

*Данилюк В. О., здобувачка вищої освіти;
Скрицька Д. В., здобувачка вищої освіти;
Борищук В. В., асистент кафедри журналістики
та соціальних комунікацій
Донецького національного університету імені Василя Стуса*

ВИСВІТЛЕННЯ ВОЄННОЇ ТЕМАТИКИ В ТІКТОК: КОНТЕНТ-СТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА

***Анотація.** У дослідженні проаналізовано TikTok-стратегії українських он-лайн-медіа («ТСН», «Суспільне / Новини», «Українська правда», «BBC News Україна»). Виявлено відмінності у жанрових формах, візуальній комунікації, тональності та рівні взаємодії з аудиторією. Основними темами залишаються війна, мобілізація, міжнародна підтримка та відновлення інфраструктури.*

***Ключові слова:** TikTok, онлайн-медіа, війна, комунікація, аудиторія.*

Вступ. TikTok, який спочатку позиціонувався як розважальна платформа, нині став одним із ключових каналів поширення воєнної інформації. Його алгоритми сприяють швидкому поширенню контенту, що змінює традиційні підходи до журналістики. Порівняно з іншими соцмережами, TikTok посідає друге місце з охопленням 21,5 млн користувачів та є єдиною соцмережею, де суттєву перевагу має чоловіча аудиторія віком 18 років і старше [8], а також спостерігається збільшення віку аудиторії: «якщо раніше це була мережа підлітків, то зараз туди приходять люди середнього віку» [3]. Це свідчить про те, що TikTok перестав бути лише «молодіжною» мережею і став важливим інструментом політичної комунікації. Особливої актуальності платформа набуває у висвітленні воєнної тематики: висвітлення бойових дій, наслідків ракетних атак, мобілізації та міжнародної підтримки України тощо. TikTok забезпечує швидке донесення критично важливої інформації до широкої аудиторії, особливо молоді, формуючи суспільну думку та підсилюючи роль медіа у воєнний час.

Огляд останніх публікацій. Дослідження соціальних мереж, їх значення, особливості, тенденції та вплив на медіапростір та журналістику досі привертають увагу багатьох науковців. Дослідники Б. Синчак, А. Коваль та А. Кеда підкреслюють, що соціальні мережі змінюють журналістику, роблячи її більш залежною від швидкості реакції та взаємодії з аудиторією [2]. Д. Харченко проаналізувала системи контролінгу, які можна застосувати й у журналістиці для моніторингу достовірності контенту [4]. Р. Павлов та С. Зайцева наголошують, що сучасна журналістика має ключову роль у розвінчанні фейків [5]. Не менш популярними є аналіз TikTok і його впливу на журналістику та соціальні комунікації. До прикладу, Б. Світенко показує, що TikTok диктує нові правила журналістики, змушуючи авторів новин адаптуватися до формату коротких відео та інтерактивності [1]; А. Сичова доводить, що TikTok активно використовується для поширення пропаганди та дезінформації [3]; Є. Назаренко стверджує, що український сегмент TikTok активно використовується для формування патріотичного дискурсу [6].

Попри наявність наукових праць та медіадосліджень, присвячених функціонуванню соціальних мереж та їх впливу на журналістику, контент-стратегії українських онлайн-медіа у TikTok щодо репрезентації воєнної проблематики досі не були досліджені, що зумовлює наукову новизну дослідження.

Метою дослідження є розглянути та порівняти контент-стратегії українських онлайн-медіа у висвітленні воєнної тематики. **Об'єктом** дослідження є воєнний контент у TikTok-сторінках професійних всеукраїнських інтернет-видань: «Суспільне | Новини», «ТСН», «Українська Правда» та «BBC News Ukraine» (період дослідження: з 01.01.2026 до 31.03.2026).

Результати дослідження. У період дослідження TikTok-акаунтів онлайн-медіа України серед основних і найбільш популярних тем воєнного контенту можна виокремити: висвітлення бойових дій на фронті, наслідки ракетних атак і обстрілів, міжнародну підтримку України, діяльність ЗСУ, а також історії цивільного населення під час війни. Окремо варто відзначити зростання кількості відео на теми мобілізації, військової допомоги та відновлення інфраструктури, що відповідає актуальному інформаційному порядку денному.

Усі проаналізовані TikTok-акаунти медіа використовують найочевиднішу стратегію – адаптація журналістських матеріалів до платформи і поєднання різних жанрових форм, однак пріоритети їх застосування суттєво різняться. ТСН вирізняється орієнтацією на оперативність і лаконічність подачі, що реалізується через короткі новинні дайджести та репортажі, адаптовані до вертикального формату. Наприклад, у TikTok-відео про наслідки ракетного обстрілу подається стисла інформація з місця події: кадри руйнувань та текстові вставки з основними фактами. Натомість «Суспільне | Новини» та «Українська правда» демонструють більш глибокий рівень опрацювання інформації: перше медіа зосереджується на пояснювальному контенті, де складні теми спрощуються і структуруються, а інше – акцентує на аналітичному відео з коментарями та інтерпретацією подій. Зокрема, у відео про мобілізацію подано покрокове пояснення змін із використанням текстових підказок і графіки. «BBC News Україна» поєднує зазначені підходи, використовуючи змішаний формат, що включає як оперативні дайджести, так і пояснювальні та репортажні матеріали, проте їхній контент характеризується більшою структурованістю та системністю, порівняно з іншими медіа, що зумовлено орієнтацією на міжнародні стандарти журналістики. Наприклад, у відео про міжнародну підтримку України подається коротке повідомлення про подію, яке доповнюється контекстом і поясненням її значення для України.

Не менш важлива та помітна стратегія – візуальне оформлення постів. Візуальна комунікація «ТСН» вирізняється емоційністю та динамічністю: активно застосовуються субтитри, яскраві візуальні ефекти та рухомий текст, що підсилює драматичність подій. Наприклад, у TikTok-відео про наслідки ракетних обстрілів використано швидкий монтаж, великі заголовки на екрані та емоційні відеокадри з місця подій, що посилює ефект присутності. «Суспільне | Новини» використовує більш стриманий підхід до оформлення, застосовуючи прості субтитри та мінімум ефектів, зосереджуючи увагу на доступності та зрозумілості інформації. Візуальна стратегія «Української правди» є мінімалістичною та орієнтованою переважно на текстові пояснення і коментарі, що формує більш аналітичний і

серйозний характер подачі. Наприклад, у TikTok-відео про міжнародну військову допомогу основний акцент зроблено на текстових вставках і коротких поясненнях, тоді як відеоряд виконує допоміжну функцію. Водночас «BBC News Україна» поєднує професійну графіку з елементами інфографіки та субтитрами, що робить контент універсальним і зрозумілим для широкої аудиторії.

Також важливим складником стратегії є тональність, або емоційне оформлення публікацій. Тональність матеріалів «ТСН» є розмовною та емоційно насиченою, часто з елементами драматизації, що сприяє залученню широкої аудиторії, хоча інколи це дещо знижує рівень офіційності подачі. Наприклад, у TikTok-відео про наслідки обстрілів використовується емоційна лексика, короткі динамічні фрази та акценти на драматичних деталях події, що підсилює емоційне сприйняття. «Суспільне | Новини» дотримується більш стриманої й офіційної тональності, орієнтованої на точність і довіру. У більшості їхніх відео подається інформація без емоційних оцінок, із чітким викладом фактів і нейтральною лексикою. «Українська правда» вирізняється аналітичністю та критичністю, що зумовлює серйозну і пояснювальну манеру викладу. До прикладу, у TikTok-відео щодо міжнародної допомоги Україні подається не лише новина, а й короткий аналіз із поясненням можливих наслідків, що формує більш глибоке розуміння теми. «BBC News Україна» демонструє баланс між офіційністю та доступністю: її тональність нейтральна, інформативна та без надмірної емоційності, що відповідає міжнародним журналістським стандартам.

Застосування емоційної тональності іноді впливає на дотримання журналістських стандартів, що відображається у певних медіа задля привернення уваги аудиторії, підвищення залученості та збільшення охоплення контенту. Це і є ще однією стратегією в просуванні своїх постів у TikTok – свідоме порушення журналістських стандартів. «ТСН» загалом забезпечує належний рівень достовірності інформації як велике медіа: новини перевіряються та часто супроводжуються посиланнями на офіційні джерела або цитатами. Водночас інколи відчувається більш емоційна та клікабельна подача, спрямована на залучення аудиторії. Наприклад, у TikTok-відео про наслідки обстрілів подається інформація з посиланням на офіційні повідомлення місцевої влади або ДСНС, однак сама подача супроводжується емоційними акцентами та динамічним відеорядом. Водночас інші медіа дотримуються стандартів. «Українська правда» також демонструє високий рівень достовірності: інформація подається чітко, без зайвої емоційності та без викривлень, із дотриманням балансу думок. Наприклад, у TikTok-відео щодо міжнародної військової допомоги використовуються дані з офіційних заяв партнерів України та додається коротке пояснення без оціночних суджень. «Суспільне | Новини» вирізняється особливо високим рівнем об'єктивності: у матеріалах чітко дотримуються стандартів: балансу, точності та перевірки джерел, без ознак маніпуляцій чи клікбейту. «BBC News Україна» також має високий рівень якості контенту: інформація подається виважено, без перекосів, із дотриманням міжнародних стандартів журналістики. Наприклад, у TikTok-відео про міжнародну підтримку України використано підтвержені факти та офіційні джерела, а також подано контекст без емоційного тиску на аудиторію.

Важливою контент-стратегією у всіх медіа є взаємодія із аудиторією. «ТСН» демонструє доволі високий рівень комунікації: контент часто подається у форматі серій відео, зокрема коли одна подія висвітлюється у кількох послідовних роликах. Відповіді на коментарі є, однак вони не мають системного характеру. Попри незначне використання опитувань, сама подача матеріалу стимулює аудиторію до активного обговорення. В «Української правди» рівень інтерактивності нижчий: відео виконують переважно інформативну функцію, а не комунікативну. Взаємодія з аудиторією через коментарі відбувається рідко, а серійний формат застосовується нечасто. Наприклад, у TikTok-відео на тему міжнародної допомоги контент подається як завершене пояснення без подальшого розвитку теми у наступних роликах і без активної взаємодії з аудиторією. «Суспільне | Новини» намагається бути ближчим до аудиторії, проте основний акцент також залишається на інформуванні. Відповіді на коментарі трапляються, але нечасто, тоді як серії відео використовуються періодично. До прикладу, у TikTok-відео з поясненням суспільно важливих тем іноді з'являються продовження або уточнення в наступних роликах, що частково формує серійність контенту. «BBC News Україна» характеризується мінімальним рівнем інтерактивності, зосереджуючись передусім на якості контенту. Взаємодія з аудиторією обмежена, а серійний формат використовується лише інколи.

Ще однією контент-стратегією онлайн-медіа є моделювання рівня аудиторної залученості через характер подачі контенту. «ТСН» має високі показники залучення: відео набирають значну кількість переглядів і вподобань, а коментарі свідчать про активні обговорення. Дискусії можуть бути різними – від конструктивних до більш емоційних, що є типовим для TikTok. Наприклад, у відео про мобілізацію під публікацією фіксується велика кількість коментарів із реакціями користувачів і обговоренням події, що свідчить про високий рівень залучення аудиторії. В «Української правди» перегляди є, але вони поступаються «ТСН», як і кількість коментарів. Аудиторія частіше споживає контент, ніж активно дискутує. Наприклад, у відео про виїзд із Києва через проблеми з енергетикою коментарі наявні, але їх значно менше, і вони здебільшого мають короткий характер без розгорнутих дискусій. «Суспільне | Новини» демонструє стабільні перегляди без орієнтації на хайп. Коментарів небагато, але обговорення здебільшого є виваженими. Наприклад, у пояснювальному відео про ракетний удар по Одесі коментарі мають стриманий характер і часто містять уточнювальні або нейтральні запитання. «BBC News Україна» також має перегляди, проте не завжди високі через більш серйозний характер контенту. Коментарів небагато, тому й дискусії проходять спокійніше, без значного емоційного напруження.

Висновки. Дослідження воєнного контенту в TikTok та аналіз діяльності провідних українських і міжнародних медіа («Суспільне | Новини», «ТСН», «Українська правда», «BBC News Україна») засвідчують значний вплив цієї платформи на сучасну інтернет-журналістику. Воєнна тематика – висвітлення бойових дій, наслідків ракетних атак, мобілізації, міжнародної підтримки та історій цивільного населення – стала ключовим інформаційним напрямом, що визначає редакційні стратегії.

TikTok формує нові комунікативні практики, орієнтовані на лаконічність, динамічність та доступність, що особливо приваблює молодіжну аудиторію. Водночас простежується різноманітність підходів: одні редакції акцентують на емоційності та залученні користувачів, інші – на стриманості, пояснювальності та дотриманні професійних стандартів. Ключовим викликом залишається баланс між швидкістю поширення воєнних новин та їх достовірністю й аналітичною глибиною. Формат TikTok стимулює оперативність, але може знижувати рівень пояснювального контенту.

Отже, TikTok треба розглядати як повноцінний інструмент сучасної журналістики, що дає змогу ефективно висвітлювати воєнну тематику й водночас адаптуватися до потреб цифрової аудиторії. Подальший розвиток галузі залежатиме від здатності медіа інтегрувати специфіку цієї платформи у власну редакційну практику, зберігаючи високі стандарти професійності.

Список використаних джерел

1. Світенко Б. TikTok і журналістика: як платформа диктує нові правила. *Медіакритика*. URL: <https://surl.li/qzaxke> (дата звернення: 02.04.2026).
2. Синчак Б., Коваль А., Кеда А. Вплив соціальних мереж на журналістику. *Габітус*, 2021. № 25. С. 21–26. URL: <https://surl.li/cliqna> (дата звернення: 02.04.2026).
3. Сичова А. Трансформація TikTok: Від розваг – до політики. Огляд досліджень про використання TikTok з метою пропаганди, дезінформації та поширення іншого шкідливого контенту. ГО «Український інститут медіа та комунікації», 2024. 21 с. URL: <https://surl.li/nuky fz> (дата звернення: 02.04.2026).
4. Харченко Д. Організація впровадження системи контролінгу на підприємстві. ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2024. URL: <https://ekhnuir.karazin.ua/items/bb60f811-beac-437f-ae9f-25e6a2c60300/full> (дата звернення: 02.04.2026).
5. Павлов Р., Зайцева С. Сучасна журналістика в контексті інформаційної війни: розвінчання фейків в інфопросторі. *Розвиток науки та освіти України під час воєнного стану: матеріали СЛІІ Міжнар. інтернет-конф.* Івано-Франківськ, 2024. С. 129–133. URL: <https://dSPACE.snu.edu.ua/items/949a30de-25fe-4fb5-80b1-14a0db9a61a9> (дата звернення: 02.04.2026).
6. Назаренко Є. О. Політично-комунікаційний дискурс в українському сегменті TikTok. ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/13711> (дата звернення: 02.04.2026).
7. За лаштунками «скролінгу»: дослідження пропаганди в українському TikTok. *Детектор медіа*. 2024. URL: <https://detector.media/infospace/article/226077/2024-04-29-za-lashtunkamy-skrolingu-doslidzhennya-propagandy-v-ukrainskomu-segmenti-tiktoku/> (дата звернення: 02.04.2026).
8. TikTok, YouTube чи Instagram: рейтинг популярності соцмереж в Україні. *Ukrainian Council of Shopping Centres*. 06.01.2026. URL: <https://surl.li/vjre nu> (дата звернення: 02.04.2026).