

https://doi.org/10.31516/2410-5325.079.01*
УДК 008(=161.2):077.5](045)

РІВЕНЬ УКРАЇНІЗАЦІЇ ТА СУСПІЛЬНОЇ АКТУАЛЬНОСТІ ТОПОВИХ АКАУНТІВ YOUTUBE, INSTAGRAM, TIKTOK

К. В. Кислюк

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна
k_k_v@ukr.net

K. Kysliuk

Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0001-9092-6808>

К. В. Кислюк. Рівень українізації та суспільної актуальності топових акаунтів YouTube, Instagram, TikTok

У цій публікації здійснено спробу подати проміжний фактологічний зріз стану українського суспільства крізь призму його репрезентацій у ТОП-10 за кількістю підписників акаунтів популярних соціальних платформ YouTube, Instagram, TikTok наприкінці 2022 — на початку 2023 р. в умовах повномасштабної війни. Замість спрощеного, пов'язаного винятково з мовою, підходу, визначено інтегральний рівень «проукраїнськості» цих профілів, одночасно українізованості та суспільної актуальності, на основі як формальних (заставка/слоган/мова), так і змістовних (зміст відеоконтенту) маркерів. Використання мінімальних критеріїв (один показник із 3–4) надало задовільні результати, жорсткіших (відповідність принаймні двом критеріям) — незадовільні. Визначено, що за останні три місяці прискорення динаміки проукраїнськості в топових профілях YouTube та TikTok не відбувається. В Instagram вона так само стабільно висока. Найвищий рівень проукраїнськості instagram-акаунтів можна пояснити тим, що їх ведуть celebrities, котрі давно і тісно пов'язані з діяльністю у сфері української культури.

Ключові слова: війна, соціальні мережі, YouTube, Instagram, TikTok, українізованість, українська культура.

K. Kysliuk. The Degree of Ukrainianization and Social Relevance of the Top Youtube, Instagram, and TikTok Accounts

The purpose of the article is a definition of the degree of Ukrainianization and social relevance of the TOP-10 by the number of subscribers of Ukrainian authors

accounts in the most popular social platforms: YouTube, Instagram, TikTok at the end of 2022 — at the beginning of 2023 in the conditions of a full-scale war.

The methodology. A quantitative-qualitative approach had combined the cultural interpretation of the obtained results with a qualitative content-analysis for establishing markers of “pro-Ukrainity” for TOP-10 accounts of these social platforms that included both linguistic and visual (screensaver/slogan/story), and meaningful indicators (video content). The statistical analysis had determined the percentage of compliance of the top Ukrainian profiles to these markers in November 2022 and February 2023.

The results. It had been established that under the condition of minimum criteria (one indicator out of 3–4), the integral level of “pro-Ukrainity” of the leading profiles of social platforms popular in Ukraine was satisfactory (YouTube — 50%, Instagram — 80%, TikTok — 30%). Under the condition of a stricter approach (compliance with at least two criteria), the results were unsatisfactory. It had been determined that the dynamics of “pro-Ukrainity” in the top YouTube and TikTok profiles had not accelerated during the last three months. In Instagram, it is still remaining unchanged. The high level of Ukrainianization and social relevance of Instagram accounts had been explained by the fact that they were run by celebrities who had been long and closely associated with activities in the Ukrainian culture.

The scientific novelty. The author's analysis had made possible to move away from a simplified, exclusively language-related point of view on the issues under consideration.

The practical significance. The materials of this article can be used in the scientific and public discussions.

* This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Keywords: *war, social networks, YouTube, Instagram, TikTok, Ukrainianization, Ukrainian culture.*

Постановка проблеми. Дослідження соціальних платформ (які поєднують технології, інтерфейси соціальних мереж, функції соціальних медіа з елементами відеохостингів) є не лише самодостатнім напрямом *media studies*. З культурологічної точки зору, їх форма і зміст — один із найточніших зрізів будь-якої культури, передусім її структури та поточних трендів розвитку, які загалом можуть або доповнювати, або контрастувати з іншими, наприклад, соціологічними підходами.

Дослідникові динаміки українізації та суспільної актуальності популярних в Україні соціальних мереж доведеться зіткнутись з висуванням на перший план питання мови та спрощеною публіцистичністю (або іншою крайністю — надмірним радикалізмом) у визначенні їх відповідності актуальним потребам. Насправді, від масмедійного дискурсу складно очікувати усвідомлення того, що перший у рейтингу україномовних каналів на YouTube мультсеріал «Маша та медвідь» є не лише перекладом мультфільму російського виробництва, а за кількістю підписників майже вдвічі поступається іншому вітчизняному каналу SlivkiShow, який тільки робить перші кроки в зазначеному напрямку («Список найпопулярніших україномовних каналів на YouTube», 2023). Або навряд чи тиражуватиметься у суспільній свідомості факт його підвищеної уваги до іншого російського мультфільму — «Три богатирі та кінь на троні», який посів 8 місце серед 10 фільмів, пошукові запити щодо яких найшвидше зростали у 2022 р. (Тарасова, 2022). Тому подібні студії мають проводитись на більш суворому науковому рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Попри високий рівень проникнення соціальних платформ в українське суспільство, вітчизняні гуманітарії рідко вивчають їх як самостійне явище, наприклад, поширення Facebook та Instagram з точки зору соціальної та економічної географії (Пугач, 2021, с. 27) або YouTube як нову форму медіакомунікації (Галаджун, Бакай, 2020). Переважає інструменталістський підхід, у межах якого науковці розглядають соціальні

мережі як новітній засіб інтернет-маркетингу (репутаційного, рекламного тощо), цифрової трансформації певного бізнесу, дидактичний інструмент формування мовленнєвих або інформаційно-комунікаційних компетентностей, перспективну форму медійної діяльності тощо. На цьому тлі мають місце поодинокі спроби розглянути функціонування соціальних платформ в Україні з точки зору суспільної актуальності того контенту, який у них подається, наприклад, інформації про пандемію COVID-19 (Семен, 2021).

В осмисленні реалій воєнного часу на перше місце виходить поняття «національної стійкості», здатності успішного протистояння російській агресії, передусім у воєнно-економічному плані. На наш погляд, у культурологічному аспекті має йтися про подальшу консолідацію суспільства навколо української мови та етнокультурної традиції, зокрема з використанням усіх можливих засобів медіа, освіти та мистецтва. Узагальненню матеріалів щодо перебігу проукраїнських трендів у цій царині вже присвячено декілька статей (Гаврилюк, 2022; Мачулін, 2022; Мусієнко, 2022). Вони можуть стати надійною фактографічною основою для подальших фундаментальних досліджень, оскільки висвітлюють маловивчені аспекти «проукраїнізації» (аудіовізуальні). Більш аналітичні публікації з наукометричної бази Scopus відзначаються або надто довгими (Kozak, 2022), або надто короткими (Kravchenko, 2022) часовими межами в розгляді аналогічного матеріалу. Тому питання проукраїнської трансформації соціальних мереж в Україні в умовах російсько-української війни будуть актуальними ще тривалий час.

Мета статті — визначити рівень українізації та суспільної актуальності ТОП-10 за кількістю підписників вітчизняних авторських акаунтів у найпопулярніших соціальних платформах YouTube, Instagram, TikTok. Реалізацію зазначеної мети вможлилювали такі завдання:

- визначення авторських критеріїв українізації та суспільної актуальності акаунтів на соціальних платформах, які розглядаються;
- кількісний підрахунок відповідності цим критеріям каналів, які входять до десятки найпопулярніших у кожній із платформ;

- визначення динаміки українізації та суспільної актуальності найпопулярніших українських акаунтів у соціальних мережах за останні місяці (листопад 2022 — лютий 2023 р.);
- аналіз факторів впливу на обраховані показники та їх нещодавні зміни щодо кожної платформи зі зважанням на відомості про топові акаунти YouTube, Instagram, TikTok інших країн.

Провідні акаунти в українському сегменті Facebook і Telegram висвітлюються в інших наших публікаціях в інших аспектах (Кислюк, Божко, 2022; Божко, Кислюк, 2022).

Методологія дослідження вкладається в ричище візуальної культурології, яку ми розроблюємо. Вона покликана визначати наявний стан, структуру та напрями розвитку того чи іншого культурного феномену крізь призму його візуальних репрезентацій. Комплексний кількісно-якісний підхід дозволив відійти від спрощеної, пов'язаної винятково з мовою, точки зору на питання, що розглядаються. Передусім використано *якісний контент-аналіз*. У його процесі означено маркери «проукраїнськості», одночасно українізації та суспільної актуальності, топових акаунтів соціальних платформ, що вміщують і мовні, і візуальні (заставка/слоган/сторіз), і змістовні показники (зміст відеоконтенту), а також у результаті безпосереднього спостереження зафіксовано факт наявності/відсутності цих критеріїв у кожного з цих акаунтів у кожній соціальній платформі окремо. Надалі завдяки *статистичному аналізу* визначено відсоток відповідності зазначеним критеріям топових українських профілів у листопаді 2022 р. та в лютому 2023 р. Зрештою, *культурологічна інтерпретація* здобутих результатів була спрямована на їх кореляцію із загальнонаціональними та світовими культурними трендами й визначення культурних факторів впливу на них.

Виклад основного матеріалу дослідження. Значення соціальних платформ, які ми розглядаємо, в умовах російсько-української війни, на наш погляд, визначалось двома факторами. Перший — гранично широка зацікавлена аудиторія. Питому вагу користувачів Youtube, Instagram, TikTok нами підраховано на основі даних Державної служби статистики України

(<https://ukrstat.gov.ua>) станом на 1 січня 2022 р. Отримані дані відрізнялись від оцінок західних експертів і становили (стосовно загальної чисельності постійного населення без урахування АРК та чисельності населення старшого за 14 років) щодо YouTube — 68,3% та 80,3%, Instagram — 39,3% і 46,2%, для TikTok 25,7% та 30,3% відповідно (Kemp (ed.), 2022a). Згідно з пізнішими оцінками середини 2022 р., падіння аудиторії Instagram, зокрема і у зв'язку з вимушеною еміграцією жінок як основної категорії його користувачів, компенсовано порівняним за чисельністю зростанням аудиторії TikTok (Facebook та Instagram в Україні, 2022).

Другий фактор — соціальні медіа, які розглядаються, достатньо рівномірно охоплюють представників усіх вікових груп. Хоча зазначене більшою мірою стосується YouTube, однак він все одно поступається популярності серед молоді (18–24) TikTok. Це частково співпадає з віковим піком для Instagram (21–22), проте останній досі є надзвичайно популярним серед користувачів до 29 років (Facebook та Instagram в Україні, 2022).

Звичайно, як доводить світовий досвід, самі по собі наведені чисельні показники не є вирішальним фактором соціокультурної динаміки. Найбільший у світі показник «активних користувачів соціальних медіа» в 115% від загальної чисельності населення (Kemp (ed.), 2022) не робить Саудівську Аравію країною повністю відповідною стандартам розвинутої ліберальної демократії. Однак фактор впливу топових акаунтів, авторів яких давно вважають «лідерами думок», на мільйони своїх шанувальників, можна вважати важливим компонентом національного спротиву. Наголосимо, що маємо на увазі передусім внутрішньоукраїнську аудиторію, позаяк зовнішні рефлексії щодо війни в Україні перебігають у складному перетині проукраїнських челенджів іноземних громадян у соціальних мережах, поляризації офіційних західних медіа та активної російської пропаганди на обох майданчиках.

YouTube. Спершу проаналізовано ТОП-10 найпопулярніших за кількістю підписників українських youtube-каналів. Рейтинг створено за даними компанії «Social blade» (TOP-100

youtubers in Ukraine sorted by subscribers, 2023). Кількість підписників і переглядів відкориговано відповідно до моменту звернення безпосередньо до кожного з каналів (16.11.22 та 02.02.2023). 3-поміж основних маркерів «проукраїнськості» визначено: 1) наявність заставки з наочними елементами належності до України (передусім, жовто-синя кольорова гама); 2) мова, якою ведеться канал; 3) наявність у відеоконтенті з 24 лютого 2022 р. суспільно актуальних відео; 4) назви окремих відео (мовою оригіналу), які відображають розуміння авторами каналу факту ведення росією загарбницької війни проти України.

Оскільки суттєвих змін між двома переглядами не помічено, результати аналізу топових українських youtube-каналів підсумовуємо в таблиці 1.

Отже, навіть за найтолерантнішої умови наявності бодай одного показника із 4-х рівень українізованості та суспільної актуальності ТОП-10 за кількістю підписників українських youtube-каналів у лютому 2023 р. становив 50% (тобто 5 каналів з 10). За жорсткіших умов (відповідність принаймні 2 критеріям із 4) він не перевищував 20%. Жоден з каналів не міг бути визначений як повною мірою українізований та суспільно актуальний. Один із каналів взагалі є україномовною реплікою популярного російського мультсеріалу, який продовжує функціонувати увесь останній рік у звичайному режимі.

Абсолютна більшість авторів каналів, які розглядаються, у публічній площині також не задекларувала свою проукраїнську позицію. Наприклад, І. Зайченко («Vanzai») відзначився лише одним постом в Інстаграмі, у якому осуджував початок широкомасштабної агресії. А «Lady Diana» обмежилась двома відео у своєму топовому tiktok-профілі. Натомість саме безпосередня зачепленість війною колективу каналу «Magic Five» набула відображення в багатьох розміщених на каналі по-справжньому суспільно актуальних відео (Magic Five, 2022).

У лютому 2023 р., порівняно з листопадом 2022 р., на жодному каналі позитивних змін не зафіксовано. Навіть колектив каналу «Magic Five» в останні три місяці суспільно актуальних відео не викладав. Учасники гурту в

індивідуальних профілях у TikTok обмежуються розміщенням окремих ситуативних антивоєнних відео (Евтушенко Дима, 2022). Зміна одного з каналів у ТОПі на динаміку, яка розглядається, жодним чином не вплинула. Зіставлення рейтингу українських ютуберів від «Social blade» зі списком найпопулярніших україномовних каналів на YouTube у Вікіпедії від manifest.in.ua демонструє, що інтернет-версія телеканалу СТБ посідає 23 місце в загальному рейтингу, авторський канал «Чоткий паца» — 31 місце (TOP-100 youtubers in Ukraine sorted by subscribers, 2023).

На нашу думку, на показники проукраїнськості та суспільної актуальності провідних вітчизняних ютуберів передусім вплинула специфіка самої соціальної платформи, найрейтинговіші канали якої генерують суцільно дитячий і розважальний контент. Не дивно, що наявність виразно синьо-жовтого персонажа серед Rainbow Friends на дитячому каналі «Трум Трум» була прокоментована так само із суто дитячою безпосередністю (подаємо мовою оригіналу в авторській редакції): «Мой любимый персонаж из радужных друзей — это Блю, потому что он самый крутой и богатый».

Перегляд лідерів youtube-рейтингу від компанії «Social blade» зі Сполучених Штатів Америки та Республіки Польща продемонстрував, що жоден з тих каналів не відповідав жодному із застосованих нами критеріїв «проукраїнськості» для вітчизняних ютуберів. Водночас їх аналіз довів, що саме синьо-жовта кольорова гама на заставці використовується популярними американськими блогерами для підтримки України (канал «Mr DegrEE», @MrDegreeOfficial). Це означає, що формальні можливості для демонстрації проукраїнськості на YouTube існують, але половина українських ТОПів з YouTube взагалі не відреагувала на реальну загрозу існування рідної країни.

Instagram. Рейтинг найпопулярніших за кількістю підписників українських instagram-акаунтів з показниками, чинними на момент переглядів (16.11.22 та 02.02.2023), складено нами самостійно на основі відомостей, зібраних спеціалізованими маркетинговими платформами «Heepsy» (heepsy.com) та «StarNgage» (starngage.com). Маркер «Заставка» уточнено відповідно

Таблиця 1

**Рівень українізації та суспільної актуальності ТОП-10 найпопулярніших
за кількістю підписників українських youtube-каналів (лютий 2023 р.)**

№ рейт.	Назва каналу/опис	Показники	Заставка	Укр. мова	Контент	Назви відео
1	SlivkiShow Канал Ю. Шевченка, де головними дійовими особами є хом'як Стьопа та кіт Кукі	20,2 М підписн. 4 543 М перегляди	-	-	+ Нових проукраїнських відео не додано	+
2	Познаватель Авторський дитячий канал О. Павлова	18,3 М підписн. 9 148 М перегляди	+	-	-	- Жовто-синя кольорова гама на заставках до 3-4 повоєнних відео
3	ТрумТрум Майстер-класи зі скрапбукінгу та виготовлення прикрас, веселі пранки, корисні лайфхаки та багато іншого	14,3 М підписн. 6 616 М перегляди	+	-	-	- Додалось одне відео з чіткою українською належністю персонажа
4	Lady Diana 18-річна киянка, яка емігрувала до Іспанії	13,2 М підписн. 7 863 М перегляди	-	-	-	-
5	Маша та Ведмідь Україномовна версія популярного російського серіалу	12,1 М підписн. 5 248 М перегляди	-	+	-	-
6	Magic Five Фокуси	11,2 М підписн. 1 836 М перегляди	- Є окремі елементи	-	+ 11 відео з 23 суспільно актуальні Нових актуальних відео за три останні місяці не додано	+ Постійно використовується слово «війна»
7	Adriana Show Англомовний канал дитячих забавок	10,5 М підписн. 2 267 перегляди	-	-	-	-
8	Boys and Toys Огляди іграшок, челенджі або відеоблоги від братів Артура і Девіда	9,8 М підписн. 4 335 М перегляди	-	-	-	-
9	Vanzai Авторський канал І. Зайченка з Дніпра. Готує страви велетенських розмірів	8,65 М підписн. 1 903 М перегляди	-	-	-	-
10	TheBrainDit Розважальний ігровий канал Олега Брейна (справжні ім'я та прізвище — Олег Божинський)	8,37 М підписн. 3 095 М перегляди	-	-	-	-

Рівень українізації та суспільної актуальності ТОП-10 найпопулярніших за кількістю підписників українських instagram-акаунтів (лютий 2023 р.)

№ рейт.	Назва акаунту/опис	Показники	Заставка/Слоган	Укр. мова	Контент
1	ВОЛОДИМИР ЗЕЛЕНСЬКИЙ zelenskiy_official	16,9 М підписн.			
2	СВІТЛАНА ЛОБОДА LOBODA lobodaofficial співачка, шоу-зірка	15 М підписн.	+ Слоган «Stop War in Ukraine»	- Абс. більшість дописів — рос. мова	+ Є патріотичні фото, фото наслідків обстрілу Києва початку жовтня. В останні місяці — фото початку відновлення київських передмість
3	СНІЖАНА ОНОПКО Snejana Onorka snejanaonorka15 супермодель	11 М підписн.	+ Сторіз #NowarUkraine	- Англ. мова	- 3 антивоєнні пости, опубліковані в лютому-березні 2022 р.
4	ДОКТОР КОМАРОВСКИЙ doctor_komarovskiy Лікар, письменник, телеведучий	8,1 М підписн.	+ Сторіз	- Переважно російська	+ Українська символіка у відеопостах, рубрика «Казка українською», пародії на руські ідеологічні наративи. Фото і відео не просто патріотичні, а пародії на руські ідеологічні наративи.
5	МИХАЙЛО ПОПЛАВСЬКИЙ poplavskiy_michaill Ректор КНУКіМ	8 М підписн.	+ Заставка у синьо-жовтих кольорах. Патріотичні салогани «Популяризую українське», «Перемога на всіх одна»	+ -	-/+ Пости на державні свята, зображення в етностилі. Переважає реклама ЗВО, яке він очолює, та самопрезентація як ректора
6	АНИ (АНІ) ЛОРАК anilorak Співачка, шоу-зірка	6,9 М підписн.	-	-	- 1 антивоєнний пост у березні 2022 р.
7	НАСТЯ КАМЕНСЬКИХ NK/Nastia Kamenskykh kamenskukh Співачка, шоу-зірка	5,4 М підписн.	+ Сторіз War in Ukraine	+ -	+ Пости оновлюються
8	НАДЯ ДОРОФЄЄВА DOROFEEVA nadyadorofeeva Співачка, шоу-зірка	5,2 М підписн.	-	+ -	+ Є антивоєнні фото, фото наслідків бойових дій, заклики про благодійну допомогу постраждалим. Пости оновлюються Тренд останніх місяців — відео, присвячені ЗСУ
9	ЛЕСЯ НІКІТЮК lesia_nikituk телеведуча	4 М підписн.	+ Слоган SUPPORT UKRAINE	+ -	+ Патріотичні фото в етнокультурному стилі, іноді стилі мілітарі. Пости оновлюються
10	АЛЕНА (АЛЬОНА) ВЕНУМ alana_venum лакшері-блогерка	3,9 М підписн.	-	-	- Окремі пости, найсильніший антивоєнний пост — палаючий торговельний центр у рідному Кременчуці
11	ДМИТРО МОНАТІК Dmytro Monatik monatik_official співак, шоу-зірка	2,8 М підписн.	+ Заставка у синьо-жовтих кольорах	+ -	+ Найбільша кількість. Патріотичні фото, зображення руйнівних наслідків війни, фото з військовими. Пости постійно оновлюються

до особливостей соцмережі (заставка/слоган/сторіз). Під час визначення маркерів проукраїнськості не використовувався показник «Назва відео» у зв'язку з його відсутністю на першому плані та другорядністю для сприйняття у форматі авторських коментарів до візуальних образів. Натомість у рубриці «Контент» за необхідності використовувалися певні уточнення. Оскільки суттєвих змін між двома переглядами не помічено, результати аналізу топових українських instagram-акаунтів підсумовуємо в таблиці 2.

Загальний рівень українізованості та суспільної актуальності топових українських instagram-акаунтів виявився вищим за відповідний рівень топових вітчизняних youtube-каналів і становив 70%. Хоча абсолютно проукраїнським можна назвати лише один канал, решта відповідала щонайменше 2 критеріям із 3. У разі застосування мінімальних критеріїв (один маркер із трьох) цей показник зростає до 80%.

За останні три місяці принципових змін у рівні проукраїнськості ми не спостерігали. Можна зазначити, що ті канали, які не зайняли від початку війни активну проукраїнську позицію, не зробили це і майже рік потому. Натомість, на відміну від проукраїнських youtube-каналів, де мало місце поступове зменшення проукраїнської активності, усі instagram-акаунти її зберігали, хоча відповідні пости становили меншість у їх загальному контенті.

Так само, як і у випадку з YouTube, рамки глобалізованої та гламуризованої медіакультури не захоплюють світових лідерів серед instagram-акаунтів за кількістю підписників — Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, Kylie Jenner, Selena Gomez та ін. до соціально відповідального блогінгу. Реакція на справді масштабні події, наприклад, землетрус у Сирії та Туреччині, можлива в них радше як виняток (Leo Messi, 2023).

Високий рівень українізації та суспільної актуальності акаунтів в Instagram можемо пояснити тим, що, повторимось, їх ведуть celebrities, котрі давно і тісно пов'язані з діяльністю у сфері української культури, навіть якщо вони мають змогу постійно перебувати за кордоном. Водночас зменшення кількості підписників (у зв'язку з втратою неукраїнських шанувальників) ми не спостерігали. Прикметно, що критична позиція громадськості щодо відстороненої позиції

блогерки Альони Венум з Кременчука не стала чинником зміни її світоглядних і громадянських орієнтацій (Alana Venum, 2022), оскільки падіння рейтингу чи зменшення кількості її підписників, принаймні за три місяці спостереження, ми також не виявили.

TikTok. Рейтинг найпопулярніших українських тіктокерів створено на основі відкоригованих даних сервісу tlist.net. Було вилучено канали, автори яких безпосередньо не стосуються України. Позиції в рейтингу, кількість підписників і лайків уточнено на момент останнього перегляду (3.02.2023 р.) Використовувались ті самі маркери, що і для аналізу instagram-акаунтів. Результати їх аналізу підсумовано в таблиці 3.

Попри те, що tiktok-акаунти здебільшого ведуться представниками «покоління незалежності», загальний рівень їх українізованості та суспільної актуальності виявився найнижчим з-поміж соціальних платформ, які досліджуються. Він становив 30%, причому всі акаунти заледве відповідали одному критерію з трьох. Протягом означеного періоду (листопад 2022 — лютий 2023 р.) жодного сплеску проукраїнської активності, крім переходу одного з акаунтів на українську мову, у топових вітчизняних tiktok-акаунтах не спостерігалось. Проукраїнські відео, як правило, розміщувались лише в перші дні від початку повномасштабної війни.

Аналіз акаунтів тіктокерів другої та третьої десятки рейтингу в листопаді 2022 р. та в лютому 2023 р. засвідчує, що в основному вони демонструють пасивну підтримку України у війні шляхом зміни мови; заставки/слогану — «Elis Stone» (@elis.stone); «Алетинский» (@aletinsky); «OLEG MASHUKOVSKY» (@mashukovskiy); «Victoria Sholomko» (@tori.shoko), нечасто доповнюючи це актуальним суспільно-актуальним контентом («Максим Ткачов» (@skomoroh)). Як найбільш проукраїнський позиціює себе профіль гумористичного спрямування «Той україномовний» (@y.uevchenkor), проте динаміка його просування як для TikTok є надто повільною (за три місяці додалось лише 200К підписників).

Порівняння отриманих результатів з ТОП-10 найпопулярніших профілів інших країн, складених тим самим сервісом tlist.net, зафіксував,

**Рівень українізації та суспільної актуальності ТОП-10 найпопулярніших
за кількістю підписників українських tiktok-акаунтів (лютий 2023 р.)**

№ рейт.	Назва акаунту/опис	Показники	Заставка/ Слоган	Укр. мова	Контент
1	YANA DOGA @yanadoga відеоблогінг	11,5 М підписн. 181,2 М лайки	-	-	- Декілька антивоєнних відео
2	СВІТ ОЧИМА МІКРОСКОПА (МИР ГЛАЗАМИ МІКРОСКОПА) @mir_glazami_microscopa науково-популярні та пізнавальні відео	9,7 М підписн. 100,7 М лайки	-	-	-
3	ЛИСА&СТАС @two.latte lifestyle	9,1 М підписн. 474,1 М лайки	+ Kyiv	-	-
4	LADY BUNNY @ladydianka Відеоблогінг Веде також топовий YouTube-канал	8,6 М підписн. 234,8 М лайки	+ Ukrainian girl	-	- 2 патріотичні відео із при- близно 120 за останній рік
5	ELIZABETH VASILENKO @elizabethvasilenko lifestyle	8,6 М підписн. 189,5 М лайки	-	-	-
6	ДИМА ЕВТУШЕНКО @evtushenko_dima відеоблогінг	7,9 М підписн. 144,9 М лайки	-	-	- Знайдено 1 патріотичне відео
7	PASHA & KRISTINA @kuzina.tv lifestyle	7,3 М підписн. 109,5 М лайки	-	-	- 7 антивоєнних відео у березні 2022 р.
8	NNOTOCHKA @nnotochka відеоблогінг	6,9 М підписн. 191,3 М лайки	-	-	-
9	HAIRSTYLE • FASHION • TRAVEL @ggarmash відеоблогінг	6,8 М підписн. 108,4 М лайки	-	- Англ. мова	- 1 відео «I am Ukrainian girl»
10	ANN AND NASTYA @sergistwins lifestyle	6,5 М підписн. лайки	-	+ Пере- йшли на укр. мову під час війни	- 1 патріотичне відео

що єдиним показником ідентичності та громадянської позиції європейських тіктокерів є мова. Виявляється, якщо 70% топових тіктокерів із Франції (Top 100 TikTok influencers in France) та 60% з Іспанії (Top TikTok influencers in Spain) надають перевагу, відповідно, французькій та іспанській мові повністю чи частково, то

німецькій — лише 20% топів TikTok з Німеччини (Top 100 TikTok influencers in Germany). Отже, хоча низький рівень проукраїнськості вітчизняних топових тіктокерів не є чимось незвичайним для цієї соціальної платформи, він вповні міг би бути і значно вищим, принаймні у сфері застосування української мови.

Прикінцеві результати можемо підсумувати в діаграмі 1. Для забезпечення порівнюваності отриманих результатів використано мінімальний критерій — відповідність хоча б одному маркеру проукраїнськості. За умови жорсткішого, але правомірнішого підходу — відповідність принаймні двом критеріям, тобто їх половині або більшості, нам би довелося просто виключити TikTok із підсумкової оцінки.

Висновки. У цій публікації ми намагалися продемонструвати проміжний фактологічний зріз стану українського суспільства через майже рік після початку повномасштабної російської агресії крізь призму його презентацій у топових профілях за кількістю підписників популярних соціальних платформ YouTube, Instagram, TikTok. Відійшовши від пов'язаного винятково із мовою спрощеного підходу, ми спробували визначити інтегральний рівень «проукраїнськості» цих профілів, одночасно українізації та суспільної актуальності, використовуючи як формальні, мовно-візуальні маркери (заставка/слоган/мова), так і змістовні (відеоконтент). За умови використання мінімальних критеріїв (один показник із 3–4) ми отримали задовільні результати (YouTube — 50%, Instagram — 80%,

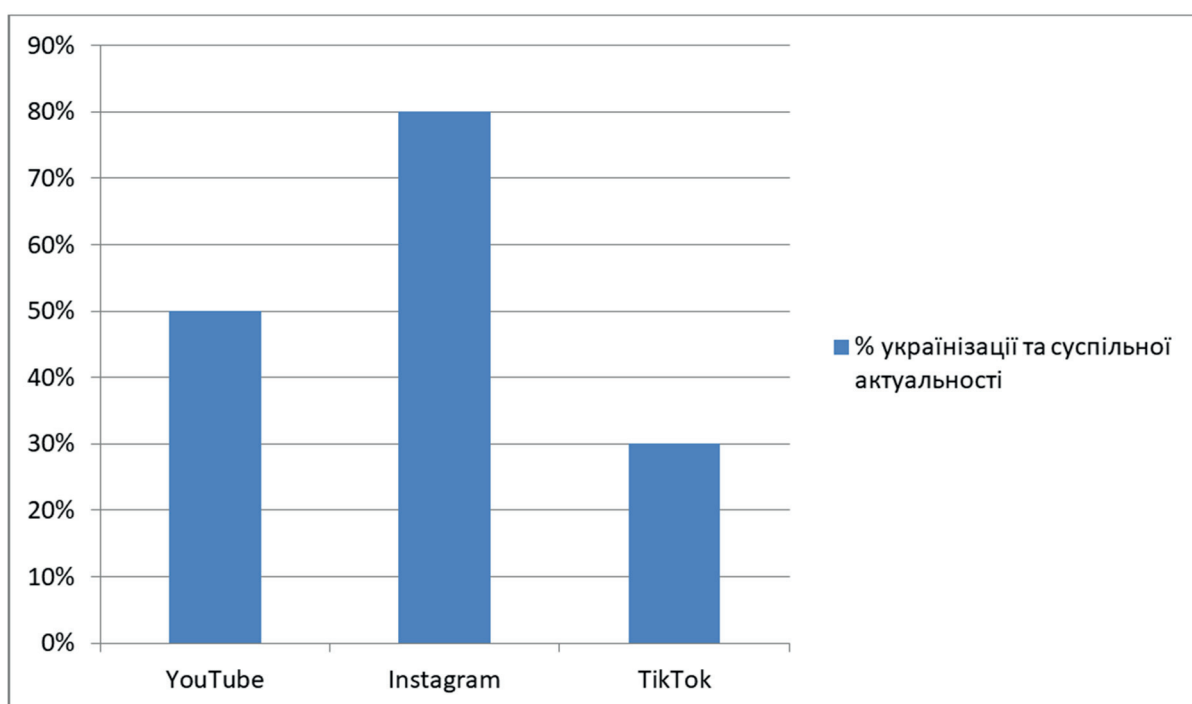
TikTok — 30%). За умови жорсткішого підходу (відповідність принаймні двом критеріям) результати виявляються незадовільними (YouTube — 20%, Instagram — 70%, TikTok — 0%).

Дворазовий перегляд цих профілів у листопаді 2022 р. та в лютому 2023 р. засвідчив, що прискорення динаміки проукраїнськості в топових профілях YouTube та TikTok не відбувається. В Instagram вона незмінно стабільна. Перспективи заміщення провідних акаунтів у платформах YouTube та TikTok більш українізованими та суспільно-актуальними профілями з другої-третьої десятки в найближчій перспективі нами не спостерігається у зв'язку з кількаразово меншою кількістю підписників у таких акаунтів і низьким темпом їх просування за цим показником.

З-поміж факторів, які, на нашу думку, вплинули на обрахований нами рівень проукраїнськості топових профілів популярних в Україні соціальних платформ, чільне місце посіли культурні чинники. Ідеться про впливи глобалізованої медіакультури, яка популяризує передусім гламурно-розважальний контент, часто абсолютно відірваний від реальності. Водночас у рамках глобальної медіакультури існують величезні

Діаграма 1

Рівень українізації та суспільної актуальності ТОП-10 акаунтів популярних в Україні соціальних платформ



можливості принаймні для опосередкованої трансляції своєї громадянської позиції, наприклад, заставка/слоган/сторіз, мова. Очевидно, що залежність від медіакультури в топових блогерів є значно вищою, ніж у їх менш популярних колег. Найуспішніші вітчизняні ютубери та тітокери не відчують явної конкуренції своїм високим рейтингом і не поспішають ані винаходити нові форми трансляції проукраїнськості, ані використовувати вже наявні.

З іншого боку, найбільше українізованими і суспільно актуальними акаунти в Instagram є саме тому, що їх ведуть celebrities, тісно пов'язані з діяльністю у сфері української культури.

Іншим фактором впливу на рівень проукраїнськості топових профілів YouTube, Instagram, TikTok виявився екзистенційний фактор безпосереднього зачеплення війною (колектив youtube-каналу «Magic Five»). Позиція громадськості сама по собі спрацювала не надто ефективно. Без «екзистенційної загрози» для рейтингу рівною мірою вона не змогла вплинути ані на

відсторонену позицію instagram-блогерки Альони Венум, ані на проукраїнські маніфестації вітчизняних зірок соціальних платформ.

Перспективи подальших досліджень. Отримані результати певною мірою дисонують зі станом у мовній сфері, де численні соціологічні опитування вперше за 30 років фіксують домінування української мови і в приватній, і в публічній сферах, а також із ситуацією з культурною пам'яттю. У цій царині фахівці Українського інституту національної пам'яті відзначають патріотичну хвилю «локальної пам'яті», спрямовану на поглиблення декомунізації та дерусифікації вітчизняного меморіального ландшафту. Якщо обидва явища цілковито вписуються в тренд «проукраїнізації знизу», вповні зрозумілий для країни з давніми демократичними традиціями та помітною дисфункцією сучасних політико-соціальних інституцій, то перебіг цього тренду принаймні на рівні топових українських акаунтів на YouTube та TikTok є досить своєрідним і, безумовно, потребує подальших досліджень.

Список посилань

- Божко, Л. Д., Кислюк, К. В. (2022). Меморіальний туризм як складова меморіальної культури. *Культура України*, 78, 7–17.
- Гаврилюк, А. М. (2022). Архетипно-нарративний підхід до соціогуманітарного розвитку України в умовах воєнного стану. *Питання культурології*, 40, 149–165.
- Галаджун, З., Бакай, Р. (2020). Youtube як нова форма медіа комунікації. *Вісник Національного університету «Львівська Політехніка»*, 4, 117–131.
- Евтущенко Дима [@evtushenko_dima] (10 жовтня 2022 р.). *Помста не змусить себе довго чекати*. TikTok. https://www.tiktok.com/@evtushenko_dima/video/7152912376260496646
- Кислюк, К. В., Божко, Л. Д. (2022). Війна очима військових (на основі фотоконтенту офіційних сторінок піхотних бригад ЗСУ у фейсбуку). *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 4, 8–14.
- Мачулін, Л. І. (2022). Національні архетипи як модус поезії спротиву в російсько-українській війні. *Культура України*, 77, 19–27.
- Мусієнко, О. В. (2022). Новітні аудіовізуальні інструменти репрезентації української ідентичності на відеохостингах в умовах російсько-української війни. *Культура України*, 78, 30–37.
- Пугач, С. О. (2021). *Комунікаційні мережі регіону: теорія, методологія, практика соціально-географічного дослідження*. [Автореферат дисертації, Доктор наук, Київський національний університет ім. Т. Г. Шевченка].
- Семен, Н. Ф. (2021). Особливості подачі інформації про пандемію COVID-19 на Instagram-акаунтах сучасних українських медіа (на прикладі профілів телеканалів «НТА» та «Україна 24»). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2, 130–135.
- Список найпопулярніших україномовних каналів на YouTube. (2023, 7 лютого). У *Wikipedia*. https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_найпопулярніших_україномовних_каналів_на_YouTube
- Тарасова, М. (2022). Google представляє запити, які набули популярності в 2022 році в Україні. *Офіційний Блог — Google Україна*. <https://ukraine.googleblog.com/2022/12/google-2022.html>
- Alana Venum [@alana_venum] (2022, 14 Вересня). *Я и Войнаи*. [Сторіз]. Instagram. <https://www.instagram.com/stories/highlights/18108160384289341/>

- Facebook та Instagram в Україні [липень 2022 р.] (2022). *Plusone*. <https://cutt.ly/D3MuKXg>
- Kemp, S. (Ed.) (2022). Digital 2022: October global statshot report. *DataReportal — Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot>
- Kemp, S. (Ed.) (2022a). Digital 2022: Ukraine. *DataReportal — Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-ukraine?rq=Ukraine>
- Kozak, N. (2022). Art Resistance against Russia's "Non-Invasion" of Ukraine. *East/West: Journal of Ukrainian Studies*, 9, 1, 67–104.
- Kravchenko, R. (2022). Ukrainian scientific TV programs and YouTube channels as a distraction from war news on Russia's invasion of Ukraine: a survey-based observational study and a content analysis. *Science Editing*, 9(2), 136–141.
- Leo Messi [@leomessi]. (2023, Лютий 14). *[Son días muy tristes para los miles de niños y sus familias afectados por los devastadores terremotos en Turquía y Siria]*. [Фото]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CokU12mtF79/>
- Magic Five. (2022, Березень 13). *What happened to magic five after 15 days of the war in Ukraine*. [Відео]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=kfJcofXuKY4&ab_channel=MagicFive
- Top 100 TikTok influencers in France. *TikTok Rating*. <https://tlist.net/tiktok/top?countries=FR>
- Top 100 TikTok influencers in Germany. *TikTok Rating*. <https://tlist.net/tiktok/top?countries=DE>
- Top TikTok influencers in Spain. *TikTok Rating*. <https://tlist.net/tiktok/top?countries=ES>
- TOP-100 youtubers in Ukraine sorted by subscribers (2023). *Social Blade*. <https://socialblade.com/youtube/top/country/ua/mostsubscribed>.

References

- Bozhko, L. D., Kysliuk, K. V. (2022). Memorial tourism as a component of memorial culture. *Culture of Ukraine*, 78, 7–17. [In Ukrainian].
- Havryliuk, A. M. (2022). Archetypal and narrative approach to the socio-humanitarian development of Ukraine under martial law. *Pytannia kulturolohi*, 40, 149–165. [In Ukrainian].
- Haladzhun, Z., Bakai, R. (2020). Youtube as a new form of media communication. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska Politekhnik"*, 4, 117–131. [In Ukrainian].
- Evtushenko Dima [@evtushenko_dima] (October 10, 2022). *Revenge will not be long in coming*. TikTok. https://www.tiktok.com/@evtushenko_dima/video/7152912376260496646. [In Ukrainian].
- Kysliuk, K. V., Bozhko L. D. (2022). War through the eyes of the military (based on the photo content of the official Facebook pages of the infantry brigades of the Armed Forces of Ukraine). *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*, 4, 8–14. [In Ukrainian].
- Machulin, L. I. (2022). National archetypes as a modus operandi of resistance poetry in the Russian-Ukrainian war. *Culture of Ukraine*, 77, 19–27. [In Ukrainian].
- Musiienko, O. V. (2022). The latest audiovisual tools for the representation of Ukrainian identity on video hosting in the context of the Russian-Ukrainian war. *Culture of Ukraine*, 78, 30–37. [In Ukrainian].
- Puhach, S. O. (2021). *Communication networks of the region: theory, methodology, practice of socio-geographical research*. [Thesis abstract, Doctor of Science, Taras Shevchenko National University of Kyiv]. [In Ukrainian].
- Semen, N. F. (2021). Peculiarities of presenting information about the COVID-19 pandemic on Instagram accounts of modern Ukrainian media (on the example of the profiles of NTA and Ukraine 24 TV channels). *Derzhava ta rehiony. Series: Sotsialni komunikatsii*, 2, 130–135. [In Ukrainian].
- List of the most popular Ukrainian-language channels on YouTube. (2023, February 7). In *Wikipedia*. https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_найпопулярніших_україномовних_каналів_на_YouTube. [In Ukrainian].
- Tarasova, M. (2022). Google presents the queries that gained popularity in 2022 in Ukraine. *Official Blog — Google Ukraine*. <https://ukraine.googleblog.com/2022/12/google-2022.html>. [In Ukrainian].
- Alana Venum [@alana_venum] (2022, 14 September). *Me and Voynaua*. [Stories]. Instagram. <https://www.instagram.com/stories/highlights/18108160384289341/>. [In Ukrainian].
- Facebook and Instagram in Ukraine [July of 2022] (2022). *Plusone*. <https://cutt.ly/D3MuKXg>. [In Ukrainian].
- Kemp, S. (Ed.) (2022). Digital 2022: October global statshot report. *DataReportal — Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot>. [In English].
- Kemp, S. (Ed.) (2022a). Digital 2022: Ukraine. *DataReportal — Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-ukraine?rq=Ukraine>. [In English].
- Kozak, N. (2022). Art Resistance against Russia's "Non-Invasion" of Ukraine. *East/West: Journal of Ukrainian Studies*, 9, 1, 67–104. [In English].

- Kravchenko, R. (2022). Ukrainian scientific TV programs and YouTube channels as a distraction from war news on Russia's invasion of Ukraine: a survey-based observational study and a content analysis. *Science Editing*, 9(2), 136–141. [In English].
- Leo Messi [@leomessi]. (2023, February 14). [These are very sad days for the thousands of children and their families affected by the devastating earthquakes in Turkey and Syria.]. [Photo]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CokU12mtF79/>. [In Spanish].
- Magic Five. (2022, March 13). *What happened to magic five after 15 days of the war in Ukraine*. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=kfJcofXuKY4&ab_channel=MagicFive. [In English].
- Top 100 TikTok influencers in France. *TikTok Rating*. <https://tlist.net/tiktok/top?countries=FR>. [In English].
- Top 100 TikTok influencers in Germany. *TikTok Rating*. <https://tlist.net/tiktok/top?countries=DE>. [In English].
- Top TikTok influencers in Spain. *TikTok Rating*. <https://tlist.net/tiktok/top?countries=ES>. [In English].
- TOP-100 youtubers in Ukraine sorted by subscribers (2023). *Social Blade*. <https://socialblade.com/youtube/top/country/ua/mostsubscribed>. [In English].

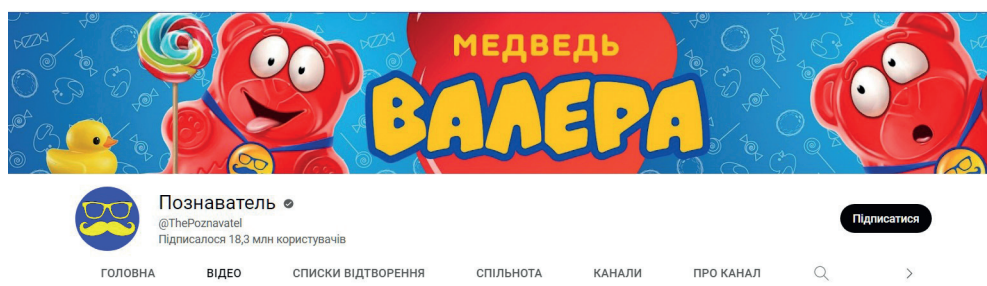


Рис. 1. Зразок проукраїнської заставки на YouTube (#2 ПОЗНАВАТЕЛЬ)

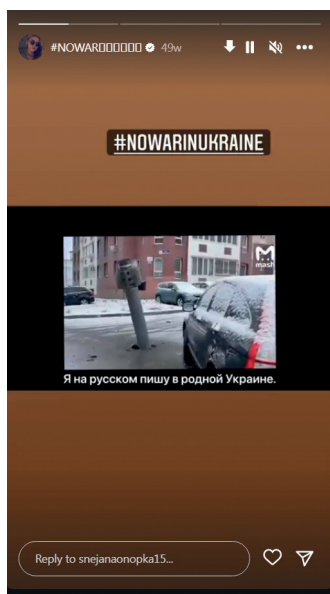


Рис. 2. Зразок антивоєнного сторіс в Instagram (#2 Snejana Onopka)



Рис. 3. Зразок суспільно актуального відео у TikTok (#1 YANA DOGA)

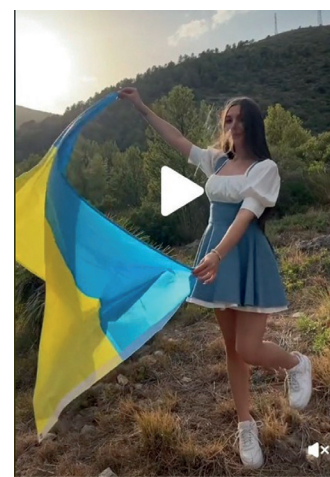


Рис. 4. Зразок українізованого відео в TikTok (#4 LADY BUNNY)

Кислюк К. В., доктор культурології, професор, кафедра культурології Харківської державної академії культури, м. Харків, Україна

Kysliuk K., Doctor of Culturology, professor, Department of Culturology, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine