

3. Кравець Т. Стереотипи зовнішності чоловіка в українській мовній картині світу: гендерний фактор (на матеріалі мас-медійних текстів). Мова і культура. 2013. Вип. 16. Т. 6. С. 221-228.
4. Про сайт «The Village Україна». URL : <https://www.village.com.ua/pages/about>. (дата звернення : 03.04.2024 р.).
5. Шульська Н. Позивні імена українських військових в антропонімній системі мови (на прикладі матеріалів ЗМІ). URL : http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/28289/1/10_shylska.pdf. (дата звернення : 05.04.2024 р.).

*Ангеліна Ключка, Юлія Полов'юк,
здобувачі першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти факультету філології
та журналістики Тернопільського
національного педагогічного
університету
імені Володимира Гнатюка.
Науковий керівник кандидат наук із
соціальних комунікацій, доцент кафедри
журналістики Тернопільського
національного педагогічного
університету імені Володимира Гнатюка
Синоруб Г. П.*

ВПЛИВ АЛГОРИТМІВ «ТІКТОК» НА ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

У публікації розглянуто особливості аудиторії TikTok, специфіку контенту та його популяризацію в мережі, з'ясовано можливості використання інформаційної платформи та алгоритм просування новинного контенту.

***Ключові слова:** контент, TikTok, інформаційний простір, медіа, соціальна мережа, алгоритм.*

У сучасному інформаційному просторі соціальні мережі стали майданчиком для спілкування, розваг, створення та поширення контенту. За результатами дослідження медіаспоживання українців у 2023 році, проведеного на замовлення Громадянської мережі «Опора», у рейтингу найпопулярніших

соціальних мереж лідирують телеграм-канали (71,3% громадян). 66,2% респондентів віддають перевагу YouTube, 55% – Facebook, 50% опитаних споживають новини у Viber, 29,5% – в Instagram, 25,1% – у TikTok, 8,3% – у Twitter. При цьому найбільше зростання частки прихильників демонструє TikTok. За рік його аудиторія віком 70+ зросла з 12,2% до 21,1%, а серед людей віком 40-49 років – із 17,9% до 26,5%. [9]. Така популярність мережі актуалізовує потребу у розумінні алгоритмів TikTok – правил, за якими публікації ранжуються в стрічці новин користувачів та їх впливу на споживачів інформації.

Електронний словник «Termin.in.ua» визначає TikTok як мультимедійну платформу для створення та онлайн-обміну аматорськими відеокліпами. Активні користувачі платформи – переважно покоління Z, тобто в основному люди до 24 років [7]. За результатами дослідження аудиторії соціальних мереж Facebook, Instagram та TikTok, здійсненого комунікаційним агентством «Plusone social impact», активними користувачами TikTok є українці віком від 18 до 24 років. Це додатково підтверджує тезу про те, що основною аудиторією платформи є молодь [8].

Зазначимо, що у вересні 2016 року цей сервіс запустив китайський бізнес ByteDance. Відтоді платформа стала популярною для перегляду короткометражних фільмів в Азії, а згодом поширилась на світовий інформаційний простір і набула безліч прихильників [10].

Активність користувачів (вподобайки, коментарі, поширення та підписки) відстежується алгоритмом. Якщо аудиторія схвально реагує на нещодавно опублікований контент, то активність у профілі автора публікації зростає, збільшується охоплення людей із подібними інтересами. Крім того, відео може стати вірусним, якщо буде достатня кількість позитивних відгуків [1]. Це сприяє популяризації інформації, яка буде цікавою і корисною для аудиторії.

Алгоритм просування контенту на цій платформі підбирає та пропонує користувачам відеоматеріал на основі таких аспектів: вмісту відео, взаємодії глядачів (кількість вподобайок, коментарів і репостів), наповнення особистого

профілю автора, його активності. Звуки, ефекти, сюжети тощо, стають трендами і поширюються на інші інформаційні платформи. Щоб урізноманітнювати контент та запобігти його обмеженням, алгоритм TikTok постійно адаптується до змін у поведінці та інтересах користувачів [11].

Відео, які є популярними, мають тенденцію ставати вірусними, оперативно збільшуючи охоплення аудиторії та інформуючи її про суспільно важливі новини. Алгоритм TikTok ґрунтується на ідеї, що популяризація хештегів – основних слів або фраз із певним повідомленням перед знаком «#» – дозволяє людям привернути увагу та проінформувати про важливі події, явища чи проблеми [1]. Варто зазначити, що активні користувачі мережі здатні виявляти й блокувати шкідливий контент, написавши скаргу адміністрації. Наприклад, відео з хештегом «днр» та «лнр», що набрали практично мільярд переглядів, а "крымнаш" чи "донбасросія" отримали скрите блокування і зникли з ТОПів. Інформаційна війна між росією та Україною продовжується: в кінці 2020 року TikTok заблокував хештег #АТО, а на початку 2021 року був видалений хештег #новороссія. [6]. Центр протидії дезінформації розпочав офіційну співпрацю з адміністрацією TikTok задля протидії розвитку російської пропаганди в їхній соцмережі.

Світові відомі організації активно використовують можливості соціальної мережі TikTok, серед яких: ООН, Всесвітня організація охорони здоров'я, Міжнародний комітет Червоного Хреста, ЮНІСЕФ та інші. Ця платформа набуває популярності з метою поширення інформації про події в Україні. Наприклад, BBC на початку повномасштабного вторгнення приєдналася до TikTok і розпочала активну діяльність щодо висвітлення подій в Україні. Вже через три дні вони перейшли до формату коротких відео, у яких розповіли, як люди вибирають укриття під час бомбардувань [12]. Інформація подається англійською мовою, що сприяє залученню аудиторії за межами України та Європи.

Варто зазначити, що TikTok використовується в нашій державі також для популяризації української культури за кордоном і як інструмент публічної

дипломатії. Аудиторія аналізує та оприлюднює випадки публічної зневаги до української мови серед користувачів, популяризує ТікТок-блогерів, які активно просувають український контент, акцентують на важливості мовного питання в країні та знанні історії, проводять патріотичні челенджі. Лідери думок використовують цю платформу для актуалізації важливих питань у соціумі, а медіа швидко розповсюджують новини через неї. В українському інфопросторі створені облікові записи в ТікТок: українських медіа («hromadske.ua», «Телебачення Торонто», «Радіо Свобода», «1+1», «Страна.ua»), журналістів (skrypin.ua), просвітницьких каналів («Історія без міфів») тощо. Однак, за дослідженням, проведеним науковим співробітником із обробки даних The New York Times та Ніколаса Діакопулоса з Північно-Західного університету штату Іллінойс у США, алгоритми ТікТоку не орієнтовані на трансляцію справжнього новинного контенту. Такі результати пов'язані з тим, що посилання, за допомогою яких медіа могли б виводити користувачів із платформи на свої інтернет-майданчики, видаляються; дуже мало робиться для маркування та позиціонування новин та можливості користувачам оцінювати їх достовірність, та, на відміну від інших соцмереж, пропонується мізер фінансових стимулів для медіа, окрім кількох винятків [4]. Однак, на 23-му міжнародному журналістському фестивалі, що проходив у Перуджі було запропоновано інсайти щодо просування медіа в ТікТок. Наприклад, В. Парк із «The News Movement» зазначає, що «аудиторія цінує, коли автор контенту комунікує з аудиторією, відповідає на її питання, а в редакції стежать за відгуками тих, кому резонує їхній контент» [2]. Е. Фінкельштейн із «Brut. America» наголосив, що функція «Зшивання», яка є у ТікТок, дає можливість споживачеві накласти своє відео з коментарем зображеного на уже опубліковане й розмістити як окремий допис на сторінці. Це є показником високого рівня залученості аудиторії» [2].

Алгоритми платформи ТікТок суттєво впливають на формування інформаційного простору. Зокрема, завдяки системі рекомендацій, яка аналізує користувацькі вподобання та взаємодію з контентом, створюється індивідуалізована стрічка, що сприяє швидкому поширенню популярних та

вірусних матеріалів. Цей процес має як позитивні, так і негативні аспекти. З одного боку, він сприяє розвитку культури відеоконтенту та дає можливість новим творцям швидко знайти аудиторію. З іншого боку, алгоритм може підштовхувати користувачів до вузького сприйняття світу, обмежуючи їхню експозицію на різноманіття думок та точок зору. Однак загальний вплив алгоритмів TikTok на інформаційний простір є значний, враховуючи зростання його популярності серед молоді.

Список використаних джерел

1. Анісімович-Шевчук О., Панько Д. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. Випуск 43. С. 224. URL : http://fpsvisnyk.lnu.lviv.ua/archive/43_2022/27.pdf.
2. Боць Т. Світові видання заходять у TikTok, аналізують аудиторію та знаходять свій формат. Де місце для медіа на цій платформі? *Медіамейкер*. URL: <https://mediamaker.me/svitovi-vydannya-zahodyat-u-tiktok-analizuyut-audytoriuyu-ta-znahodyat-svij-format-de-misce-dlya-media-na-czij-platforni-2252/>
3. Жерновська Л. Щомісячна аудиторія TikTok перевищила 1 мільярд. *Уніан* : офіційний сайт. URL: <https://www.unian.ua/science/shchomisyachna-auditoriya-tiktok-perevishchila-1-milyard-novini-11559058.html>
4. Поліковська Ю. Соцмережа з відеоконтентом «ТікТок» є справжньою новинною пустелею, – дослідження. *MediaSapiens*. URL: <https://ms.detector.media/internet/post/34892/2024-05-10-sotsmerezha-z-videokontentom-tiktok-ie-spravzhnoyu-novynnoyu-pusteleyu-doslidzhennya/>
5. Рудик М. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. Випуск 48. С.201. URL:<http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/10560/10625>
6. TikTok видалив низку проросійських хештегів, – військовий. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/tiktok-vydalyv-nyzkuprorosiiskykh-kheshtehiv-shtefan237016.html>

7. TikTok – що це таке і чому він такий популярний. *Termin.in.ua* URL:
<https://termin.in.ua/tiktok/>
8. Facebook та Instagram в Україні. *Plusone.* URL:
<https://plusone.com.ua/research/>
9. Чорна О. «Опора»: Основним джерелом інформації майже 80% українців є соціальні мережі. Детектор медіа. URL:
<https://detector.media/infospace/article/213998/2023-07-10-opora-osnovnym-dzherelom-informatsii-mayzhe-80-ukrainsiv-ie-sotsialni-merezhi/>
10. Шевчук О. С. Запровадження комунікаційних медіаплатформ для просування іміджу підприємства за допомогою відеохостингу Tik-Tok URL:
<http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/24262/3/%D0%A8%D0%B5%D0%B2%D1%87%D1%83%D0%BA%20%D0%AE.%D0%A1....3.pdf>
11. Як працює алгоритм TikTok. *Double. news.* URL:
<https://double.news/2023/10/11/yak-praczyuye-algorytm-tik-tok/>
12. BBC News Launches on TikTok. *Interhacktives.* URL:
<https://www.interhacktives.com/2022/03/08/bbc-news-launches-on-tiktok/>