

Олександра Коляденко

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ТІКТОК ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ СЕРЕД МОЛОДІ В СИСТЕМІ ЦИФРОВИХ МЕДІА

У статті розглянуто специфіку функціонування ТікТок як інструменту поширення політичної інформації серед молодіжної аудиторії в умовах цифрової трансформації медіа. Проаналізовано вплив алгоритмів платформи на формування політичної реальності, виокремлено ключові ризики поширення дезінформації та визначено роль журналістів у створенні якісного політичного контенту для соціальних мереж.

Ключові слова: ТікТок, політична інформація, цифрові медіа, політична комунікація, молодь, алгоритмічна персоналізація, дезінформація.

Політична комунікація є невід'ємною складовою сучасного інформаційного суспільства та передбачає процес взаємодії між політичними суб'єктами через обмін інформацією. Зокрема, політична комунікація визначається як процес взаємної інформаційної взаємодії між політичними акторами, пов'язаний із владними відносинами, конкуренцією та співпрацею. Інше трактування пропонує Р.-Ж. Шварценберг, який розглядає політичну комунікацію як процес передачі політичної інформації, що забезпечує циркуляцію змістів між елементами політичної системи та суспільством загалом [1, с. 3]. Таким чином, ключовим елементом політичної комунікації є саме інформація, яка виступає основою для формування громадської думки.

У цьому контексті особливої актуальності набуває поняття політичної інформації як змістовного наповнення комунікаційних процесів. Політична інформація охоплює повідомлення про діяльність політичних лідерів, державні рішення, виборчі процеси та інші явища, що формують політичну реальність.

У сучасному цифровому медіапросторі ТікТок став не лише розважальною платформою, а й потужним інструментом політичної комунікації. Особливості алгоритмічної стрічки, інтерактивні функції та короткі відеоформати створюють унікальні можливості для залучення молоді аудиторії, яка традиційно менше цікавиться класичною політикою. Короткі ролики з політичним контентом дозволяють доносити складні теми доступно та динамічно, формуючи нові способи сприйняття та обговорення політичних процесів. За даними Pew Research Center,

майже половина користувачів віком 18–29 років використовує платформу для отримання новин, що свідчить про зміну моделей медіаспоживання серед молоді [2].

Використання ТікТок у політичній комунікації передбачає певні зміни у підходах журналістів до створення контенту. З одного боку, короткі відео з поясненнями політичних процесів або виборчих процедур стають більш доступними для молоді, з іншого — з'являються нові виклики, пов'язані з алгоритмічною персоналізацією стрічки та ризиком поширення дезінформації. Як показало розслідування The Wall Street Journal, ключовим фактором формування стрічки є не лише лайки чи підписки, а передусім час перегляду відео. Алгоритм платформи здатен швидко визначати інтереси користувача та підсилювати їх, формуючи замкнений інформаційний простір [4].

На практиці це означає, що складні політичні теми адаптуються до формату коротких відео, що робить їх доступнішими для сприйняття. Як журналістка, я помічаю, що саме пояснювальні ролики та відео з чіткою структурою подачі інформації отримують найбільший відгук серед молоді аудиторії. Водночас така спрощена форма подачі може призводити до втрати контексту або надмірної емоційності, що впливає на якість сприйняття політичної інформації.

Використання ТікТок змінює підходи до журналістської роботи. Журналісти змушені адаптувати контент під нові формати, зберігаючи баланс між доступністю та достовірністю. Водночас алгоритмічна система платформи створює так звані «інформаційні бульбашки», у межах яких користувач отримує переважно той контент, що відповідає його попереднім інтересам. Це може підсилювати політичну поляризацію та обмежувати доступ до альтернативних точок зору.

Окремим викликом є поширення дезінформації. У науковій літературі розрізняють *misinformation* як ненавмисне поширення неправдивої інформації та *disinformation* як цілеспрямоване введення в оману [5, с. 9]. Особливість ТікТок полягає в тому, що користувачі часто не перевіряють достовірність побаченого контенту, сприймаючи його як частину розважального середовища. Це створює сприятливі умови для маніпуляцій політичною інформацією.

Реальні приклади демонструють, що ТікТок активно використовується під час виборчих кампаній. Зокрема, у країнах Європи політичні актори та медіа створюють короткі відео з поясненням програм, виборчих процедур та актуальних подій. Подібні формати часто поєднуються з трендовими елементами платформи, що дозволяє залучити широку аудиторію.

Окрім офіційних джерел, важливу роль у поширенні політичної інформації відіграють інфлюенсери. Вони виступають своєрідними посередниками між інформацією та аудиторією, формуючи сприйняття

політичних подій. Водночас їхній вплив не завжди є нейтральним, оскільки контент може бути як інформативним, так і маніпулятивним залежно від цілей автора. Відповідно до звіту UNESCO, 62% інфлюенсерів не перевіряють інформацію перед її поширенням, а третина готова ділитися контентом, не переконавшись у його достовірності. Крім того, 41,6% авторів оцінюють достовірність інформації за її популярністю, що свідчить про підміну журналістських стандартів логікою алгоритмічної видимості [6, с. 3].

Якщо розглядати ТікТок як інструмент висвітлення виборчих процесів, показовим є кейс парламентських виборів в Угорщині 2026 року, де платформа активно використовувалася як політиками, так і медіа. Зокрема, команда Віктора Орбана використовувала ТікТок для поширення коротких відео з емоційно забарвленими меседжами, спрямованими на мобілізацію виборців, тоді як опозиційні політики, зокрема Петер Мадяр, намагалися адаптувати власну комунікацію під формат платформи, використовуючи більш персоналізований і неформальний стиль. Паралельно міжнародні медіа, зокрема CNN та BBC, а також угорські видання інтегрували ТікТок у свої стратегії, створюючи короткі пояснювальні відео щодо перебігу виборів, політичних програм і результатів голосування. Такий формат дозволив не лише розширити охоплення молоді авдиторії, але й частково протидіяти дезінформації через швидке пояснення та перевірку фактів.

Водночас цей кейс продемонстрував і зворотний бік платформи. Значну роль у поширенні політичного контенту відігравали інфлюенсери, діяльність яких не завжди відповідала стандартам журналістики. Як зазначається у сучасних дослідженнях цифрових медіа, інфлюенсери виступають посередниками між інформацією та авдиторією, формуючи вірусність контенту та впливаючи на політичні дискусії, однак їхній контент може бути як інформативним, так і маніпулятивним. У період виборів в Угорщині поширювалися відео у форматі мемів, емоційних звернень, а також змонтовані або частково згенеровані матеріали, що могли спотворювати зміст політичних подій. Основною метою таких авторів часто є залучення авдиторії та монетизація, що знижує рівень відповідальності за достовірність інформації.

Дослідження також показують, що молодь часто демонструє низький рівень політичної залученості в традиційних формах, проте цифрові платформи здатні змінювати цю тенденцію. ТікТок сприяє формуванню нових моделей участі, де користувачі не лише споживають інформацію, а й активно взаємодіють із нею через коментарі, репости та створення власного контенту.

Водночас для медіа це створює додаткові виклики, оскільки платформа є відкритим середовищем, де будь-хто може поширювати

інформацію без перевірки її достовірності. Це підвищує ризик появи псевдоекспертів і зниження рівня довіри до інформації загалом.

Проблема дезінформації у ТікТок набуває ще більшої актуальності в умовах міжнародних конфліктів. Зокрема, у контексті напруження між США та Іраном платформа активно використовується для поширення політичного контенту, який часто має емоційний або пропагандистський характер. У таких умовах ТікТок стає частиною ширшого інформаційного протистояння, що відповідає логіці гібридної війни.

Алгоритмічна стрічка ТікТок швидко адаптується до вподобань користувача, і вже через короткий час після початку перегляду політичного контенту формує персоналізований інформаційний простір, у якому переважають відео з подібними політичними позиціями. Це створює умови для одностороннього сприйняття подій та може впливати на політичні настрої молоді [3].

У цьому контексті особливого значення набуває роль журналістів у цифрових медіа. На відміну від інфлюенсерів, журналісти працюють за професійними стандартами перевірки інформації, що дозволяє забезпечувати достовірність і повноту подачі. У науковому дискурсі цифрові медіа визначаються як середовище, що трансформує традиційні комунікаційні моделі, роблячи їх більш відкритими, інтерактивними та децентралізованими. Проте саме ця відкритість створює ризик поширення неперевіреної інформації, що підвищує відповідальність журналістів як ключових акторів у формуванні якісного інформаційного простору.

Таким чином, ТікТок виступає не лише каналом поширення політичної інформації, а й середовищем формування нових комунікаційних практик серед молоді. На мою думку, ключове завдання журналістів полягає у використанні можливостей платформи для підвищення рівня поінформованості, водночас дотримуючись професійних стандартів і сприяючи розвитку критичного мислення аудиторії.

У підсумку можна стверджувати, що ТікТок став важливим інструментом поширення політичної інформації серед молоді, який змінює підходи до журналістики та політичної комунікації загалом, відкриваючи нові можливості, але водночас формуючи нові ризики для інформаційного середовища.

Список використаних джерел

1. Акайомова А. А. Політична культура та політична свідомість: особливості взаємодії. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/akaiomova_politychna.pdf (дата звернення: 18.04.2026).

2. Дослідження ООН: більшість соціальних медіа-інфлюенсерів поширюють інформацію без перевірки її достовірності. Суспільне Мовлення. URL: <https://suspilne.media/889015-doslidzenna-oon-bilsist-socialnih-media-influenseriv-posiruut-informaciu-bez-perevirki-ii-dostovirnosti/> (дата звернення: 20.04.2026).

3. Фактори потрапляння відео в рекомендації TikTok. Місто: часопис. URL: <https://gazeta-misto.te.ua/factory-potraplyannya-video-v-rekomendacziyi-tiktok/> (дата звернення: 21.04.2026).

4. Investigation: How TikTok's Algorithm Figures Out Your Deepest Desires. The Wall Street Journal. URL: https://www.wsj.com/video/series/inside-tiktoks-highly-secretive-algorithm/investigation-how-tiktok-algorithm-figures-out-your-deepest-desires/6CoC2040-FF25-4827-8528-2BD6612E3796?mod=hp_lead_pos5 (дата звернення: 18.04.2026).

5. The influence of TikTok on British political discourse among youth. Aithor. URL: <https://aithor.com/essay-examples/the-influence-of-tiktok-on-british-political-discourse-among-youth#9-misinformation-and-disinformation> (дата звернення: 20.04.2026).

6. The safety of journalists and the danger of impunity: report by the Director-General. UNESCO Digital Library. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392006> (дата звернення: 19.04.2026).

Науковий керівник: Набруско В.І., кандидат політичних наук, доцент кафедри аудіовізуальних медіа Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Катерина Косач

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Мтхайла Коцюбинського

МЕДІАОБРАЗ ОЛЕКСАНДРА УСИКА В ОНЛАЙНОВОМУ МЕДІА «LB.UA»

У статті проаналізовано особливості формування медіаобразу Олександра Усика в онлайн-виданні «LB.UA». Встановлено, що публікації про спортсмена переважно зосереджені на його спортивних досягненнях, кар'єрному розвитку та громадянській позиції в умовах російсько-української війни. Визначено основні тематичні блоки матеріалів і з'ясовано, що соціально-благодійна діяльність та