «по правилам» (подготовка «цифрового продукта») и управление «подписчиками» (обучение и саморазвитие в цифровой социальной среде).

Признавая актуальность изучения данной цифровой коммуникативной площадки, включая психологические аспекты, необходимо отметить, что эмпирических исследований об особенностях существования русскоязычного сегмента ТикТок крайне мало, а существующие не рассматривают ТикТок нейтрально и тем более с позитивной стороны, называют его «социальной сетью», несмотря на базовые противоречия с психологическим пониманием, что есть социальная сеть, поскольку ТикТок связывает не «друзей», не людей, объединенных межличностными отношениями, а ситуативно — некую группу, по меткой характеристике исследователей, с близкими «эстетическими пристрастиями» (Zulli, Zulli 2022).

Кроме того, повторяя за зарубежными исследователями тезис о популярности ТикТок у подростков, в настоящее время российские психологи ограничены в конкретизации общей установки, затрудняются разъяснить на русскоязычном материале, что же приносят подростки-

тиктокеры в жизнь данного цифрового ресурса.

Методы

В данном исследовании предполагается использовать эмпирический материал, полученный с русскоязычного сегмента платформы ТикТок, для проверки на его основе актуальности идей, над которыми работал М.Ю. Кондратьев — существование игры в изучаемом цифровом коммуникативном поле, возможную идентификацию авторитетного лица в цифровой коммуникации и поиск признаков монодеятельности при погружении подростка в цифровую среду ТикТок.

В качестве метода сбора и анализа эмпирики использовался праксиметрический метод — метод анализа продуктов деятельности, а именно — видео, которые на социальной платформе ТикТок получили максимальные показатели признания (просмотры, «лайки», репосты, комментарии). Эмпирика для анализа собиралась следующим образом. Для идентификации сферы активности подростков-тиктокеров было принято решение использовать архивные материалы ТикТок (с 2018 по 2021 годы), поскольку после начала специальной военной операции (СВО) компания ByteDance, владеющая ТикТок, ограничила загрузки на платформу нового контента, а также запуск прямых трансляций на территории Российской Федерации из-за опасения нарушений российского законодательства. В результате тиктокеры для размещения собственного видео и просмотра нового контента использовали VPN (Virtual Private Network), технологию, позволяющую обходить блокировки, что повлияло на аудиторию ресурса.

Для идентификации русскоязычного контента использовался автоматический поиск (при помощи программного обеспечения), включающий несколько этапов. Сначала извлекался контент, связанный в хештегах с кириллицей, далее в «ручном режиме» (методами интерпретивной лингвистики) были идентифицированы 244 хештега об общественно-культурной и политической жизни Российской Федерации. На основании данных хештегов извлекался необходимый эмпирический материал (видео и их метаданные — время создания, количество просмотров, лайков, репостов, комментариев и т.п.). Таким образом, была создана коллекция видеотекстов: 2520 видео, 244 хэштега (#допинг (в спорте) (230 видео), #Олимпиада (в Токио) (194 видео), #Россия (188 видео), #русский (188 видео), #русский язык (203 видео), #театр (99 видео), #кино (79 видео), #живопись (122 видео), #сказки (108 видео), #литература (137 видео), #песни и танцы (97 видео) и др.).

Из общей коллекции на основании метаданных идентифицировались «вирусные видео» — 215 видео. Для этого использовались средние и показатели стандартного отклонения по всем четырем позициям: просмотры, одобрения («лайки»), пересылки («репосты») и комментарии. К «вирусным» были отнесены видео с показателями выше среднего в группе по всем указанным позициям, 9% от общего объема изучаемой коллекции видео.

«Вирусные видео» были закодированы при помощи классификатора, в том числе у них были определены темы вне хештега. В результате была получена совокупность «вирусных видео» с

тематической разметкой и кодами, раскрывающими конструктивные и психологические особенности данного мультимедийного контента.

Поскольку ТикТок создавался как площадка обмена короткими музыкальными роликами, как площадка для развлечения, в процессе анализа предполагалось выяснить новые тематические координаты русскоязычного сегмента ТикТок, а также получить ответы на следующие исследовательские вопросы:

- представляют ли «вирусные видео» интересы подростковой аудитории (насколько вероятно участие подростков в создании вирусных видео);
- какие подростковые тематики связаны с эстетикой ТикТок (отражают игровые подражания и т.п.), а также поддерживают мимесис в контексте отражения актуальных переживаний подростков;
- какие особенности цифровых социальных отношений подростков возможно идентифицировать и охарактеризовать с опорой на теоретические схемы, используемые М.Ю. Кондратьевым об игре, авторитете и моноструктурированности с опорой на материалы цифровой коммуникативной площадки ТикТок.

Таким образом, на уровне интеграции полученной эмпирики и теоретического анализа с опорой на работы М.Ю. Кондратьева планировалось выяснить, в каких аспектах подростками на цифровой коммуникативной площадке ТикТок используется игра, кто может выполнять функции авторитета в условиях цифровой коммуникации, существуют ли признаки монодеятельности и моноструктурированности подростковой группы в процессе потребления и/или обмена видео в данной цифровой среде.

Результаты

Стратегия, согласно которой исследование строится не на опросах, а на анализе продуктов деятельности — видео с цифровой платформы, предполагает идентифицировать пользователей ТикТок сугубо по их «следам». В данном случае следы, указывающие на характеристики аудитории — это тематика видео в сочетании с метаданными (просмотрами, «лайками», репостами, комментариями). Интерпретируя тематику видео с точки зрения интересов аудитории, например, принимая за эталон круг интересов подростков, возможно предположить с большой долей вероятности наличие в общей аудитории подросткового сегмента, особенно если речь идет о вирусном видео. Вирусность видео (сбор более ста тысяч «лайков» за короткий срок, в перспективе — миллионные просмотры и поддержка) раскрывает психологические аспекты феномена цифровой коммуникации: просмотры и «лайки» указывают на зоны интереса участников коммуникации, создают координаты в создании нового содержания общения.

Среднее число просмотров у анализируемых «вирусных видео» — 33997093 (около трех с половиной миллионов на видео), «лайков» — 2125162 (более двух миллионов на видео), репостов — 69877 (чуть менее семидесяти тысяч), комментариев — 25230 (более двадцати пяти тысяч).

Какие тематики видео оказались наиболее популярными у пользователей русскоязычного сегмента ТикТок? Согласно рисунку, двадцать тематических групп вирусных видео объединили весьма разнородные интересы тиктокеров (см. рисунок).

Все темы в «возрастной логике» можно разделить на три группы: очевидно «подростковую» (например, «Школа и экзамены», «Повтори-ТикТок»), вероятно «подростковую» (например, «О языках», «Тело»), а также группы смешанного типа, которые могли в той или иной форме вовлечь подростков (например, «СССР и история», «Мужская работа»). С точки зрения объема, «весомости популярности» каждое десятое вирусное видео было о Президенте Российской Федерации или о школьных проблемах, включая экзамены. В среднюю группу по популярности (каждое двадцатое) вошли видеомотиваторы, видео об отношениях (дружбе, любви), видео с приколами, видео о языках, о питомцах и о тренировках/испытаниях. Подростковые и молодежные видеотеатрализации («Повтори-ТикТок»), как и эксперименты с телом (как наносить макияж, тату и т.п.), хоть и пробились в группу вирусных видео, однако их количество оказалось невелико (например, «Повтори-ТикТок» — всего 6 видео, 3% от общего объема выборки).

Тематический анализ вирусного контента на российском сегменте подтверждает существенный вклад в наполнение ТикТока контентом со стороны молодежи, включая подростков, которые до СВО постоянно выкладывали и просматривали видео, например, посвященные школьным проблемам (преимущественно — экзаменам), что повлияло на состав вирусного видео русскоязычного ТикТока.

Молодежный и подростковый игровой компонент, включая предложения поиграть в «повторюшки», внедрен также в другие по тематике видео — о языках, о приколах.

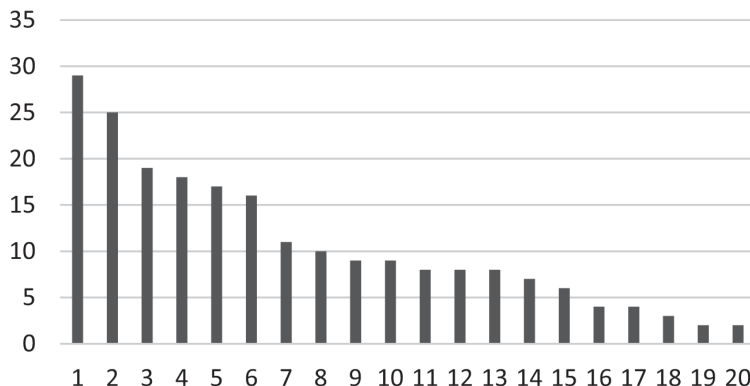


Рис. Показатели популярности тематик вирусных видео ТикТок (215 видео): по оси ординат — абсолютная частотность; по оси абсцисс: 1 — О В.В. Путине; 2 — Школа и экзамены; 3 — Символы-мотиваторы; 4 — Об отношениях; 5 — Приколы и хайп; 6 — О языках; 7 — Питомцы; 8 — Испытания и тренировки; 9 — Мужская работа; 10 — Персоны; 11 — СССР и история; 12 — Россия и русские; 13 — Спорт; 14 — Повтори-ТикТок; 15 — Оппозиция; 16 — Природа; 17 — Тело; 18 — О Китае; 19 — Новороссия и Крым; 20 — О В.А. Зеленском

Fig. Popularity of viral video topics on TikTok (215 videos): Along the ordinate axis — absolute frequency; along the abscissa axis: 1 — About Putin; 2 — School and exams; 3 — Motivating symbols; 4 — About relationships; 5 — Jokes and hype; 6 — About languages; 7 — Pets; 8 — Tests and training; 9 — Men’s work; 10 — Persons; 11 — USSR and history; 12 — Russia and Russians; 13 — Sports; 14 — Repeat-TikTok; 15 — Opposition; 16 — Nature; 17 — Body; 18 — About China; 19 — Novorossiia and Crimea; 20 — About Zelensky

Что касается «политически ориентированного видео» (о президенте, истории и т.д.), оно строится на лозунговом принципе, с долей юмора и по принципу душевных «школьных нарративов». В совокупности создается обобщенный образ вирусного видео ТикТок — как продукта жизнеутверждающей молодежной культуры, где голос (образ мира) подростков имеет отчетливые и характерные подростковые черты.

Обсуждение

Доказав на основе содержания русскоязычного сегмента ТикТок наличие у данного цифрового социального медиа подростковой аудитории, рассмотрим теоретические схемы, которые могли бы

лучшим образом понять новые цифровые условия социализации подростков. Схематизация и упрощение психологических аспектов цифровых социальных площадок до обсуждения проблем зависимости не выдерживает критики: если современные подростки выбирают данный ресурс для общения, современным исследователям необходимо разносторонне анализировать новые коммуникативные пространства, детализируя возможные негативные и позитивные следствия.

Игра в коммуникативном пространстве ТикТок

Роли игры в подростковом возрасте М.Ю. Кондратьев рассмотрел в статье

«Типологические особенности психосоциального развития подростков» (Кондратьев, 1997). Ключевая идея статьи в отношении игры заключается в том, что при «застревании» на предыдущих этапах развития в контексте ведущей деятельности (фактически — «застревание в ведущей деятельности», соответствующей предыдущим возрастным этапам (по Д.Б. Эльконину)) на второй план отодвигается интимно-личное общение, которое не может быть выстроено на основе игровых правил. Зацикленность подростка на игровой деятельности (игра не была должным образом отыграна на предыдущем возрастном этапе), по мнению М.Ю. Кондратьева, мешает становлению интимно-личного общения со сверстниками и взрослыми, угнетает учебно-профессиональную деятельность, блокирует психосоциальное развитие.

В то же время, подчеркивает М.Ю. Кондратьев, игра у подростков занимает заметное место, хотя и теряет свою самооценку, приобретая соревновательно-конкурентный характер и выступая «в качестве способа статусного становления и повышения престижа подростка прежде всего в группе сверстников» (Кондратьев, 1997).

ТикТок «на входе» задает правила игры, формируя игровое пространство по лекалам «нормативного подростничества», а именно — как пространство игры, конкуренции, стремления к выигрышу. Однако ТикТок — не социальная сеть, в нем нет ставки на интимно-личное общение, игра в данном цифровом коммуникативном пространстве — вид совместной деятельности, производящей удовольствие, ощущение победы и/или

проигрыша (если видео подростка не оказалось популярным).

Ориентация ТикТок на мимесис в создании контента более согласуется с опорой на навыки пользователя, сформированные учебной деятельностью. В том случае, если у тиктокера есть проблемы со сформированностью учебной деятельности, цифровая платформа пытается компенсировать «недоразвитие» пользователей своими программами обучения.

Миметические правила и практики ТикТок, поддерживаемые алгоритмами, возможно описать на трех уровнях:

- на уровне творчества тиктокеров, реализующих рекомендации платформы по подражанию на основе креативных репликаций (креативные формы повторений) / уровень (креативного) подражания;
- на уровне алгоритмов платформы, подающих видеоконтент, релевантный запросу, формирующий «эхо-камеры», воспроизводящих исключительно «желаемую реальность» / уровень воспроизведения;
- на уровне рефлексии общественного самочувствия при помощи анализа цифровых инструментов популярности (просмотры, репосты, «лайки» и т.д.), которые позволяют пользователям выразить самоощущение, согласующееся с внутренней картиной мира / уровень выражения.

Таким образом, игровой характер ТикТок, согласно интерпретациям М.Ю. Кондратьева, может расцениваться как релевантный задачам подросткового возраста (как способ статусного становления), за исключением тех случаев, когда подросток по каким-либо причинам злоупотребляет временем в потреблении контента, принимая пози-

цию оценивающего зрителя, и оказывается погруженным в информационный феномен «эхо-камера».

В примерах русскоязычного сегмента ТикТок подростковый и игровой характер наиболее очевидно просматривается в вирусных видео с репликациями ТикТок (3%), а также в миметических практиках воспроизведения, когда алгоритм «подсказывает» подростку, как снять «вирусное видео» (13%, 29 вирусных видео о школьной жизни).

Именно позиционирование ТикТок как цифрового социального медиа, не претендующего на функции социальной сети, позволяет (за исключением случаев провала в «эхо-камеры») играть без претензии на замещение интимно-личных отношений. Игра здесь — не видимость «жизненного мира», а площадка для развлечений, где у подростка есть шанс проявить себя и «статусно продвигнуться» благодаря социальному успеху (снимая вирусные видео), включая монетизацию успеха.

Авторитет в коммуникативном пространстве ТикТок

В работах М.Ю. Кондратьева авторитет интерпретируется как осознанная внутренняя готовность делегировать другой личности право на принятие ответственного решения и оценку значимых обстоятельств в совместной деятельности и в организации отношений в группе (Кондратьев, Кондратьев, 2007). Отношения авторитетности он раскрывает в формате следующей модели: индивидуальные особенности авторитета (интраиндивидуальный уровень) — отработка («подгонка») отношений авторитета в условиях совместной деятельности (ин-

териндивидуальный уровень) — идеальная представленность авторитетного лица (метаиндивидуальный уровень) — реализация отношений авторитетности в совместной деятельности и общении (интериндивидуальный уровень).

Однако в условиях цифровой коммуникации, например, заходя на пространство ТикТок, подросток общается не с другими — подростками или взрослыми, а с некой «цифровой силой», вынужден принимать те правила, которые ему задают алгоритмы. Знакомство с инструкциями, разъясняющими правила, позволяет подростку выбрать пассивную, активную или смешанную позицию как тиктокера (смотреть чужое видео или также размещать свое). Алгоритмы ТикТок встречают подростка, предлагая принять правила «цифрового авторитета» или отказаться от участия в общении (авторитет не выбирается, а принимается подростком). Выполняя рекомендации, обучаясь размещать видео по правилам, подросток вступает во взаимодействие с «цифровым авторитетом», принимая цифровые отношения авторитетности (Как работает алгоритм в Тик-Ток..., 2022). По сути «цифровой авторитет» — это искусственный интеллект (ИИ), опирающийся на методы машинного обучения, который, взаимодействуя с каждым тиктокером (пассивным или активным), не только предлагает правила (обучает правилам этой площадки), но и подстраивается под пользователя (подросток взаимодействует с искусственным интеллектом ТикТока).

Примечательно, что М.Ю. Кондратьев вписывает в отношения авторитетности подростковой группы отношения с педагогом — авторитет педагога. Ав-

торитет учителя обусловлен тем, что он является источником информации и референтным лицом, что и формирует отношения авторитета (Кондратьев, 1987). Именно этот контекст отношений складывается у подростков с «цифровым авторитетом» — искусственным интеллектом ТикТока, фактически ИИ занимает позицию учителя в данном цифровом коммуникативном пространстве.

Анализ стратегий взаимодействия подростка с «цифровым авторитетом» ТикТока (с ИИ ТикТока) может раскрыть возможности пользователя к подчинению или сопротивлению, стремление «расширить» границы, создавая новый вирусный контент. Тогда застревание в эхо-камерах контента ТикТок может расцениваться как личностная особенность, близкая к подчинению, к несубъектности и даже виктимности — то есть к личностным феноменам, характеризующим личность, нуждающуюся в психологической помощи.

Если же учесть, что «цифровой авторитет», ИИ ТикТока, ориентирован на условный социальный стандарт, принятие цифрового авторитета ТикТока и следование его рекомендациям позволяют подростку на уровне контента воспроизводить социальные нормы (демонстрировать популярную «нормальность»).

Так, анализ вирусного видео русскоязычного сегмента ТикТок в данном эмпирическом исследовании раскрывает тематику, типичную для подростков: вирусные видео снимаются о школьных проблемах, экзаменах, уроках, о смешных историях, связанных с русским языком и т.д. «Цифровой авторитет» ТикТока, как и школьный учитель, выполняет роль агента социализации, подталкиваю-

щего подростков к «креативному воспроизводству» (к креативной репликации) типичного и нормативного.

*Роль моно- и полидеятельности
подростков в коммуникативном
пространстве ТикТок*

Еще одна проблема, одна из центральных в исследованиях М.Ю. Кондратьева — роль монодеятельности или полидеятельности в процессе взросления подростков (Кондратьев, 2006). С точки зрения социальной психологии имеет значение не столько моно- или полидеятельность, сколько моноструктурированность группы, складывающаяся в условиях монодеятельности. Если подросток по каким-либо причинам взрослеет в условиях моноструктурированности контактной группы, та единственная позиция в структуре группы, которая не изменяется, поскольку нет изменений деятельности (и группы), формирует его личность.

В настоящее время подростки, создавая гибридный формат общения, особенно это касается дискурса цифровых социальных сетей, переносят реальную группу в цифровое пространство, воссоздавая дублированием моноструктурированность группы общения. Социометрическая позиция подростка, например, из школьного класса, при дублировании контактов в цифровые социальные сети переносится в цифровое поле, следовательно, формируется моноструктурирование, неизбежность социометрической позиции подростка в контактной группе (и в онлайн-, и в аналоговой реальности).

ТикТок, не являясь социальной сетью, не требует реконструкции сети «друзей» при создании аккаунта, позволяет сохранить автономность при ис-

пользовании цифровой коммуникации. Гибридизация, смешение круга общения — цифрового и реального — с точки зрения нежелательности моноструктурированности возможны при участии подростка не в цифровых социальных сетях, а на цифровых коммуникативных платформах, например, платформах обмена — как на ТикТок.

Временные границы (лимиты) цифрового общения при этом по-прежнему необходимы (гигиена цифровой зависимости), однако проблема моноструктурированности группы (как при дублировании социальных сетей) теряет вес.

Закключение

Анализ работ М.Ю. Кондратьева позволяет обнаружить в них идеи, созвучные современным социально-психологическим вызовам и проблемам. Цифровое социальное пространство непрерывно усложняется: новые технологические форматы, новые феномены цифрового взаимодействия непрерывно изменяют социально-психологический дискурс. В то же время психологическая научная рефлексия сводится фактически к констатации проблем и опасностей нового цифрового поля коммуникаций, а в инструментальном плане ограничивается опросами и анкетами.

Теоретические инструменты, используемые М.Ю. Кондратьевым в приложении к цифровому взаимодействию, представляются не только уместными, но и прорывными. Да, Михаил Юрьевич не успел использовать акторно-сетевой подход (Latour, 2005), в контексте которого, например, искусственный интеллект изучается как актор социальных отношений, однако он детализировал

схему психологического анализа авторитета (включая авторитет педагога) таким образом, что существенно облегчил задачу теоретизации при изучении цифровых социальных отношений.

Проведенное эмпирическое исследование на материале русскоязычного сегмента цифрового социального медиа ТикТок позволило охарактеризовать вклад подростков в создание вирусных видео, а также проанализировать возможный выход теоретических конструктов, разрабатываемых М.Ю. Кондратьевым, на пространство изучения цифровой коммуникации. Было выяснено, что русскоязычный сегмент вирусных видео ТикТок содержит контент, прямо указывающий на активную роль подростков на данной цифровой коммуникативной площадке: так, школьная тематика оказалась второй по объему в выборке вирусных видео, кроме того, в выборке присутствовали и другие типичные подростковые тематики, а также тематики смешанного (подростково-молодежного) формата.

Анализ цифровой коммуникативной площадки ТикТок в контексте игры показал, что игра на ТикТок существует как феномен, релевантный задачам возрастного развития подростка, как способ статусного становления и повышения престижа. Предлагая подросткам цифровое взаимодействие, ТикТок представляет игру, где ключевым элементом становится мимесис (как репликация, имитация, подражание и одновременно выражение). Предложение игры-мимесиса ТикТок связывает с алгоритмами, обучением и одновременно — с творчеством, что обуславливает психологический интерес к данной коммуникативной площадке.

Использование теоретической схемы «авторитета» в отношении анализа коммуникаций на ТикТок убеждает, что коммуникативное поле цифровых социальных платформ объединяет людей и компьютерные программы (программы-роботы), что особенно ярко проявляется при взаимодействии именно на ТикТок. Алгоритмы ТикТок, сопровождающие действия на платформе как пассивных, так и активных тиктокеров, — это программа искусственного интеллекта, которая обучает пользователей творчеству-репликации и обеспечивает для просмотра привлекательный контент, способствующий при психологическом неблагополучии созданию индивидуальных информационных эхо-камер (психологических капсул с комфортной информацией).

Что же касается теоретической рамки поли- и монодеятельности, нежелательности взросления в условиях моноструктурированности группы, ТикТок, поскольку не является социальной сетью, а служит цифровой площадкой для

обмена видео, может быть использован именно как инструмент расширения цифрового общения, как способ выхода из моноструктурированности группы общения при дублировании контактов (то, что происходит при переносе реальных контактов в цифровые социальные сети).

Теоретическая глубина и многогранность идей М.Ю. Кондратьева может вдохновлять для исследования самых разных областей социальной психологии, например, при сопоставлении отношений власти в больших и малых группах (Радина, 2016), при осмыслении социально-психологических аспектов локдауна во время пандемии (Радина, Балакина, 2020), или — как в данном случае — при рефлексии опыта взаимодействия подростков с искусственным интеллектом. Это позволяет оценивать теоретические ресурсы российской (советской и постсоветской) психологии не только в контексте выдающейся истории мысли, но и как сосредоточение идей, позволяющих по-новому оценить современные технологические и социальные перемены.

Список источников / References

1. *Как работает алгоритм в Тик-Ток: рекомендации по продвижению* (2022). URL: <https://lpmotor.ru/articles/kak-rabotaet-algoritm-tiktok-2202>.
How the TikTok Algorithm Works: Promotion Recommendations (2022). (In Russ.). URL: <https://lpmotor.ru/articles/kak-rabotaet-algoritm-tiktok-2202>.
2. Коголовский, С.Р. (2022). Мимесис и символ. *Ноосферные исследования*, 2, 55–66.
Kogalovsky, S.R. (2022). Mimesis and symbol. *Noospheric Studies*, 2, 55–66. (In Russ.).
3. Кондратьев, М.Ю. (2006). Развитие личности в координатах моно- и полидеятельности. *Мир психологии*, 3, 72–81.
Kondratyev, M.Yu. (2006). Personality development in the coordinates of mono- and polyactivity. *World of psychology*, 3, 72–81. (In Russ.).
4. Кондратьев, М.Ю., Кондратьев, Ю.М. (2007). Социально-психологический феномен авторитета и отношения авторитетности в группе. *Мир психологии*, 4, 67–76.
Kondratiev, M.Yu., Kondratiev, Yu.M. (2007). Social and psychological phenomenon of authority and authority relations in a group. *World of psychology*, 4, 67–76. (In Russ.).

5. Кондратьев, М.Ю. (1987). Взаимосвязь авторитета личности и авторитета роли учителя. *Вопросы психологии*, 2, 101–102.
Kondratiev, M.Yu. (1987). The relationship between the authority of the individual and the authority of the role of the teacher. *Voprosy Psichologii*, 2, 101–102. (In Russ.).
6. Кондратьев, М.Ю., Кочетова, Т.В. (2012). «Traffic psychology»: от прикладных исследований к методологии комплексного изучения современной дорожно-транспортной среды. В: *Сборник материалов международной научно-практической конференции «Человек и транспорт (Психология. Экономика. Техника)»* (с. 119–122). СПб: ПГУПС.
Kondratyev, M.Yu., Kochetova, T.V. (2012). “Traffic psychology”: from applied research to the methodology of complex study of modern road transport environment. In: *Collection of materials of the international scientific and practical conference “Man and transport (Psychology. Economics. Technology)”* (pp. 119–122). SPb: PGUPS. (In Russ.).
7. Кондратьев, М.Ю. (1997). Типологические особенности психосоциального развития подростков. *Вопросы психологии*, 3, 69–79.
Kondratiev, M.Yu. (1997). Typological features of psychosocial development of teenagers. *Voprosy Psichologii*, 3, 69–79. (In Russ.).
8. Петровский, А.В. (1976). Некоторые новые аспекты разработки стратометрической концепции группы и коллективов. *Вопросы психологии*, 6, 34–44.
Petrovsky, A.V. (1976). Some new aspects of the development of the stratometric concept of groups and collectives. *Voprosy Psichologii*, 6, 34–44. (In Russ.).
9. Радина, Н.К. (2016). Социально-психологический феномен «закрытости» М.Ю. Кондратьева: от «закрытой группы» — к «закрытому обществу». *Социальная психология и общество*, 7(1), 45–58. <https://doi.org/10.17759/sps.2016070104>
Radina, N.K. (2016). M.Yu. Kondratyev’s Social Psychological Phenomenon of “Closedness”: From a “Closed Group” to a “Closed Society”. *Social Psychology and Society*, 7(1), 45–58. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/sps.2016070104>
10. Радина, Н.К., Балакина, Б.В. (2020). Общество и пандемия: теоретико-методологические основания психологических исследований. *Общественные науки и современность*, 6, 49–64. <https://doi.org/10.31857/S086904990012123-7>
Radina, N.K., Balakina, B.V. (2020). Society and the pandemic: theoretical and methodological foundations of psychological research. *Social Sciences and Contemporary World*, 6, 49–64. (In Russ.). <https://doi.org/10.31857/S086904990012123-7>
11. Сиднева, А.Н. (2017). Проблематика умения учиться в отечественной психологии образования: обзор основных концепций. *Психологическая наука и образование*, 22(6), 56–67. <https://doi.org/10.17759/pse.2017220605>
Sidneva, A.N. (2017). The Learning to Learn Problem in Russian Educational Psychology: Main Approaches. *Psychological Science and Education*, 22(6), 56–67. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/pse.2017220605>
12. *Создание аккаунта* (2025). URL: <https://support.tiktok.com/ru/getting-started/creating-an-account>
Create an account (2025). (In Russ.). URL: <https://support.tiktok.com/ru/getting-started/creating-an-account>.
13. Хорошилов, Д.А. (2014). Мимесис как объяснительный принцип в психологии и эстетике. *Психологические исследования*, 7(36). <https://doi.org/10.54359/ps.v7i36.610>
Khoroshilov, D.A. (2014). Mimesis as an explanatory principle in psychology and aesthetics. *Psychological Studies*, 7(36). (In Russ.). <https://doi.org/10.54359/ps.v7i36.610>

14. Цукерман, Г.А. (1996). От умения сотрудничать — к умению учить себя. *Психологическая наука и образование*, 2, 27–42.
 Zuckerman, G.A. (1996). From the ability to cooperate to the ability to teach yourself. *Psychological Science and Education*, 2, 27–42. (In Russ.).
15. Щербакова, В.А. (2020). Паттерны коммуникации подростков в социальных сетях. *Коммуникология*, 8(1), 128–136. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2020-8-1-128-136>
 Shcherbakova, V.A. (2020). Communication Patterns of Adolescents on Social Networks. *Communicology*, 8(1), 128–136. (In Russ.). <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2020-8-1-128-136>
16. Эльконин, Д.Б. (1989). К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте. В: *Избранные психологические труды* (с. 60–77). М.: Педагогика.
 Elkonin, D.B. (1989). On the problem of periodization of mental development in childhood. In: *Selected psychological works* (pp. 60–77). Moscow: Pedagogy. (In Russ.).
17. Akyil, Y., Oral, T. (2024). The mediating role of problematic TikTok use and loneliness in the relationship between mindfulness and psychological resilience in adolescents. *Discover Psychology*, 4(1), 204. <https://doi.org/10.1007/s44202-024-00317-0>
18. Cervi, L., Tejedor, S., Llado, C.M. (2021). TikTok and the new language of political communication: the case of Podemos. *Cultura, Lenguaje y Representación*, XXVI, 267–287. <https://doi.org/10.6035/clr.5817>
19. Conte, G., Iorio, G.D., Esposito, D., Romano, S., Panvino, F., Maggi, S., Altomonte, B., Casini, M.P., Ferrara, M., Terrinoni, A. (2024). Scrolling through adolescence: a systematic review of the impact of TikTok on adolescent mental health. *Eur Child Adolesc Psychiatry*. <https://doi.org/10.1007/s00787-024-02581-w>
20. Dankowska-Kosman, M. (2021). TikTok is a new space for teenager’s communication. *Rozprawy Społeczne*, 15(3), 166–176. <https://doi.org/10.29316/rs/140024>
21. Foster, A., Ellis, N. (2024). TikTok-inspired self-diagnosis and its implications for educational psychology practice. *Educational Psychology in Practice*, 40(4), 491–508. <https://doi.org/10.1080/02667363.2024.2409451>
22. Gray, J.E. (2021). The geopolitics of platforms’: the TikTok challenge. *Internet Policy Review*, 10(2), 1–26. <https://doi.org/10.14763/2021.2.1557>
23. Jacobs, A., Pan, Y.-C., Ho, Y.-C. (2025). Exploring the Effectiveness of Bite-Sized Learning for Statistics via TikTok. *International Journal of E-Learning & Distance Education Review*, 39(2). <https://doi.org/10.55667/10.55667/ijede.2024.v39.i2.1334>
24. Lamimi, I.J., Alaoui, S.M., Ouelfatmi, M. (2024). Bite-Sized Learning on TikTok: Exploring the Platform’s Educational Value within the Framework of TAM (Technology Acceptance Theory). *Open Journal of Social Sciences*, 12, 228–245. <https://doi.org/10.4236/jss.2024.124015>
25. Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to the Actor-Network Theory*. Oxford, England and New York, NY, USA: Oxford University Press.
26. Ling, C., Blackburn, J., De Cristofaro, E., Stringhini, G. (2022). Slapping Cats, Bopping Heads, and Oreo Shakes: Understanding Indicators of Virality in TikTok Short Videos. In: *WebSci ‘22: Proceedings of the 14th ACM Web Science Conference* (pp. 164–173). Barcelona, Spain. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2111.02452>
27. Montag, C., Yang, H., Elhai, J.D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 9, Article 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
28. Regasa, A., Ettisa, D.L. (2023). The impact of tiktok on students: a literature review. *Qeios*. <https://doi.org/10.32388/epfgo6>

29. Risalah, A.M., Rina, N. (2024). Comparison of Tiktok Application Users Between the Implementation of Creativity and Addictive Behavior. *Journal of Research and Community Service*, 5(4), 487–497. <https://doi.org/10.59188/devotion.v5i4.714>
30. Rodriguez, A., Zhao, X. (2024). Pushing against the panic: Considering the positives of TikTok and children. *International Journal of Cultural Studies*, 0(0), 1–11 <https://doi.org/10.1177/13678779241276011>
31. Virós-Martin, C., Montaña-Blasco, M., Jiménez-Morales, M. (2024). Can't stop scrolling! Adolescents' patterns of TikTok use and digital well-being self-perception. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, Article 1444. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03984-5>
32. Zenone, M.N., Ow, S. (2021). Barbic TikTok and public health: a proposed research agenda. *BMJ Global Health*, 6(11), Article e007648. <https://doi.org/10.1136/bmjgh-2021-007648>
33. Zheluk, A.A., Anderson, J., Dineen-Griffin S. (2022). Adolescent Anxiety and TikTok: An Exploratory Study. *Cureus*, 14(12), Article e32530. <https://doi.org/10.7759/cureus.32530>
34. Zulli, D., Zulli, D.J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>

Информация об авторах

Надежда Константиновна Радина, доктор политических наук, профессор, профессор Института международных отношений и мировой истории Национального исследовательского Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского (Университет Лобачевского); старший научный сотрудник лаборатории теории и практики систем поддержки принятия решений Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Нижний Новгород, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8336-1044>, e-mail: rasv@yandex.ru

Information about the authors

Nadezhda K. Radina, Doctor of Science (Political Science), Professor, Professor of the Institute of International Relations and World History, Lobachevsky Nizhny Novgorod State University; Senior Research Fellow, Laboratory of Theory and Practice of Decision-Making Support Systems, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, Russian Federation, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8336-1044>, e-mail: rasv@yandex.ru

Поступила в редакцию 15.04.2025

Поступила после рецензирования 02.05.2025

Принята к публикации 13.06.2025

Опубликована 30.06.2025

Received 2025.04.15.

Revised 2025.05.02.

Accepted 2025.06.13.

Published 2025.06.30.