

УДК 316.77:004.738.5(477)

DOI: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.65.331784>

Артемчук Олександр Федорович, аспірант кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет», м. Київ, Україна
e-mail: oartemchuk@e-u.edu.ua
ORCID ID: 0009-0004-9271-8147

Побочій Роман Володимирович, аспірант кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет», м. Київ, Україна
e-mail: rpobochij@e-u.edu.ua
ORCID ID: 0009-0004-8350-8586

МОЛОДЬ УКРАЇНИ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ПОЛІТИКИ: ІНФОРМАЦІЙНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ЗМІНА ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

У статті акцентовано увагу на тому, що молодь як найактивніша аудиторія цифрових платформ перебуває під значним впливом новітніх механізмів комунікації, як-от соціальні мережі, алгоритми персоналізації контенту та інтерактивні форми. Виявлено, що поряд із позитивними змінами цифрова комунікація породжує низку викликів, пов'язаних із поширенням дезінформації, маніпулятивного контенту та формування інформаційних ізоляцій. Актуальність дослідження обґрунтовано необхідністю визначення шляхів оптимізації цифрової політичної комунікації для підвищення її прозорості та ефективності. Акцентовано увагу на тому, що для покращення навичок критичного мислення у сфері політики молоді необхідно впроваджувати освітні програми з медіаграмотності, розвивати механізми перевірки фактів, використовувати технології штучного інтелекту для раннього виявлення дезінформації та забезпечувати прозорість цифрових платформ. Рекомендовано приділити особливу увагу створенню інтерактивних платформ, які залучатимуть молодь до обговорення і прийняття рішень, підвищуючи їхню довіру до громадських і політичних ініціатив.

Ключові слова: *молодь України, політична культура молоді, епоха цифрової політики, інформаційні трансформації.*

Постановка проблеми. Зростання ролі соціальних мереж, алгоритмів персоналізації контенту та інтерактивних форматів взаємодії значно змінює способи формування громадської думки та участі молоді в політичних процесах. З огляду на важливість дослідження цього питання наукові завдання включають аналіз впливу алгоритмів платформ, соціальних мереж та цифрових стратегій на сприйняття політичної інформації, визначення факторів, що сприяють формуванню резонансу політичних меседжів серед молоді, та вивчення ролі цифрових інструментів у створенні політичних наративів. Важливим є також оцінювання впливу цих процесів на формування політичної культури в умовах глобалізації та посилення інформаційної конкуренції, що має стратегічне значення для розвитку громадянського суспільства та демократичних інститутів в Україні. Політична культура молоді – це сукупність політичних знань, цінностей, настанов, норм, моделей поведінки та форм участі, які визначають ставлення молодого покоління до політичної системи, її інститутів, процесів і явищ, а також рівень їхньої активності та включеності в політичне життя суспільства. Вона формується під впливом соціальних інститутів, історико-культурного контексту, освітнього середовища та особистісного досвіду і виступає важливим чинником політичної соціалізації, стабільності демократичного розвитку та модернізації політичної системи.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У дослідженні В. Крижановської запропоновано детальний аналіз цифровізації політичної участі з огляду на її ризики і перспективи. Авторка зазначає, що цифрові платформи відкривають можливості для молоді брати участь у політичних ініціативах, проте такі недоліки, як дезінформація та маніпуляції, залишаються вагомими проблемами [3]. Праця І. Каліні та її колег висвітлює використання цифрових медіа та соціальних мереж у виборчих кампаніях. Науковці детально розглядають, як ці платформи впливають на мобілізацію виборців, підкреслюючи їхню здатність швидко поширювати політичні меседжі серед молоді [4].

Вплив засобів масової комунікації на формування політичних уподобань здобувачів вищої освіти досліджують вчені О. Гуцол та Р.-У. Гуцол, наголошуючи на важливості розвитку медіаграмотності. В їхній роботі виділено роль критичного мислення в протидії дезінформації та маніпуляціям [5].

У дослідженні В. Світлої проаналізовано наслідки диджиталізації для громадської думки, особливо в аспекті прозорості цифрової комунікації. Авторка підкреслює, що хоча цифрові платформи посилюють взаємодію між політиками та громадськістю, вони також створюють ризики нерівного доступу до інформації [6].

Аналіз міжнародного досвіду представлено в роботі Ю. Гетман, яка порівнює підходи до громадсько-політичної активності в різних країнах, наголошуючи, що український контекст потребує особливого підходу до інтеграції цифрових технологій у політичні процеси [7]. У дослідженні Л. Полторака розглянуто міжнародний і вітчизняний досвід формування громадянської позиції через цифрові платформи, зокрема через державну підтримку молодіжних ініціатив [8].

Роль цифровізації у формуванні молодіжної політики досліджує О. Пархоменко-Куцевіл, яка підкреслює необхідність адаптації цифрових інструментів до реалій українського суспільства. Авторка акцентує увагу на такій проблемі, як низький рівень залученості молоді через цифрову нерівність [9]. Праця В. Путрашика та його співавторів пропонує аналіз впливу цифрової журналістики на формування громадської думки про повномасштабну російсько-українську війну, наголошуючи на її мобілізаційному потенціалі [10].

Проаналізовані роботи висвітлюють різні аспекти політичної комунікації в епоху цифрових медіа, підкреслюючи як можливості, так і виклики цифровізації. Водночас ідентифіковано прогалини у вивченні специфіки українського контексту, що відкриває перспективи для подальших досліджень у цій сфері.

Формулювання цілей. Метою статті є дослідження механізмів впливу цифрових медіа на політичну комунікацію, формування громадської думки серед молоді в Україні та зміни її політичної культури.

Виклад основного матеріалу. Поняття «політична культура молоді» розуміється нами як інтегральна характеристика політичної свідомості, настанов, орієнтацій і моделей поведінки молодого покоління, яка охоплює: засвоєну систему політичних знань та уявлень; ціннісно-нормативні орієнтири щодо політики, влади, держави, демократії тощо; емоційно-психологічне ставлення до політичних інститутів і процесів; форми політичної участі (від інформованості до активної участі в політичному житті); рівень довіри до політичної системи та інститутів громадянського суспільства.

Цифрові медіа значно трансформували політичну комунікацію, особливо у взаємодії з молодіжною аудиторією, яка є однією з найбільш активних груп користувачів новітніх технологій. Сучасні тенденції розвитку цифрових платформ демонструють зростання впливу соціальних мереж, алгоритмів персоналізації контенту та інтерактивних форматів на політичні процеси. В Україні, де понад 70% молоді активно користуються цифровими пристроями, як вказує Л. Полторака, ці процеси набувають особливої ваги [8]. Політичні партії, громадські організації та окремі лідери думок активно ви-

користовують нові інструменти цифрової комунікації, щоб залучити молодь до участі у виборах, акціях чи обговореннях важливих суспільних питань. Одночасно зростають і ризики маніпуляцій, пов'язаних із поширенням фейкових новин, таргетингом уразливих груп та створенням «інформаційних бульбашок» (рисунок).

Зміни в розвитку цифрових медіа суттєво трансформують механізми політичної комунікації, створюючи нові можливості для взаємодії з молодіжною аудиторією, але водночас породжуючи складнощі, пов'язані з дезінформацією та маніпуляціями. Зростання ролі соціальних мереж, як-от Instagram, TikTok та Telegram, формує динамічне середовище, де політичні ідеї поширюються миттєво, але іноді стають поверхневими через формат подачі. Наприклад, короткі відеоролики на TikTok із політичними меседжами часто здатні викликати емоційну реакцію, не забезпечуючи глибокого аналізу змісту.



Рисунок. Основні тенденції розвитку цифрових медіа та їхній вплив на політичну комунікацію серед молоді в Україні

Алгоритми персоналізації, що лежать в основі більшості цифрових платформ, водночас збільшують ефективність донесення меседжів до конкретних груп користувачів, але сприяють формуванню так званих «інформаційних бульбашок». Це призводить до того, що молодь споживає лише контент, який підтверджує їхні переконання, уникаючи альтернативних поглядів, що обмежує розвиток критичного мислення. Як приклад, використання тар-

гетингових кампаній під час виборів в Україні дозволяє політичним силам охоплювати специфічні групи молоді, але також спричиняє ризик алгоритмічних упереджень, коли важлива інформація може залишатися поза увагою окремих аудиторій.

Інтерактивні формати, зокрема прямі трансляції, опитування та меми, підвищують рівень залученості молоді до політичного дискурсу, забезпечуючи неформальну, але ефективну взаємодію між політичними лідерами та виборцями. Наприклад, трансляції в Instagram, де лідери думок відповідають на запитання в реальному часі, формують атмосферу довіри та взаємодії. Проте така комунікація може іноді спрощувати складні політичні теми до розважального формату, що впливає на рівень політичної освіченості.

Особливу увагу слід приділити загрозі дезінформації, яка через цифрові платформи стає інструментом інформаційної війни. Наприклад, поширення фейкових новин у соціальних мережах під час повномасштабного російського вторгнення в Україну стало чималою проблемою. Як вказує К. В. Лукач, це підкреслює необхідність посилення медіаграмотності, зокрема через освітні ініціативи, спрямовані на підвищення критичного мислення серед молоді [2]. Такі програми, як «Фільтр», допомагають зменшити вплив маніпуляцій та дезінформації, формуючи покоління, здатне протидіяти інформаційним викликам цифрової епохи.

Механізми поширення політичних меседжів у цифровому середовищі, як підкреслює Ю. Гетман, базуються на адаптації інформації до характеристик цільової аудиторії, використанні інтерактивних форматів та персоналізації контенту [7]. Основними інструментами є соціальні мережі, алгоритми, що формують унікальні стрічки новин, і рекламні кампанії з точним таргетингом. Соціальні платформи забезпечують швидкість і масштабність охоплення, тоді як алгоритми та інтерактивні елементи сприяють залученню користувачів до політичного дискурсу. Ці механізми створюють ефективні канали комунікації, але також спричиняють ризики маніпуляцій і обмеження доступу до альтернативних поглядів (таблиця).

Механізми поширення політичних меседжів, представлені в таблиці, ілюструють різні підходи до побудови комунікації в цифровому середовищі. Соціальні мережі виконують функцію багатоканальних платформ для передачі інформації, забезпечуючи як горизонтальну (поширення між користувачами), так і вертикальну (передача від офіційних джерел до громадськості) комунікацію. Наприклад, під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну 2022 р. такі платформи, як Telegram та Twitter, стали ключовими засобами для швидкого розповсюдження інформації про загрози, евакуацію та підтримку, водночас виступаючи каналами для збору ресурсів і мобілізації громадян.

Механізми поширення політичних меседжів у цифровому середовищі та їхній вплив

Механізм поширення	Ключові характеристики	Результати та вплив
Соціальні мережі	Швидке поширення інформації через платформи (Facebook, Instagram, TikTok); акцент на візуальному контенті, відео та мемах	Масове охоплення, мобілізація молоді, але також ризик поширення дезінформації
Алгоритми персоналізації	Створення персоналізованих стрічок новин на основі поведінки користувачів, їхніх інтересів і геолокації	Зростання ефективності комунікації, але ризик формування «інформаційних бульбашок» і обмеження доступу до альтернативної інформації
Інтерактивний контент	Стріми, опитування, короткі відео, чатботи для залучення користувачів до політичного діалогу	Створення ефекту відкритості, формування довіри до політичних діячів, але спрощення складних політичних тем
Рекламні кампанії	Використання таргетингових інструментів для досягнення різних сегментів аудиторії; адаптація політичних меседжів до інтересів користувачів	Підвищення впізнаваності політичних діячів, можливість маніпуляцій через емоційний контент

Алгоритми персоналізації, інтегровані в платформи, зокрема YouTube та Facebook, дозволяють адаптувати меседжі до індивідуальних особливостей користувачів. У цьому контексті Україна може слугувати прикладом використання таких алгоритмів у проєктах медійної підтримки військових. Зокрема, таргетована реклама у Facebook для інформування громадян про важливість волонтерської підтримки залучала аудиторію з огляду на її географічне розміщення та попередні уподобання, що підвищувало ефективність комунікації. Проте існує проблема алгоритмічної ізоляції, яка спостерігалася у випадках, коли аудиторія отримувала лише підтвердження власних переконань, уникаючи доступу до альтернативних поглядів.

Інтерактивний контент розширює горизонти політичної участі, забезпечуючи прямий зв'язок між громадянами та політиками. Наприклад, у межах реформи децентралізації в Україні інтерактивні стріми з сільськими голо-

вами, які проводилися на платформі Zoom, стали ефективним інструментом для обговорення місцевих проблем. Водночас меми та гумористичні відео, популяризовані в TikTok, не лише створюють вірусний ефект, але й використовуються для складних політичних дискусій. Наприклад, гумористичний підхід застосовувався для пояснення бюджету країни, привертаючи увагу аудиторії, яка раніше не цікавилася цими питаннями.

Рекламні кампанії, які включають таргетинг, не обмежуються лише традиційною рекламою. Наприклад, у рамках кампаній щодо підвищення енергетичної безпеки України 2023 р. використовувалися інтегровані повідомлення в мобільних додатках банків для інформування населення про необхідність енергозбереження. Подібний підхід дозволяє охоплювати аудиторію в точках безпосереднього контакту з щоденними технологіями.

Формування політичної свідомості молоді в сучасних умовах цифрового середовища є багатофакторним процесом, який залежить від багатьох компонентів, зокрема від впливу лідерів думок, розповсюдження дезінформації та застосування маніпулятивних цифрових інструментів. L. Muth і C. Peter вказують, що молодь як одна з найбільш активних аудиторій у цифровому середовищі часто зазнає впливу контенту, що створюється публічними особами або поширюється через соціальні платформи [12]. Лідери думок, які діють у сфері блогерства, активізму чи медіа, мають змогу формувати погляди молодіжної аудиторії завдяки довірі, яка ґрунтується на їхній персоналізованій взаємодії з прихильниками. Одночасно дезінформація та цифрові маніпуляції, як-от алгоритмічні обмеження доступу до альтернативних джерел чи поширення фейкових новин, значно впливають на сприйняття молоддю політичних подій, часто знижуючи в них рівень критичного мислення.

Лідери думок стали ключовими фігурами в українському інформаційному просторі, на думку В. Крижановської, особливо після 2022 р. [3]. Наприклад, блогер і військовий волонтер Сергій Стерненко активно використовує свої сторінки в соціальних мережах для пояснення складних політичних процесів, як-от законодавчі ініціативи або міжнародна підтримка України. Його відео на YouTube з аналізом політичних подій набирають сотні тисяч переглядів, впливаючи на формування політичної позиції молодіжної аудиторії. Водночас виникає ризик надмірної суб'єктивності, коли акценти в комунікації можуть бути зміщені на користь власних поглядів автора.

Дезінформація активно поширюється через месенджери, зокрема Telegram. У 2023 р. в українському інфопросторі було зафіксовано фейкові повідомлення в каналах, пов'язаних з окупованими територіями, наприклад, «Новости Запорожжя». Ці повідомлення часто містили інформацію про «провали» української армії або перебільшені втрати, створюючи панічні настрої серед місцево-

го населення. Такі канали були ідентифіковані як частина інформаційної війни та заблоковані завдяки співпраці з українськими кібервійськами.

Розважальний контент також став вагомим інструментом політичного впливу. Наприклад, у TikTok активно поширювалися відео з використанням хештегу #StandWithUkraine, які розповідали про важливість міжнародної підтримки України. Один із популярних роликів, створений українським блогером із псевдонімом «ПолітЛегко», пояснював значення ленд-лізу для економіки країни у формі анімованої історії, яка набрала понад мільйон переглядів. А. Kutsyk і V. Golovei вважають, що такий формат допомагає донести складну інформацію в доступний спосіб, але водночас може спрощувати сприйняття та знижувати критичність аудиторії [11].

Емоційні кампанії активно використовуються для залучення молоді до волонтерських ініціатив. Наприклад, проєкт «Повернись живим» створив серію відеороликів, у яких військові ділилися своїми історіями з фронту. Один із таких роликів зібрав понад 5 мільйонів переглядів у YouTube і став поштовхом до нової хвилі збору коштів на підтримку армії [11]. Такий контент формує сильний емоційний зв'язок з аудиторією, але вимагає обережного підходу, щоб уникнути надмірного емоційного перенасичення.

Цифрові маніпуляції також проявляються через селективне висвітлення інформації на платформах із високим рівнем аудиторії серед молоді. Наприклад, у 2023 р. на платформах YouTube і Instagram були зафіксовані випадки, коли рекламні кампанії певних політичних діячів у форматі спонсорованих відео представляли лише позитивні аспекти їхньої діяльності, уникаючи згадок про контroversійні рішення або невиконані обіцянки. Такі відео часто поширювалися в стилі «історій успіху» із закликом підтримати подальші ініціативи. Це створювало в молодіжній аудиторії враження об'єктивності, хоча насправді матеріали мали однобічний характер, спрямований на маніпуляцію громадською думкою.

Рівень політичної залученості молоді в Україні через цифрові платформи демонструє щораз більшу тенденцію, що підтверджується результатами національних опитувань. Згідно з дослідженням «Молодь України 2021», 52% респондентів віком 13–15 років і 32% віком 16–35 років вважають себе активними членами своїх громад. Ця активність проявляється через участь у розвитку публічних просторів, відвідування культурних та спортивних заходів, а також підтримку електронних петицій, що здійснюється 35% молоді. Крім того, 25% молодих людей стежать за діяльністю посадовців, а 17% займаються волонтерською діяльністю для соціальних та політичних справ.

Політична участь молоді також відображається в їхній готовності брати участь у виборах. Серед молоді віком 10–15 років 83% планують голосувати,

коли отримують таку можливість. Серед тих, хто мав право голосу в 2019–2020 рр., 74% брали участь у президентських виборах, 53% – у парламентських, а 52% – у місцевих виборах [16; 17].

Рівень політичної залученості молоді в Україні через цифрові платформи має значний потенціал, однак його реалізація обмежується низкою структурних і технологічних бар'єрів. Одним із ключових викликів є цифрова нерівність, яка залишається, на думку В. Крижановської, значущою проблемою в регіонах із нерозвинутою інфраструктурою доступу до інтернету [3]. У районах, які постраждали від бойових дій, відсутність стабільного зв'язку або електроенергії фактично виключає молодь із громадського дискурсу. Наприклад, дослідження Л. Полторака показали, що лише 58% молоді на деокупованих територіях мають стабільний доступ до цифрових платформ [8].

Другим бар'єром є інформаційна перевантаженість, коли молодь зіштовхується з надмірною кількістю інформації, яка часто є суперечливою або незрозумілою. У сучасному цифровому середовищі соціальні платформи, як от Instagram чи Telegram, не лише надають доступ до політичних тем, але й генерують потоки новин, які важко перевірити або критично осмислити. Це спричиняє когнітивну втому, що обмежує залученість до тривалих політичних дискусій.

Особливе значення має політична ізоляція через алгоритмічні фільтри, коли соціальні мережі показують користувачам лише контент, який підтверджує їхні попередні переконання. Така ситуація призводить до формування «інформаційних бульбашок», які знижують рівень обізнаності молоді про альтернативні позиції або ширший контекст політичних подій. Наприклад, у Facebook алгоритми таргетингових кампаній під час виборів у 2020 р. в Україні обмежували доступ до загальної інформації про кандидатів, формуючи вузьке уявлення про політичний спектр [4].

Недовіра до інституцій є ще одним значним бар'єром. Молодь часто сприймає громадські ініціативи або онлайн-консультації як формальність, що не впливає на реальні рішення [1]. Це частково пов'язано з низькою прозорістю процесів ухвалення рішень. Наприклад, в опитуванні 2023 р. 64% молодих респондентів зазначили, що вони брали участь в електронних петиціях, але жодного разу не бачили реального результату таких дій [17].

Культурні та психологічні бар'єри також відіграють важливу роль. Серед молоді зберігається тенденція до сприйняття політики як складної та недоступної сфери, яка не має прямого впливу на їхнє життя. Крім того, вплив розважального контенту, що домінує на таких платформах, як TikTok, часто зменшує зацікавленість у серйозних темах, особливо коли політична інформація не має емоційно привабливої форми подачі.

Зрештою, як вказують О. Гуцол та Р.-У. Гуцол, відсутність інтеграції молодіжних цифрових ініціатив у системні політичні процеси створює бар'єр для довгострокової участі [5]. Наприклад, онлайн-ініціативи на кшталт обговорення законопроектів у «Дії» часто залишаються лише на етапі зворотного зв'язку, не включаючи молодь у подальші етапи реалізації.

Розроблення ефективних рекомендацій щодо покращення політичної грамотності молоді, забезпечення прозорості цифрової комунікації та протидії маніпуляціям у цифровому середовищі вимагає комплексного підходу. Насамперед необхідно створювати освітні програми, спрямовані на розвиток критичного мислення та вміння аналізувати джерела інформації. Медіаграмотність має стати частиною шкільної та університетської програм, включаючи навчання з виявлення маніпулятивних технік, фейкових новин і алгоритмічних обмежень. Наприклад, інтеграція модулів із медіааналітики в дисципліни з гуманітарних і соціальних наук сприятиме формуванню стійкості молоді до інформаційного впливу.

Забезпечення прозорості цифрової комунікації має ґрунтуватися на впровадженні стандартів відповідальності для соціальних платформ. Державні органи можуть ініціювати розроблення регламентів щодо маркування політичної реклами, розкриття джерел фінансування кампаній та звітності про алгоритми таргетингу. Крім того, необхідно створювати незалежні майданчики для перевірки фактів, які допоможуть користувачам швидко ідентифікувати достовірність інформації. Такі проекти, як уже наявний в Україні «СтопФейк», можуть бути масштабовані для інтеграції в популярні соціальні платформи.

Для протидії маніпуляціям у цифровому середовищі важливо розвивати механізми раннього виявлення дезінформації. Використання штучного інтелекту для аналізу інформаційних потоків дозволить ідентифікувати поширення маніпулятивного контенту на ранніх етапах. Наприклад, алгоритми аналізу тональності тексту та виявлення аномалій у поширенні новин можуть слугувати ефективним інструментом для цифрових платформ. Водночас необхідно посилювати відповідальність за поширення маніпуляцій, запроваджуючи штрафи для організацій, які навмисно продукують та поширюють фейки.

Залучення молоді до створення контенту також є важливим аспектом протидії маніпуляціям. Підтримка ініціатив, у межах яких молоді люди можуть створювати інформаційні проекти, зосереджені на роз'ясненні складних політичних процесів, сприятиме формуванню активної громадянської позиції. Наприклад, платформи для створення відеоконтенту з відкритим доступом

до офіційних даних можуть стати основою для розроблення наочних і доступних матеріалів про політику.

Спільні зусилля державних, громадських і приватних організацій мають бути спрямовані на формування довіри до цифрових ініціатив через активне залучення молоді до процесів прийняття рішень. Це може включати інтерактивні консультації, публічні обговорення законопроектів і створення цифрових платформ для відкритого діалогу між владою та громадянами. Забезпечення прозорості таких платформ допоможе знизити рівень недовіри до цифрової комунікації, а розроблення захисних механізмів проти маніпуляцій сприятиме підвищенню політичної культури серед молоді.

Висновки. Дослідження засвідчило, що в умовах цифрової епохи політична комунікація набуває ключового значення у формуванні громадської думки молоді – найбільш залученої до цифрових платформ аудиторії. Особливий акцент зроблено на вивченні способів трансляції політичних меседжів, що реалізуються через соціальні мережі, алгоритми персоналізованої видачі контенту та інтерактивні комунікаційні моделі.

З'ясовано, що цифрові технології забезпечують швидке та широкомасштабне поширення інформації, проте одночасно створюють підґрунтя для маніпуляцій і розповсюдження недостовірної інформації. Серед основних викликів – недостатній рівень критичного мислення серед молоді, що робить її вразливою до дезінформації; нерівний доступ до цифрових ресурсів, особливо в окремих регіонах; а також формування «інформаційних бульбашок» унаслідок дії алгоритмічних фільтрів. Відсутність прозорості в ухваленні рішень у цифровому середовищі також негативно впливає на рівень довіри з боку молодого покоління.

У зв'язку з цим рекомендовано впроваджувати системні освітні програми з медіаграмотності на всіх рівнях навчання. Крім того, важливо розробити національні стандарти прозорості у сфері цифрової комунікації. Серед пріоритетних завдань – створення незалежних платформ для перевірки фактів та розвиток інструментів раннього виявлення дезінформації із залученням технологій штучного інтелекту.

Подальші дослідження доцільно зосередити на розробленні гнучких моделей комунікації, які об'єднують цифрові інновації з традиційними підходами, забезпечуючи баланс між ефективністю технологій та етичними принципами. Перспективними напрямками є також емпіричне вивчення впливу різноманітних типів контенту на політичну культуру молоді, а також створення інтерактивних платформ для громадської участі, які сприятимуть розвитку політичної культури молодого покоління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ковалевська Т. А. Особливості політичної комунікації в мережі Інтернет. *Регіональні студії*. 2023. № 34. С. 91–95. URL: http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/34/34_2023.pdf#page=91 (дата звернення: 17.04.2025).
2. Лукач К. В. Вплив цифрових технологій на розвиток політичної комунікації. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 1. С. 135–139. URL: https://www.researchgate.net/profile/Olena-Guseva/publication/356667429_Podoroznij_naris_i_travelog_aspekti_komunikacii/links/61a76a4a6864311d939011f8/Podoroznij-naris-i-travelog-aspekti-komunikacii.pdf#page=135 (дата звернення: 10.03.2025).
3. Крижановська В. Цифровізація політичної участі: загрози та перспективи. *Грані: наук.-теор. альманах*. 2021. Т. 24, №9. С. 82–90. doi: <https://doi.org/10.15421/172193>.
4. Каліна І. І., Майстренко К. М., Холашинський К. Роль цифрових медіа та соціальних мереж у виборчих кампаніях. *Публічне урядування*. 2023. № 2 (35). С. 17–22. doi: [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2023-2\(35\)-2](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2023-2(35)-2).
5. Гуцол О., Гуцол Р.-У. Медіа та політика: як ЗМК впливають на політичні уподобання та переконання студентів. *Інтегровані комунікації*. 2024. № 1 (17). С. 115–122. doi: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1715>.
6. Світла В. В. Громадська думка та політичні наслідки діджиталізації: специфіка та вектори взаємовпливу. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2023. № 2 (58). С. 92–98. doi: [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2\(58\).285610](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2(58).285610).
7. Гетман Ю. Зарубіжний досвід досліджень громадсько-політичної активності онлайн. *Sociology: Theory, Methods, Marketing*. 2023. № 2. С. 104–115. URL: <https://stmm.in.ua/archive/ukr/2023-2/7.pdf> (дата звернення: 03.02.2025).
8. Полтораки Л. Ю. Міжнародний та вітчизняний досвід державної політики формування активної громадянської позиції. *Публічне управління та регіональний розвиток*. 2021. № 12. С. 454–475. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1617/1/%d0%9f%d0%be%d0%bb%d1%82%d0%be%d1%80%d0%b0%d0%ba%20%d0%9b.%20%d0%ae..pdf> (дата звернення: 17.04.2025).
9. Пархоменко-Куцевіл О. Цифровізація формування та реалізації державної молодіжної політики в Україні. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2024. № 1 (19). С. 207–219. doi: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-1\(19\)-207-219](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-1(19)-207-219).
10. Путрашик В. І., Марчук Г. І., Плеханова Т. М. Цифрова журналістика та вплив соціальних мереж на формування громадського уявлення про російсько-українську війну. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74), № 2, ч. 2. С. 189–195. doi: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.2/30>.
11. Kutsyk A., Golovei V. Social networks as a factor in the development of civil society in Ukraine. *European Journal of Transformation Studies*. 2020. Vol. 8, Issue 1. P. 109–125. URL: <https://czasopisma.bg.ug.edu.pl/index.php/journal-transformation/article/view/5000> (дата звернення: 03.01.2025).

12. Muth L., Peter C. Social Media Influencers' Role in Shaping Political Opinions and Actions of Young Audiences. *Media and Communication*. 2023. Vol. 11, Issue 3. P. 164–174. doi: <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6750>.
13. Dreshpak V. M. Transformation of subjects of public communication in innovative information space of modern Ukraine. *International Journal of Information Systems and Change Management*. 2019. Vol. 11, Issues 3/4. P. 292–309. doi: <https://doi.org/10.1504/IJISCM.2019.107518>.
14. Perloff R. M. (2021). The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age. Routledge. doi : <https://doi.org/10.4324/9780429298851>.
15. Alberti A., De Serio L. (2020). Social media and politics: The case of Ukraine. *Geopolitical, Social Security and Freedom Journal*. №3 (1). P. 65–86. URL: <https://intapi.sciendo.com/pdf/10.2478/gssfj-2020-0006>.
16. Молодь України 2021: участь у громадському житті. *Info Sapiens*. 2024. URL: <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=174> (дата звернення: 09.03.2025).
17. Громадська та політична активність молоді: сучасна дійсність. *Громадський проєкт*. 2024. URL: <https://www.prostir.ua/?focus=hromadska-ta-politychna-aktyvnist-molodi-suchasna-dijsnist> (дата звернення: 16.02.2025).

REFERENCES

1. Kovalevska, T. A. (2023). Osoblyvosti politychnoi komunikatsii v merezhi Internet. *Rehionalni studii – Regional Studies*, 34, 91–95. URL: http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/34/34_2023.pdf#page=91 [in Ukrainian].
2. Lukach, K. V. (2018). Vplyv tsyfrovyykh tekhnolohii na rozvytok politychnoi komunikatsii. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii – State and Regions. Series: Social Communications*, 1, 135–139. URL: https://www.researchgate.net/profile/Olena-Guseva/publication/356667429_Podoroznij_naris_i_travelog_aspekti_komunikatsii/links/61a76a4a6864311d939011f8/Podoroznij-naris-i-travelog-aspekti-komunikatsii.pdf#page=135 [in Ukrainian].
3. Kryzhanivska, V. (2021). Tsyfrovyzatsiia politychnoi uchasti: zahrozy ta perspektyvy. *Naukovyi almanakh Hrani – Scientific Almanac Grani*, Vol. 24, 9, 82–90. doi: <https://doi.org/10.15421/172193> [in Ukrainian].
4. Kalina, I. I., Maistrenko, K. M., Kholashchynskyi, K. (2023). Rol tsyfrovyykh media ta sotsialnykh merezh u vyborchyykh kampaniiakh. *Publichne uriaduvannia – Public Administration*, Vol. 2, 35, 17–22. doi: [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2023-2\(35\)-2](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2023-2(35)-2) [in Ukrainian].
5. Hutsol, O., Hutsol, R.-U. (2024). Media ta polityka: yak ZMK vplyvaiut na politychni upodobannia ta perekonannia studentiv. *Intehrovani komunikatsii – Integrated Communications*, Vol. 1, 17, 115–122. doi: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1715> [in Ukrainian].
6. Svitla, V. V. (2023). Hromadska dumka ta politychni naslidky didzhitalizatsii: spetsyfika ta vektory vzaiemovplyvu [Public opinion and political consequences of digitalization:

- Specifics and vectors of interaction]. *Visnyk NTUU «KPI». Politolohiia. Sotsiolohiia. Pravo – Bulletin of NTUU «KPI». Political Science. Sociology. Law, Vol. 2, 58, 92–98. doi: [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2\(58\).285610](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2(58).285610) [in Ukrainian].*
7. Hetman, Yu. (2023). Zarubizhnyi dosvid doslidzhen hromadsko-politychnoi aktyvnosti onlain. *Sociology: Theory, Methods, Marketing, 2, 104–115. URL: <https://stmm.in.ua/archive/ukr/2023-2/7.pdf>* [in Ukrainian].
8. Poltorak, L. Yu. (2021). Mizhnarodnyi ta vitchyzniani dosvid derzhavnoi polityky formuvannia aktyvnoi hromadianskoi pozytsii. *Publichne upravlinnia ta rehionalnyi rozvytok – Public Administration and Regional Development, 12, 454–475. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1617/1/%d0%9f%d0%be%d0%bb%d1%82%d0%be%d1%80%d0%b0%d0%ba%20%d0%9b.%20%d0%ae..pdf>* [in Ukrainian].
9. Parkhomenko-Kutsevil, O. (2024). Tsyfrovyzatsiia formuvannia ta realizatsii derzhavnoi molodizhnoi polityky v Ukraini. *Aktualni pytannia u suchasni nautsi – Current Issues in Modern Science, Vol. 1, 19, 207–219. doi: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-1\(19\)-207-219](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-1(19)-207-219)* [in Ukrainian].
10. Putrashyk, V. I., Marchuk, H. I., Plekhanova, T. M. (2024). Tsyfrova zhurnalistyka ta vplyv sotsialnykh merezh na formuvannia hromadskoho uiavlennia pro rosiisko-ukrainsku viinu. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka – Scientific Notes of TNU named after V. I. Vernadskyi. Series: Philology. Journalism, Vol. 35(74), part 2(2), 189–195. doi: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.2/30>* [in Ukrainian].
11. Kutsyk, A., Golovei, V. (2020). Social networks as a factor in the development of civil society in Ukraine. *European Journal of Transformation Studies, Vol. 8, 1, 109–125. URL: <https://czasopisma.bg.ug.edu.pl/index.php/journal-transformation/article/view/5000>*
12. Muth, L., Peter, C. (2023). Social Media Influencers' Role in Shaping Political Opinions and Actions of Young Audiences. *Media and Communication, Vol. 11, 3, 164–174. doi: <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6750>*
13. Dreshpak, V. M. (2019). Transformation of subjects of public communication in innovative information space of modern Ukraine. *International Journal of Information Systems and Change Management, Vol. 11, 3/4, 292–309. doi: <https://doi.org/10.1504/IJISCM.2019.107518>*
14. Perloff, R. M. (2021). The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429298851>
15. Alberti, A., De Serio, L. (2020). Social media and politics: The case of Ukraine. Geopolitical, *Social Security and Freedom Journal, Vol. 3,1, 65–86. URL: <https://intapi.sciendo.com/pdf/10.2478/gssfj-2020-0006>*
16. Molod' Ukrainy 2021: uchast' u hromadskomu zhytti (2024). *Info Sapiens. URL: <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=174>* [in Ukrainian].
17. Hromadska ta politychna aktyvnist' molodi: suchasna diisnist' (2024). *Hromadskyi prostir. URL: <https://www.prostir.ua/?focus=hromadska-ta-politychna-aktyvnist-molodi-suchasna-diisnist>* [in Ukrainian].

Artemchuk Oleksandr Fedorovych, PhD student Department of Social Sciences and Humanities, Private Higher Educational Institution “European University”, Kyiv, Ukraine

Pobochii Roman Volodymyrovych, PhD student, Department of Social Sciences and Humanities, Private Higher Educational Institution “European University”, Kyiv, Ukraine

YOUTH OF UKRAINE IN THE ERA OF DIGITAL POLICY: INFORMATION TRANSFORMATIONS AND CHANGES IN OF POLITICAL CULTURE

The article focuses on the fact that young people, as the most active audience of digital platforms, are significantly influenced by the latest communication mechanisms, such as social networks, content personalisation algorithms and interactive formats. It has been found that along with positive changes, digital communication poses a number of challenges related to the spread of disinformation, manipulative content and the formation of information isolation. The relevance of the study is substantiated by the need to identify ways to optimise digital political communication to increase its transparency and efficiency. The author emphasises that in order to improve critical thinking skills in the field of politics among young people, it is necessary to implement media literacy education programmes, develop fact-checking mechanisms, use artificial intelligence technologies for early detection of disinformation and ensure transparency of digital platforms. It is recommended to pay special attention to the creation of interactive platforms that will engage young people in discussion and decision-making, increasing their trust in public and political initiatives.

Keywords: youth of Ukraine, political culture of youth, digital age, information transformations.

