

УДК 008:070: 39+7.06 (364)

## УКРАЇНСЬКІ YOUTUBE-КАНАЛИ НА КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКУ ТЕМАТИКУ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЇ ДО УКРАЇНИ

**ЛИТВИНЕНКО Анастасія,**

канд. наук. із соц. комунік.,

Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, вул. Ю. Лленка, 36/1, м. Київ, 04119, Україна, e-mail: alytvinenko@knu.ua.

*У статті проаналізовано, як змінилася робота українських Youtube-каналів, що висвітлюють теми культури, мистецтва, історії за період із 24 лютого 2022 р. до 24 лютого 2023 р. Представлено результати якісно-кількісного контент-аналізу десяти українських Youtube-каналів, що висвітлюють культурно-мистецьку тематику. Автори всіх проаналізованих каналів регулярно створювали контент про культуру у світі, багату спадщину українських митців і діячів культури з метою боротьби з пропагандистськими наративами, фейками, протистояння російській агресії. Зафіксовані щомісячні показники кількості підписників та переглядів за період дослідження на кожному з аналізованих каналів. Виявлено позитивну динаміку зростання показників на всіх каналах, що засвідчує суттєве зростання зацікавлення аудиторії власною культурою.*

**Ключові слова:** культурно-мистецький контент, Youtube, повномасштабне вторгнення росії до України, культурно-мистецька журналістика.

### UKRAINIAN CULTURAL AND ARTISTIC YOUTUBE CHANNELS DURING THE FIRST YEAR OF THE WAR OF THE RUSSIAN INVASION OF UKRAINE

*In the article analyzed how the work of Ukrainian YouTube channels covering the topics of culture, art, and history has changed in the period from February 24, 2022 to February 24, 2023. This article presents the results of a qualitative-quantitative content analysis of ten Ukrainian YouTube channels covering cultural and artistic topics. The authors of all analyzed channels regularly created content with the aim of combating propaganda narratives, fakes, opposing Russian aggression through culture in the world, popularizing the rich heritage of Ukrainian artists and cultural figures. Recorded monthly indicators of the number of subscribers and views during the research period on each of the analyzed channels. The positive dynamics of the growth of indicators on all channels was revealed, which proves a significant increase in the audience's interest in their own culture, art and history*

**Keywords:** cultural and artistic content, Youtube, full-scale Russian invasion of Ukraine, cultural journalism.

**Вступ.** З отриманням Україною незалежності культурно-мистецька журналістика пройшла різні етапи становлення. Однак в українському медійному просторі такий контент функціонував тривалий час за залишковим принципом. Пріоритетне місце відводилося політиці, економіці, суспільним темам, розважальному контенту, натомість новини зі світу культури сприймалися як не затребувані, не рейтингові або ж висвітлювалися в рамках популярної культури. Про конкуренцію з рейтинговими новинами та інші складнощі культурно-мистецької тематики в ЗМІ активно пишуть і говорять самі медійники [7; 2; 1].

Анексія Криму, окупація територій Донецької та Луганської областей у 2014 р. та повномасштабне вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 р. показали, що знищення

© Литвиненко А., 2023

української культури є ключовим елементом російської агресії, а фальсифікація української історії – одним із найбільш поширених інструментів рф у боротьбі з незалежністю України. Російська пропаганда намагається довести імперську тезу про відсутність української ідентичності, яка позбавляє права на власну державу, мову, культуру [22].

Поки журналісти новин висвітлюють ситуацію на фронті, перебіг подій під час війни, реакцію світу, ЗМІ про культуру з початком повномасштабної війни взяли вимушену паузу. В інформаційному вирі воєнних подій інший контент здавався недоречним та неактуальним. Однак одними з перших наважилися змінити вектор роботи та підлаштуватися під умови війни саме Youtube-блогери [23]. Український Youtube став демонстрацією неймовірного зламу свідомості українців. Українська культура під час повномасштабної війни здобула стратегічне значення, що робить окреслену тему дослідження *актуальною*, а визначення особливостей роботи ЗМІ та соцмереж, що популяризують культуру, потребує уваги науковців.

Теоретико-методологічне підґрунтя статті сформоване на основі дисертаційних досліджень О. Іванової [10], Ю. Мірошніченко [18], А. Мадей [16], автори яких досліджують аспекти функціонування культурного контенту в сучасній українській пресі; наукових розвідок О. Гарматій та С. Кісіль [4], Л. Мар'їної [16], А. Литвиненко та А. Мисечко [13; 14; 15], що присвячені основним аспектам подання культурної тематики в медіа; А. Дутчак [8], З. Галаджун та Р. Бакай [5], дослідження яких присвячені вивченню платформи Youtube як медіакомунікаційного майданчика; О. Мусієнка [19] та К. Кислюка [11], які досліджували суспільну активність українців у соцмережах під час повномасштабного вторгнення. А втім, саме культурно-мистецький контент в мережі «Інтернет», зокрема на Youtube, на тлі повномасштабного вторгнення Росії до України ще не досліджувався.

*Новизна* дослідження полягає у спробі вперше науково окреслити вплив війни на культурно-мистецький контент в Youtube та зміни в роботі українських Youtube-каналів, що висвітлюють тематику культури після повномасштабного вторгнення росії до України 24 лютого 2022 р.

*Мета* – проаналізувати трансформації у роботі українських Youtube-каналів, що висвітлюють тематику культури, мистецтва, історії після повномасштабного вторгнення росії до України 24 лютого 2022 р.

*Серед завдань* дослідження: виявити зміни в контенті українськомовних Youtube-каналів на культурно-мистецьку тематику після 24 лютого 2022 р.; відстежити, як змінилися показники кількості переглядів та кількості підписників на обраних Youtube-каналах за період дослідження.

*Об'єктом дослідження* є 10 популярних українських Youtube-каналів, що висвітлюють культурно-мистецьку тематику як основну чи додаткову: «Історія без міфів», «Загін кіноманів», «Geek Journal», «Гуцулендія», «Твоя підпільна гуманітарка», «Ідея Олександрівна», «Палає», «Bezodnya. Music», «Культуртригер», «Пані вчителька». *Предмет дослідження* – зміни в контенті, кількості підписників та переглядів аналізованих Youtube-каналів за період дослідження.

**Методи дослідження.** Під час дослідження використовували загальнонаукові методи аналізу та узагальнення. Основний метод дослідження – кількісно-якісний контент-аналіз. Хронологічні межі дослідження – лютий 2022 р. – лютий 2023 р.

У рамках дослідження були опрацьовані всі відео обраних каналів, які з'явилися в мережі після 24 лютого 2022 р. Контент-аналіз зосереджувався на таких критеріях: чи згадувалося в нових відео на каналі про війну; зменшення кількості випусків у порівнянні з довоєнним періодом та наявність перерви у публікації контенту; поява нових тем для відео, не пов'язаних з основною тематикою каналу. При аналізі також використовували метод порівняння, аби порівняти наявність змін у контенті каналів до війни, до уваги бралось висвітлення відповідного контенту раніше, зокрема через анексію Криму та окупацію територій Донецької та Луганської областей України у 2014

році, тобто до 24 лютого 2022 р. Також метод порівняння був застосований під час формування загальних показників підписників та переглядів за лютий 2022 р. та лютий 2023 р. За допомогою описового методу було сформовано результати дослідження.

Методологія дослідження складалась з кількох етапів. На першому етапі за допомогою пошукового методу було сформовано перелік досліджуваних каналів на власній платформі Youtube та на платформі Manifest за ключовими словами «культура», «мистецтво», «історія», «кіно», «музика» тощо. Були відібрані десять популярних українських Youtube-каналів, що висвітлюють культурно-мистецьку тематику як основну чи додаткову. Аудиторія досліджуваних каналів станом на червень 2023 р. становить від 692 тис. до 64,1 тис. підписників. Після чого за допомогою кількісного методу в останній день кожного місяця (починаючи з лютого 2022 р.) відбувалася фіксація показників кількості підписників та переглядів кожного з десяти аналізованих каналів. Паралельно з цим етапом здійснювався контент-аналіз відео на обраних каналах за досліджуваний період. Завершальним етапом було узагальнення результатів дослідження та написання висновків.

**Результати й обговорення.** 26 лютого 2022 р. приватне та суспільне українське телебачення й радіо розпочали спільне цілодобове інформаційне мовлення, аби безперервно висвітлювати перебіг подій в країні. Медіаексперти охрестили здатність одвічних конкурентів об'єднатися в марафон «Єдині новини» задля перемоги справжнім «телерадіодивом», однак критичних зауважень у бік телемарафону теж було чимало [6]. Повномасштабне вторгнення сфокусувало увагу аудиторії саме на інформаційному контенті, адже під час війни отримання достовірних новин здатне врятувати життя. Про важливість новин для українців свідчать показники стрімкого зростання цифрових платформ «Суспільне. Новини». Так, із початку повномасштабної війни соціальні мережі Суспільного перетнули позначку в 6 млн підписників, середні щомісячні показники переглядів у Facebook зросли до 200 млн, в Youtube – до 30 млн [20]. Однак уже в травні інформаційні ресурси втратили в охопленні – українці почали налагоджувати звичний побут, повертатися до роботи, тим самим обмежувати споживання новин на користь іншого контенту, зокрема з культури та мистецтва [9; 20].

До активного створення культурно-мистецького контенту в перші місяці повномасштабного вторгнення долучилися медіаплатформи Суспільного мовника – телевізійний канал «Суспільне. Культура» (відновили мовлення у квітні 2022 р.), радіо «Культура» (мовлення було відновлене в червні 2022 р.). Адаптували свій контент до військових реалій ряд інтернет-видань із культурної тематики – «Moviegram», «LiRoom», «Читомо», «СЛУХ», «Your Art» [3].

На початку повномасштабного вторгнення саме Youtube-блогери найбільш активно почали інформаційно протидіяти агресору, спростовувати фейки російської пропаганди. Автори Youtube-контенту завдяки властивій гнучкості та автономності, на відміну від великих медіа (зміни в редакційній політиці, бюджеті, переформатування команди у зв'язку з евакуацією, волонтерством, військовою службою), змогли оперативно відновити роботу, аби задіяти власний контент в інформаційній війні під час повномасштабного військового вторгнення.

Аналіз якості та кількості контенту дозволив зробити такі висновки:

«Історія без міфів» (692 тис. підписників). На цьому каналі історики (професори та доценти, кандидати та доктори історичних наук), співробітники наукових інститутів та музеїв спростовують антинаукові міфи та стереотипи про Україну, її історію, українців. Тематика випусків – політика, військова справа, економіка, культура, мистецтво, міжнародні відносини, які розглядаються крізь призму історії та біографії видатних особистостей. Від заснування каналу у квітні 2020 р. всі випуски вирізнялися чіткою позицією, були спрямовані на консолідацію українського суспільства, формування позитивного іміджу про Україну та українців. Із початку війни на каналі була пауза в публікації відео – 1,5 місяця. Улітку 2022 р. канал повернувся до регулярних публіка-

цій. За рік війни кількість контенту не зменшилася, зокрема й на культурно-мистецькі теми (відео про Василя Стуса; українських феміністок Олену Телігу, Лесю Українку; як мистецтво допомагає ЗСУ; як подолати колоніальну спадщину; привласнення імперією митців Олександра Мурашка, Казимира Малевича, Євгена Чикаленка; деміфологізація образу Григорія Сковороди; викрадення російськими військовими археологічної спадщини України). Наразі на каналі щотижня з'являється 2 нових відео.

«Загін кіноманів» (592 тис. підписників). Це канал про кіно (огляди та реакції на фільми, акторська творчість, відео про дубляж, інтерв'ю з акторами та режисерами), саме з акцентом на українське. Автор каналу — актор театру та блогер Віталій Гордієнко. Уже на початку березня 2022 р. він опублікував звернення, в якому пояснив, що під час війни на каналі будуть з'являтися відео, не пов'язані з кіно, оскільки ситуація вимагає іншого контенту. Так, були опубліковані відео, в яких автор пояснював, чому не існує «хороших руських», аналізував контент популярних російських блогерів, яких продовжують дивитися в Україні під час війни, та роз'яснив, як перегляди такого контенту фінансують війну. Згодом опублікував ряд відео про пропаганду в російському кіно та важливість культурних сенсів під час війни, показ України в російських фільмах та серіалах до та після 2014 р. (2 частини), українських акторів на фронті та тих, хто співпрацює з агресором, розповів, у чому феномен картини Сергія Параджанова «Тіні забутих предків». Відео, присвячене дослідженню пропаганди в російському кіно, «привело» на канал велику аудиторію нових підписників. Сам автор про роботу над відео зазначав, що «<...> відчував, ніби я в суді збираю докази про вину підсудного. Це прямий доказ їхньої вини і цього насичення мас їхніми нарративами через кінематограф» [12]. Кількість контенту за рік війни на каналі не зменшилася, утім були тривалі перерви між публікаціями — місяць, інколи два.

«Geek Journal» (341 тис. підписників). Канал, що спеціалізується на гік-тематиці: огляд стрічок, серіалів, телевізійних проєктів, зокрема українських, та їхня критика, висвітлення деяких аспектів виробництва кіно та телевиробництва. Автор каналу — відеоблогер Тайлер Андерсон (справжнє ім'я — Олексій Шкробинець, відомий скандалом із «1+1 Media», який спричинила критика блогером телепродукції холдингу). Створений ще у 2012 р., канал тривалий час був ледь не єдиним українськомовним Youtube-каналом про кіно. Уже 2 березня 2002 р. автор опублікував звернення до громадян рф. Тривалих перерв у публікації контенту не спостерігалось, щотижня (інколи двічі на тиждень) на каналі виходили відео — переважно на новинні теми, пов'язані з війною в Україні, боротьбу з агресором. Публікацію контенту з гік-тематики автор повернув на канал з червня 2022 р., але новинні відео, присвячені актуальним подіям та повістці дня, не зникли (рубрики «Geek і не тільки новини», «Новини з дна»). За рік війни кількість контенту не зменшилася.

«Гуцулендія» (254 тис. підписників). Канал, де представлені експедиції у різноманітні віддалені села України, переважно на Гуцульщині. У відео можна побачити розмови з мольфарами, знахарями, віщунами, майстрами народного побуту, музиками, цілителями, колоритними людьми та дізнатися більше про культуру й традиції предків, почути молитви, легенди, пісні. У березні публікація контенту була нерегулярною, це були інтерв'ю з мольфарами щодо пророцтв про закінчення війни в Україні, подальшу долю країни та молитва за мир у державі. У квітні на каналі публікуються відео з поїздок з гуманітарною місією деокупованими регіонами (Київщина, Чернігівщина), де люди, які жили в окупації, розповідають про жахи війни, відсутність їжі та звірства росіян. У цей період канал про культуру Гуцульщини трансформувався в блог про наслідки війни, про вплив на ворога крізь призму культури. Експедиції до віддалених сіл та розповіді про традиції наших предків відновилися вже в травні. Тепер у матеріалах можна частіше побачити інтерв'ю зі свідченнями місцевих мешканців про злочини та репресії радянської влади у віддалених селах Карпат, які доводять, що історія повторюється. Кількість контенту на каналі за рік не змінилася.

«Твоя підпільна гуманітарка» (166 тис. підписників). Канал, на якому зібрані лекції, онлайн-дискусії, інтерв'ю, які стосуються гуманітарних наук, зокрема культури та мистецтва. Наприклад, про походження популярних слів, фраз чи фразеологізмів, появу письма, про нецензурні слова в мові. Є й літературні теми, зокрема про горор та український бестіарій. Від заснування каналу у 2020 р. на ньому публікувалися відео, де руйнувалися міфи про «братні мови», походження української мови та пропаганду в літературі. Автори каналу – письменник, перекладач Остап Українець та письменник, перекладач, музикант Євген Лір. До публікації контенту під час війни на каналі повернулися через півтора місяця – із відео про різницю понять «руський», тобто «русин» («українець»), та «російський», тобто «росіянин». Згодом на каналі публікувалися відео, в яких розповідали про необхідність деколонізації (демонтаж пам'ятників росіянам в українських містах), філософію українського спротиву, як нас змусили проміняти власну культуру на пам'ятники Горькому). Однак за рік війни контент з'являвся на каналі нерегулярно. Паузи тривали два, інколи три місяці, що призвело до зменшення кількості контенту за рік війни.

«Ідея Олександрівна» (128 тис. підписників). Канал про мову та літературу від студентки студентки-філологині на ім'я Ідея. Основні теми – лінгвістика та діалекти, сучасна українська література та шкільна лінгвістична освіта. Після початку війни перше відео на каналі з'явилося 31 березня. Воно присвячене мовним репресіям в Україні у ХХ ст. Згодом перерва на каналі в публікації контенту тривала близько 7 місяців і була пов'язана з отриманням авторкою диплома. В опублікованих за рік повномасштабного вторгнення відео висвітлені такі теми: як покращити свою українську (поради та корисні ресурси від авторки), слобожанський діалект, шкільна українська література, яку варто перечитати в дорослому віці, літературна та суспільно-політична подорож Києвом ХІХ ст. (на прикладі твору Івана Нечуя-Левицького «Хмари»). Загалом варто сказати, що на каналі відео виходять регулярно, але з паузами в місяць або більше.

«Палає» (128 тис. користувачів). Спільний канал журналісток програми «Вікна новини» на СТБ Яни Брензей та Емми Антонюк. Створений незадовго до повномасштабного вторгнення (21 листопада 2021 р.). Цей канал немає єдиної тематики та охоплює широкий спектр тем. Авторки в описі каналу зазначають: «Чесні розмови про те, від чого палає». Однак певні тематичні групи відео все-таки можна виокремити. Зокрема, це гендер, фемінізм, боротьба з пропагандою, мова, культура, література. Такий тематичний розподіл обумовлений насамперед як особистим, так і професійним інтересом авторок та попереднім досвідом роботи в рамках цих тематик. Перше відео на каналі було опубліковане через 2 місяці від повномасштабного вторгнення (27 квітня) та присвячене психології мародерства окупантів. У травні на каналі було опубліковано 4 відео (деякі з них відзняті до 24 лютого 2022 р.), а вже з літа авторки повернулися до регулярної публікації контенту – двічі, інколи тричі на тиждень. Культурно-мистецька тематика на каналі за рік повномасштабного вторгнення представлена в трьох форматах. Перший із них – це книжковий клуб «Вовчиці», де журналістки разом із підписниками каналу в прямому ефірі зустрічаються, аби обговорити книгу, яку анонують заздалегідь. Наприклад, у липні 2022 р. на каналі обговорювали «За лаштунками імперії – есеї про українсько-російські культурні відносини». Другий формат – це серія інтерв'ю Емми Антонюк «Це ніхто не буде дивитися». Журналістка разом із гостями намагається розібратися в явищах, що пояснюють війну крізь призму культури. Наприклад, як працює українська культурна дипломатія (письменниця Віра Агєєва), чому російську літературу тривалий час вивчали в українських школах (літературна критикиня Богдана Романцова, письменник Ростислав Семків), про держпідтримку в сфері кінематографу та співпрацю з росіянами (акторка Олеся Жураківська), фінансування кіно під час війни та проблеми кримських татар (режисер Наріман Алієв). У січні 2023 р. інтерв'ю «Це ніхто не буде дивитися» переїхали на окремий однойменний канал. Третій формат – це власне ефіри на теми, від яких «палає». Наприклад, чи

може культура бути поза політикою; заборона на російські пісні; шароварщина та паразитування на війні; російська культура в Україні та культурна окупація; артисти, що працювали в Росії та чи варто ходити на їх концерти; пам'ятники Пушкіну та імперська культура; чому немає заборони на російські книги тощо.

«Bezodnya.music» (121 тис. підписників). Автор каналу — музичний критик, блогер, оглядач та автор української музики, експерт «Суспільне. Культура» Максим Нагорняк. «Bezodnya.music» – один із перших Youtube-каналів про сучасну українську музику, створений 2018 р. Тут можна побачити огляди на популярні пісні та кліпи за місяць чи рік, українські фестивалі, музичні премії, конкурс «Євробачення» (зокрема з нацвідбором), а також маловідомих виконавців, які створюють сучасний український музичний простір. Уже 27 лютого автор каналу записав коротке звернення до підписників, де сказав, що росія ганебно напала на Україну та попросив допомоги у зборі коштів на тепловізори. 20 березня вийшло перше відео, присвячене огляду пісень, створених після початку повномасштабного вторгнення. Перерви в публікації контенту не спостерігалось. Відео виходили регулярно — щотижня, інколи частіше. Кількість контенту не зменшилася, автор оперативно реагував на зміни та новини в музичній індустрії під час війни. Наприклад, заборона українських артистів в рф; пісні воєнного часу (4 частини); із кого почати знайомство з сучасною українською музикою; мовне питання в піснях українських виконавців; як прослуховування російських пісень фінансує війну; подвійні стандарти в шоу-бізнесі; спекулювання на війні та шароварщина; українська музична історія (Володимир Івасюк, Квітка Цісик, Назарій Яремчук); як організувати концерти під час війни; Євробачення-2022 та 2023.

«Культуртригер» (98,3 тис. підписників). Канал про світову та українську культуру й мистецтво. Автори каналу — поет, художник, кандидат соціологічних наук Богдан-Олег Горобчук та поетка, перекладачка, музикантка Елла Євтушенко. Тривалі перерви у публікації контенту на каналі не було. У березні автори каналу звернулися до аудиторії із закликом підтримувати ментальне здоров'я та продовжувати досліджувати культурні сенси. Із червня канал повернувся до регулярних щотижневих відео. Основний акцент автори робили на тематиці відео, що висвітлює багаторічний вплив агресора на Україну крізь призму культури. Наприклад, російська література в шкільній програмі в українських школах; як росіяни привласнювали здобутки українських митців (Архип Куїнджі, Ілля Ріпін (чи, як його називали росіяни, Репін), Іван Айвазовський, Сося Делоне, Казимир Малевич); нав'язані імперією та Радянським Союзом святкування Нового року та автентичні різдвяні українські традиції; що не так з Булгаковим, Пушкіним, Достоєвським та в чому різниця між російським та українським менталітетами; український радянський монументалізм: мистецтво чи пропаганда; таємниці українських мозаїк та чому росіяни проти української культурної спадщини; як захистити українське кіно; історія культурної війни в Україні.

«Пані Вчителька» (64,5 тис. підписників). Літературно-мовний та освітньо-пізнавальний канал про національну культуру від філологині Катерини Лепської. Через 2,5 місяці після повномасштабного вторгнення авторка опублікувала відеозвернення, в якому розказала, як переживає війну, поділилася подальшими планами щодо каналу, та відеоогляд на книгу, який було знято до війни. Надалі на каналі була пауза близько 4 місяців – до осені 2022 р. Більш регулярна публікація відеоконтенту на каналі (2–3 рази на місяць) відновилися лише взимку 2022–2023 рр. Опубліковані відео були присвячені темі відсутності українських авторів у різноманітних світових топах, як сучасні автори представляють українську літературу у світі, чи залишається вона недооціненою, огляди на книги «Мур» Андрія Любки, «Пан ніхто» Ігоря Калинця, лінгвістичний аспект української та російської мов (за дослідженням лексичного фонду слов'янських мов мовознавця Костянтина Тищенка).

З аналізованих десяти Youtube каналів сім мали перерву в публікації контенту від місяця до трьох. Це пояснюється тим, що на початку війни українців цікавив пере-

важно інформаційний контент. Крім того, більшість українців (серед яких могли бути й автори) евакуювалися в більш безпечні райони, а підготовка матеріалів вимагала часу для організації знімального процесу в нових умовах. Чотири канали мали паузу в публікації півтора-два місяці, на що були різні причини. Наприклад, авторки каналу «Палає» Яна Брензей та Емма Антонюк (журналістки телеканалу СТБ) готували матеріали для телемарафону «Єдині новини», автор каналу «Твоя підпільна гуманітарка» Євген Лір зосередив зусилля на волонтерській діяльності (відео на каналі від 23 лютого 2023 р.), публікацією контенту опікувався інший співавтор – Остап Українець. Перерва на каналах «Ідея Олександрівна» та «Пані вчителька» була спричинена особистими обставинами.

Узагальнені зміни в контенті аналізованих Youtube-каналів представлені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Зміни в контенті аналізованих Youtube-каналів (лютий 2022 р. – лютий 2023 р.)

Youtube-канал	Чи згадувалося про війну?	Чи змінилася кількість контенту за рік війни?	Чи була перерва в публікації контенту?	Чи з'явилися нові теми для відео, окрім основної тематики каналу?
«Історія без міфів»	Так	Ні	Так	Ні
«Загін кіноманів»	Так	Ні	Так	Так
«Geek journal»	Так	Ні	Ні	Так
«Гуцулендія»	Так	Ні	Ні	Так
«Твоя підпільна гуманітарка»	Так	Так, зменшилася	Так	Ні
«Ідея Олександрівна»	Так	Так, зменшилася	Так	Ні
«Палає»	Так	Так, зменшилася	Так	Так
«Bezodnya.Music»	Так	Ні	Ні	Ні
«Культуртригер»	Так	Ні	Так, місяць	Так
«Пані вчителька»	Так	Так, зменшилася	Так	Так

Варто зауважити, що в авторів багатьох аналізованих каналів не було чіткого розуміння, чи потрібен наразі їхній контент аудиторії. Однак згодом прийшло усвідомлення, що знання історії та власної культури — це зброя в руках нації. Адже, коли ворог намагається знищити національну культуру, вона потребує ще більше підтримки та розголосу. Авторі семи Youtube-каналів з десяти аналізованих у перші дні вторгнення відреагували на повномасштабне вторгнення публікацією звернень до підписників із закликами про збори для ЗСУ. На п'яти каналах («Загін кіноманів», «Geek journal», «Гуцулендія», «Культуртригер», «Палає») автори відзначили, що війна потребує відповідного контенту, тож, окрім основної тематики (огляд новин, реакція світової спільноти на події в Україні, протидія пропаганді, аналіз заяв російських політичних та культурних діячів, пояснення, чому важливо бойкотувати російське), з'явилися нові теми.

У період з 24 лютого 2022 р. до 24 лютого 2023 р. зафіксовано збільшення кількості підписників та переглядів на кожному з аналізованих каналів. Цей факт демонструє високий рівень зацікавлення аудиторії культурно-мистецькою тематикою під час повномасштабного вторгнення. Серед причин стрімкого інтересу українців до власної культури, мистецтва та історії – бажання дізнатися більше про власну культуру, мистецтво та історію, краще орієнтуватися у світі культури та потреба в самоідентифікації [15].

Щомісячна фіксація показників кількості підписників дозволяє зробити певний висновок (таблиця 2). Три з десяти аналізованих каналів («Загін кіноманів», «Geek Journal», «Ідея Олександрівна») мали сталий показник кількості підписників упродовж одного місяця за період дослідження, що може бути пов'язане з відсутністю підписки в аудиторії на канали. Однак цей факт у жодному разі не вплинув на подальше зростання інтересу аудиторії до цих каналів. Канал «Пані вчителька» за період з квітня по липень 2023 р. продемонстрував сталість підписників. Ця ситуація, імовірно, пов'язана з відсутністю актуальних відеопублікацій на каналі. Зокрема, в одному відео авторка зробила огляд на книгу «Любов, дідусь і помідори», знятий ще до повномасштабного вторгнення. Інше ж відео мало більш приватний характер, де авторка ділилася тим, як складно переживає війну та ідеями про подальшу долю каналу.

Таблиця 2 – Кількість підписників на каналах (лютий 2022 р. – лютий 2023р.)

YouTube-канал/ період	Лютий 2022	Березень 2022	Квітень 2022	Травень 2022	Червень 2022	Липень 2022	Серпень 2022	Вересень 2022	Жовтень 2022	Листопад 2022	Грудень 2022	Січень 2023	Лютий 2023
«Історія без міфів»	2 52 000	2 63 000	2 94 00	3 21 000	3 48 000	3 73 000	4 30 000	4 59 000	4 79 000	5 09 000	5 36 000	5 68 000	6 02 000
«Загін кіноманів»	1 59 000	1 59 000	1 93 000	3 25 000	3 86 000	4 18 000	4 37 000	4 58 000	4 69 000	4 74 000	5 08 000	5 29 000	5 41 000
«Geek Journal»	1 90 000	1 92 000	1 98 000	2 21 000	2 61 000	2 79 000	2 96 000	3 04 000	3 07 000	3 07 000	3 10 000	3 18 000	3 26 000
«Гуцулендія»	6 8 000	7 9 000	1 01 000	1 06 000	1 51 000	1 65 000	1 76 000	1 85 000	2 03 000	2 15 000	2 25 000	2 31 000	2 40 000
«Твоя підпільна гуманітарка»	1 21 000	1 23 000	1 25 000	1 30 000	1 33 000	1 38 000	1 44 000	1 47 000	1 50 000	1 53 000	1 57 000	1 58 000	1 60 000
«Ідея Олександрівна»	6 3400	7 0100	7 1500	8 2600	8 4500	8 6300	9 2000	9 4400	9 5900	9 9000	9 9000	1 05000	1 10000
«Палає»	7480	9430	10800	12200	19100	25100	71300	79900	87100	94800	105000	108000	111000
«Bezodnya.Music»	65400	67200	71400	78800	81200	92000	97500	101000	103000	105000	107000	112000	115000
«Культуртригер»	4830	5050	5070	6120	9460	18800	26200	30500	34100	42800	46300	59200	65400
«Пані Вчителька»	56100	58600	58700	58700	58700	58700	58400	58000	59100	61000	62600	63000	63200

Найбільше користувачів, а саме 382 тис., підписалося на канал «Загін кіноманів», трохи менше (350 тис.) – «Історія без міфів». По 172 тис. та 136 тис. підписників долучилися до каналів «Гуцулендія» та «Geek journal» відповідно. Високі показники демонструє канал «Палає» – 102 520 підписників. З'явившись незадовго до повномасштабного вторгнення в Youtube-просторі, цей канал збільшив свою аудиторію в 15 разів. Аналогічну динаміку демонструє культурно-мистецький канал «Культуртригер», на який за період дослідження підписалося 60 570 користувачів, що збільшило його аудиторію майже в 14 разів. По 49 400, 46 600 та 39 000 користувачів платформи Youtube підписалися на канали «Bezodnya.Music», «Ідея Олександрівна» та «Твоя підпільна гуманітарна» відповідно. Найменша кількість підписників за рік серед десяти каналів долучилася до каналу «Пані вчителька» – 7100 (рис. 1).

Фіксація кількості переглядів щомісяця впродовж року засвідчила зростання показника від сотні тисяч до мільйона на кожному з десяти каналів. На відміну від показника кількості підписників, сталих значень переглядів упродовж двох місяців поспіль не спостерігалось, і з кожним місяцем кількість переглядів на кожному каналі



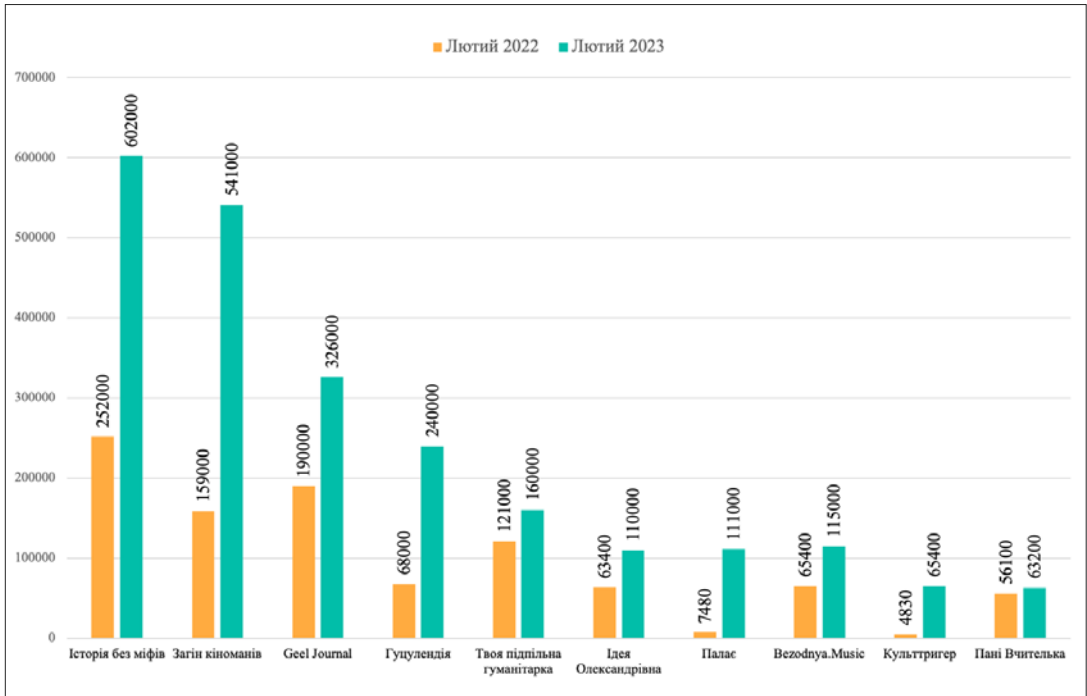


Рисунок 1 – Динаміка кількості підписників на Youtube-каналах (лютий 2022 р. – лютий 2023 р.)

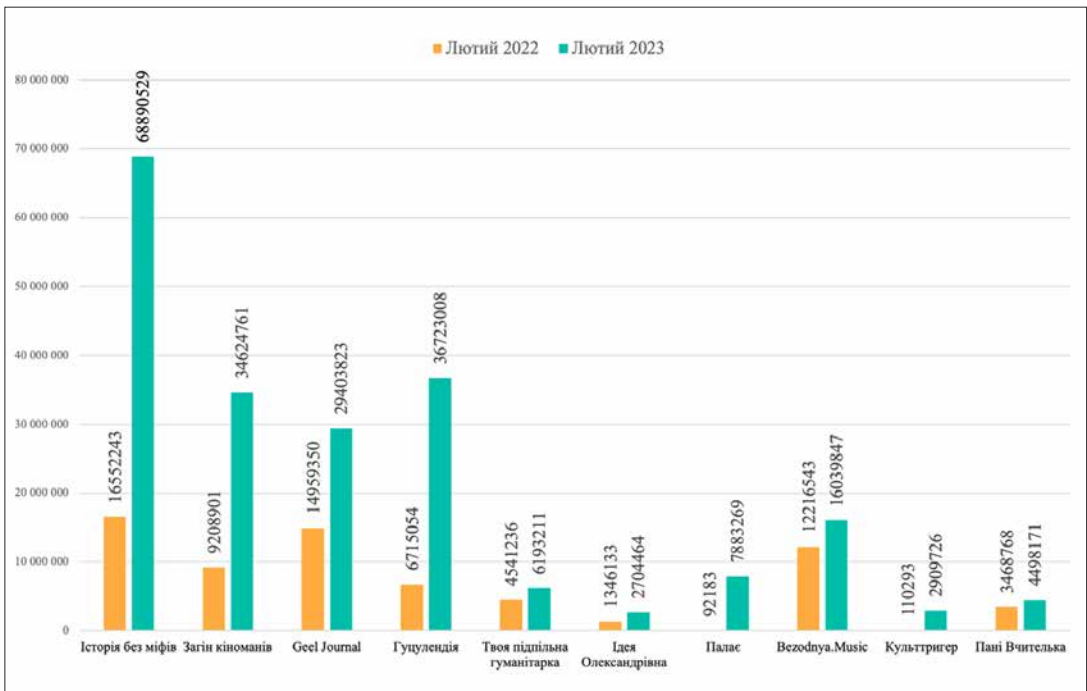


Рисунок 2 – Динаміка кількості переглядів на Youtube-каналах (лютий 2022 р. – лютий 2023 р.)

збільшувалася, що вкотре доводить суттєве зростання зацікавленості українців власною культурою.

За рік дослідження найвищі показники зростання переглядів показав канал «Історія без міфів» (понад 52 млн). На 30 млн та 25 млн відповідно збільшилася

кількість переглядів на каналах «Гуцулендія» та «Загін кіноманів». Понад 14 млн переглядів за рік додалося на каналі «Geek Journal». На каналі «Палає» кількість переглядів зросла майже на 8 млн. «Bezodnya. Music» збільшив показники переглядів майже на 4 млн, а «Культуртригер» – 3 млн. Більше ніж по 1 млн переглядів за рік додалося на каналах «Твоя підпільна гуманітарна», «Ідея Олександрівна» та «Пані вчителька» (рис.2).

**Висновки та перспективи.** У цьому дослідженні на основі кількісного-якісного контент-аналізу десяти українських Youtube-каналів здійснено аналіз трансформаційних процесів у роботі українських Youtube-каналів, що висвітлюють тематику культури, мистецтва, історії, після повномасштабного вторгнення росії до України 24 лютого 2022 р. Були виявлені такі зміни в контенті: жоден з аналізованих каналів не залишився осторонь теми війни й відносно оперативно відновив регулярну публікацію відео, з'явилися нові теми, пов'язані з повномасштабним вторгненням, або основна тематика каналу була тимчасово трансформована. Результати зростання показників переглядів та підписників аналізованих каналів за період дослідження демонструють суттєвий рівень інтересу аудиторії до культурно-мистецького контенту. Показники суттєвого зростання кількості підписників та переглядів каналів за період дослідження засвідчують затребуваність відповідного аудіовізуального продукту серед аудиторії.

Контент-аналіз кожного з десяти аналізованих Youtube-каналів показує, що автори змогли адаптуватися до реалій війни та створити актуальний контент на культурно-мистецьку тематику. Також вони усвідомили важливість культури у військовий час та виявили свою громадянську позицію. Адже мистецтво не може бути поза політикою, коли саме мистецтво та культура знищується ворогом. У своїх відео автори висвітлювали актуальні культурні події, протидіяли пропаганді, документували воєнні злочини, забезпечували їх публічність у суспільстві, сприяли поширенню нових знань про культуру та мистецтво, тим самим об'єднуючи націю. Ці висновки демонструють вирішальну роль, яку відіграє культурна журналістика у формуванні громадської думки та просуванні культурної обізнаності під час війни.

Подальші дослідження культурно-мистецького контенту в соцмережах, можливі методи його популяризації вважаємо перспективними з огляду на стратегічне значення культури в умовах повномасштабної війни, що триває. Через певний час із накопиченням емпіричного матеріалу слід буде проаналізувати нові канали, а також вже досліджені на предмет збереження інтересу аудиторії до вищезазначеного контенту. З огляду на високі показники переглядів перспективною також видається тема дослідження популяризації культурно-мистецького контенту національними ЗМІ, зокрема телебаченням.

1. Білодід П. Як дорослішала українська культурна журналістика. URL: [https://mind.ua/kmb\\_s\\_alumni/openmind/20234722-yak-doroslishala-ukrayinska-kulturna-zhurnalistika](https://mind.ua/kmb_s_alumni/openmind/20234722-yak-doroslishala-ukrayinska-kulturna-zhurnalistika) (дата звернення 19.06.2023).

2. Бліндюк М. Завдання вижити: яким має бути культурний контент у медіа. URL: <https://chytomo.com/kultura-v-media-iak-iz-neiu-pratsiuvat/> (дата звернення 19.06.2023).

3. Бліндюк М. Як працюють українські культурні медіа під час війни. URL: <https://suspilne.media/245223-ak-pracuut-ukrainski-kulturni-media-pid-cas-vijni/> (дата звернення 21.06.2023).

4. Гарматій О., Кісіль С. Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Журналістські науки. Львів, 2018. Вип. 896, № 2. С. 18–25.

5. Галаджун З., Бакай, Р. Youtube як нова форма медіакомунікації. Вісник Національного університету «Львівська Політехніка». Львів, 2020. Вип. 4. С. 117–131.

6. Довженко О. Велике українське телерадіодиво. Як наше телебачення і радіо спромоглося об'єднатися заради України. URL: <http://surl.li/kvejik> (дата звернення 20.06.2023).

7. Дорош М. Культурна журналістика: як вбудуватися в формат. URL: <https://ms.detector.media/presa-v-ukraini/post/2115/2013-12-16-kulturna-zhurnalistyka-yak-vbuduvatysya-u-format/> (дата звернення 19.06.2023).

8. Дутчак А. Сучасний стан та перспективи українськомовних каналів на сервісі Youtube. *Образ*. 2017. Вип. 4 (41). С. 122–129.

9. Жук О. Війна війною, а радіодиктант і «Євробачення» за розкладом. Найпопулярніші публікації про Суспільне на «Детекторі медіа». URL: <http://surl.li/kveie> (дата звернення 20.06.2023).

10. Іванова О. А. Літературно-мистецька періодика в соціальнокомунікаційному просторі України початку XXI століття : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2010. 31 с.

11. Кислюк К. В. Рівень українізації та суспільної актуальності топових акаунтів YouTube, Instagram, TikTok. *Культура України: культурологія*. Харків, 2023. Вип.79. С. 7–18.

12. Котубей О. «Ніби в суді збираю докази»: блогер Віталій Гордієнко про свої дослідження пропаганди в російському кіно. URL: <https://suspilne.media/229954-nibi-v-sudi-zbirau-dokazi-blogger-vitalij-gordienko-pro-svoi-doslidzenna-propagandi-v-rosijskomu-kino/> (дата звернення 20.06.2023).

13. Литвиненко А. І., Мисечко А. О. Специфіка і тенденції висвітлення культурно-мистецьких новин на українському телебаченні. *Knowledge, Education, Law, Management*. 2022. No. 8. P.122–130.

14. Литвиненко А. І. До питання зникнення культурно-мистецьких програм з ефіру телеканалів. Актуальні проблеми соціальних комунікацій. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. м. Запоріжжя, 13–14 листопада 2020 р. Класичний приватний університет. С. 50–56.

15. Lytvynenko A. Ukrainian cultural and Art TV Programs during the Russia's invasion of Ukraine. *Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej*. 2023. No. 3. P. 140–150.

16. Мадей А. С. Історико-культурний контент інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.) : дис. ... канд. наук із соц. комунік. : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2021. 183 с.

17. Мар'їна Л. П. Сучасна журналістика і культура: спільність генезису. *Вісник Львівського університету: Журналістика*. Львів, 2012. Вип. 36. С. 73–78.

18. Мірошніченко Ю. П. Культурно-мистецька проблематика провідних якісних газет України та світу : дис. ... канд. наук із соц.комунік. : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 183с.

19. Мусієнко О. В. Новітні аудіовізуальні інструменти репрезентації української ідентичності на відеохостингах в умовах російсько-української війни. *Культура України: Культурологія*. Харків, 2022. Вип. 78. С. 30–37.

20. Остапик Б., Левицька І. Інформаційний ліміт: чому українці відмовляються від новин та який контент на часі. URL: <https://rubryka.com/blog/information-limit/> (дата звернення 21.06.2023).

21. Понад 55% українців отримують інформацію з месенджерів та соціальних мереж – дослідження. URL: <http://surl.li/kveiv> (дата звернення 21.06.2023).

22. Українська культура під ударом: знищення української культури у війни Росії проти України. URL: <https://pen.org/report/ukrainian-culture-under-attack/> (дата звернення 19.06.2023).

23. Чиченіна Л. «Ви, Секлето Пилипівно, – щось інше. А ми – щось інше». Як велика війна змінила український Youtube. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2022/12/31/252092/> (дата звернення 20.06.2023).

1. Bilodid, P. (2021), "How Ukrainian cultural journalism grew up", available at: [https://mind.ua/kmbms\\_alumni/openmind/20234722-yak-doroslishala-ukrayinska-kulturna-zhurnalistika](https://mind.ua/kmbms_alumni/openmind/20234722-yak-doroslishala-ukrayinska-kulturna-zhurnalistika) (accessed 19 June 2023).

2. Blindyuk, M. (2019), "The task of survival: what should be the cultural content in the media", available at: <https://chytomo.com/kultura-v-media-iak-iz-neiu-pratsiuvaty/> (accessed 19 June 2023).

3. Blindyuk, M. (2023), "How Ukrainian cultural media work during the war", available at: <https://suspilne.media/245223-ak-pracuut-ukrainski-kulturni-media-pid-cas-vijni/> (accessed 21 June 2023).

4. Harmatiy, O. & Kisil, S. (2018), "The topic of culture in the Ukrainian mass media: main trends of presentation", *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»* [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University], vol. 896, no. 2, pp. 18–25.

5. Haladzhun, Z. & Bakai, R. (2020), "Youtube as a new form of media communication", *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha»* [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University], no. 4, pp. 117–131.

6. Dovshenko, O. (2023), "A great Ukrainian TV and radio star. How our television and radio managed to unite for the sake of Ukraine", available at: <http://surl.li/kvej> (accessed 20 June 2023).
7. Dorosh, M. (2013), "Cultural journalism: how to embed in format", available at: <https://ms.detector.media/presa-v-ukraini/post/2115/2013-12-16-kulturna-zhurnalistica-yak-vbuduvatysya-u-format/> (accessed 19 June 2023).
8. Dutchak, A. (2017), "Status and prospects of Ukrainian-language channels on the YouTube service", *Obraz [Image]*, iss. 4 (41), pp. 122–129.
9. Zhuk, O. (2023), "War by war, and the radio dictation and "Eurovision" according to the schedule. The most popular public publications on "Media Detector", available at: <http://surl.li/kveie> (accessed 20 June 2023).
10. Ivanova, O.A. (2010), *Literary and Artistic Periodicals in the Social Communication Space of Ukraine at the Beginning of the 21st Century*, Abstract of the D.Sc. diss. (social sciences of communications), Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 31 p.
11. Kislyuk, K. (2023), "The level of Ukrainianization and social relevance of top YouTube, Instagram, and TikTok accounts", *Kultura Ukrainy [Culture of Ukraine]*, iss.79, pp. 7–18.
12. Kotubey, O. (2022), "'It's like I'm gathering evidence in court": blogger Vitaliy Gordienko about his research on propaganda in Russian cinema", available at: <https://suspilne.media/229954-nibi-v-sudi-zbirau-dokazi-bloger-vitalij-gordienko-pro-svoi-doslidzenna-propagandi-v-rosijskomu-kino/> (accessed 20 June 2023).
13. Lytvynenko, A. & Mysechko, A. (2022), "Specificity and trends of coverage of cultural and artistic news on Ukrainian television", *Knowledge, Education, Law, Management*, no. 8, pp. 122–130.
14. Lytvynenko, A. (2020), "In the issue of the disappearance of cultural and artistic programs from the air of TV channels", in (Ed.) *Proceedings of the All-Ukrainian Scientific Conference "Actual Problems of Social communications"*, Classical private university, Zaporizhzhia, 13–14 November, Zaporizhzhia, pp. 50–56.
15. Lytvynenko, A. (2023), "Ukrainian cultural and Art TV Programs during the Russia's invasion of Ukraine", *Periodyk Naukowy Akademii Polonijnej [Scientific Journal of Polonia University]*, no. 3, p. 140–150.
16. Madei, A. (2022), *Historical and Cultural Content of the Informational and Analytical Weekly "Mirror of the week. Ukraine" (2004–2019)*, PhD diss. (social sciences of communications), Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 278 p.
17. Mar'ina, L. (2012), "Modern journalism and culture: the commonality of genesis", *Visnyk Lvivskoho Natsionalnoho Universytetu [Bulletin of Lviv National University]*, vol. 36, pp. 73–78.
18. Miroshnychenko, Yu. (2015), *Cultural and Artistic Problems of the Leading Quality Newspapers of Ukraine and the World*, PhD diss. (social sciences of communications), Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 183 p.
19. 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", *Kultura Ukrainy [Culture of Ukraine]*, iss. 78, pp. 30–37.
20. Ostapik, B. & Levytsla, I. (2022), "Information limit: why Ukrainians refuse news and what content is up-to-date", available at: <https://rubryka.com/blog/information-limit/> (accessed 21 June 2023).
21. Detector media (2022), "More than 55% of Ukrainians receive information from messengers and social networks – research", available at: <http://surl.li/kveiv> (accessed 21 June 2023).
22. Pen America (2022), "Ukrainian Culture Under Attack: Erasure of Ukrainian Culture in Russia's War Against Ukraine", available at: <https://pen.org/report/ukrainian-culture-under-attack/> (accessed 19 June 2023).
23. Chichenina, L. (2022), "'You, Sekleto Pilipivno, are something else. And we are something else". How the great war changed Ukrainian YouTube", available at: <https://life.pravda.com.ua/culture/2022/12/31/252092/> (accessed 20 June 2023).

UDC 008:070: 39+7.06 (364)

## UKRAINIAN CULTURAL AND ARTISTIC YOUTUBE CHANNELS DURING THE FIRST YEAR OF THE WAR OF THE RUSSIAN INVASION OF UKRAINE

**Lytvynenko Anastasia**, PhD (social communicates),

Taras Shevchenko Kyiv National University, Educational and Scientific Institute of Journalism, st. Yuriy Ilyenka, 36/1, Kyiv, 04119, Ukraine, e-mail: alytvynenko@knu.ua.

ORCID - <https://orcid.org/0000-0003-1375-5202>.

**Introduction.** The destruction of Ukrainian culture is a key element of Russian aggression. Falsification of Ukrainian history is a common tactic of the Russian Federation in its efforts to undermine Ukraine's independence, as it seeks to deny the existence of Ukrainian identity and delegitimize its right to statehood, language, and culture. Therefore, the role of cultural content in Ukraine during a full-scale war is indeed of strategic importance.

**The aim of study.** The purpose of the study is to analyze the transformations in the work of Ukrainian YouTube channels covering culture, art, and history after the full-scale Russian invasion of Ukraine on February 24, 2022. Among the tasks of the research: to identify changes in the content of Ukrainian-language YouTube channels on cultural and artistic topics after February 24, 2022, to track how the indicators of the number of views and the number of subscribers on the selected YouTube channel changed during the research period.

**Methodology.** The main method is content analysis. All videos on the 10 YouTube channels, published after February 24, 2022 - the date of the start of Russia's full-scale invasion of Ukraine, and up to and including February 24, 2023 - were processed. Using the quantitative method, on the last day of each month, the indicators of the number of subscribers and views of each of the ten analyzed channels were recorded.

**Results and conclusions.** Content analysis of 10 Youtube channels showed that their authors adapted the content to the realities of wartime. In addition, the results of the increase in the number of subscribers and views of each channel, the audience showed the need of society for such content. During the year of the war, authors of Youtube channels created hundreds of hours of content to combat propaganda narratives, fakes, oppose Russian aggression through culture in the world, and popularize the heritage of Ukrainian artists and cultural figures.

**Keywords:** *cultural and artistic content, Youtube, full-scale Russian invasion of Ukraine, cultural journalism.*

Стаття надійшла до редакції 1.07.2023.