

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет соціології
Кафедра методології та методів соціологічних досліджень

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«УКРАЇНІЗАЦІЯ YOUTUBE КОНТЕНТУ ЯК ПОЛЕ КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ УКРАЇНЦІВ»

Спеціальність: 054 Соціологія
Освітня програма: «Соціологія»
Освітній ступінь: магістр
Кваліфікація: магістр соціології

Автор:

Бурдін Ярослав Євгенійович,
студент магістратури

Науковий керівник:

Сальнікова Світлана Анатоліївна,
Доцент, кандидат соціологічних наук

Магістерська робота допущена до захисту
рішенням кафедри методології та методів соціологічних досліджень

Протокол №__ від «__» _____ 2023 р.

Зав. кафедри _____ проф. Сидоров М.В.
Підпис

Київ 2023

Реєстрація

номер

дата

підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано

до захисту

підпис наукового керівника

ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Члени ЕК

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

Секретар ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Анотація

Бурдін Ярослав. Українізація YouTube контенту як поле культурного спротиву українців. Магістерська робота спрямована на дослідження культурного спротиву через українізацію YouTube контенту, підкреслюючи важливість мови як засобу культурного спротиву. У межах роботи культурний спротив визначено як протидію русифікації YouTube простору шляхом його українізації. Дослідження розглядає культурний спротив у цифровому контексті через популярність YouTube в Україні та переважання російськомовного контенту на ньому, що підкреслює основну проблему дослідження. В рамках розробки дизайну дослідження концептуалізація культурного спротиву здійснюється через призму ставлення до мови, поведінкових практик та переконання щодо важливості мови. Результати демонструють зростання споживання україномовного контенту на YouTube. Виявлено статистично значущий зв'язок між переконаннями щодо важливості мови як інструменту культурного спротиву та вибором мови перегляду YouTube контенту.

Ключові слова: культурний спротив, мова, цифровий спротив, українізація, дослідження YouTube.

Annotation

Burdin Yaroslav. Ukrainization of YouTube Content as a Field of Cultural Resistance among Ukrainians. The master's thesis aims to study cultural resistance by examining the Ukrainization of YouTube content and emphasizing the importance of language as a tool of cultural resistance. The framework of this work defines cultural resistance as opposing the Russification of the YouTube space through Ukrainization. The study explores cultural resistance in the digital context, given YouTube's popularity in Ukraine and the prevalence of Russian-language content, highlighting the main research problem. The research design was developed to measure cultural resistance, where the term conceptualizes through attitudes toward language, behavioral practices, and beliefs about language importance. The results indicate an increase in the consumption of Ukrainian-language content. The researchers also discovered a statistically significant relationship between beliefs about the importance of language as a tool of cultural resistance and the choice of language for viewing YouTube content.

Keywords: cultural resistance, language, digital resistance, Ukrainization, YouTube research.

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ	7
1.1. Тлумачення поняття «культурний спротив»	7
1.2. Форми культурного спротиву	10
1.2.1. <i>Символічний спротив (Symbolic Resistance)</i>	11
1.2.2. <i>Експресивний спротив (Expressive Resistance)</i>	11
1.2.3. <i>Повсякденний спротив (Everyday Resistance)</i>	12
1.2.4. <i>Організований спротив (Organized Resistance)</i>	13
1.2.5. <i>Цифровий спротив (Digital resistance)</i>	13
1.3. Інструменти культурного спротиву	14
1.3.1. <i>Література</i>	14
1.3.2. <i>Музика</i>	15
1.3.3. <i>Мистецтво</i>	16
1.3.4. <i>Звичай та традиції</i>	17
1.3.5. <i>Мова</i>	17
Висновки до розділу I	19
РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНІЗАЦІЇ YOUTUBE КОНТЕНТУ ЯК ПРОЯВУ КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ УКРАЇНЦІВ	20
2.1. YouTube як платформа для вираження культурного спротиву	20
2.2. Дизайн дослідження культурного спротиву українців крізь призму українізації YouTube контенту	23
Висновки до розділу II	28
РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНІЗАЦІЇ YOUTUBE КОНТЕНТУ ЯК ПРОЯВУ КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ УКРАЇНЦІВ	29
3.1. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження	29
3.2. Значення результатів для подальшого вивчення культурного спротиву в Україні	43
Висновки до розділу III	45
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	49
ДОДАТКИ	55

ВСТУП

Актуальність дослідження. Тривале військове протистояння між Україною та росією значною мірою впливає на культурний ландшафт країни. За словами С. Хонга, це не лише збройне протистояння, а й культурне протистояння, оскільки росія прагне «стерти українську культуру» (Hong, 2023). Руйнування української культурної спадщини викликає велике занепокоєння: російські окупанти руйнують історичні будівлі, викрадають мистецькі цінності, знищують бібліотечні та архівні фонди (Хоменко, 2023). Ця війна також є війною пам'яті, оскільки росія прагне підірвати українську національну ідентичність, знищити культуру та мову (Roslan, 2022). А значне поширення російської мови в онлайн просторі створює додаткові загрози (поширення дезінформації та пропаганди, підривання української культури, єдності та ідентичності) (Центр контент аналізу, 2022). В цьому контексті культурний спротив слугує важливим механізмом захисту, де українці використовують різні форми вираження, щоб протистояти російському культурному імперіалізму.

Дослідження культурного спротиву досить актуальні і привертають увагу багатьох фахівців з різних дисциплін, зокрема соціології, політології, культурології, антропології і т.д. Науковці досліджують численні прояви культурного спротиву, які охоплюють різні форми культурного самовираження, такі як література, музика, мистецтво, мова тощо (Timalsina, 2019; Guerra, 2021; Duncombe, 2016; Salloum, 2018; Schwartz, 2018). Заглиблюючись у складнощі цього явища, дослідники розкривають глибинні механізми та значення спротиву в умовах маргіналізації, культурної гегемонії, та постійних внутрішніх та зовнішніх загроз.

Мова, зокрема, постає критично важливим елементом у різних формах культурного спротиву, слугуючи як засобом вираження ідентичності, так і символом збереження культури (Guessabi, 2021; Scott, 2017). Підтримуючи та заохочуючи використання рідної мови, громади можуть протистояти культурній асиміляції,

розвивати почуття приналежності та відстоювати свою культурну автономію в умовах тиску та гноблення. Важливість мови як інструменту культурного спротиву набуває особливої актуальності у випадку України, зважаючи на її історичні зв'язки з росією та триваючу війну. У цьому контексті мова слугує потужним інструментом культурного самовираження, самовизначення та спротиву. Революція Гідності та війна посилили важливість культурного спротиву через мову. Ці події викрили глибинні політичні мотиви російської культурної інтервенції, прикладом чого є зусилля росії, спрямовані на поширення різних наративів. Просуваючи їх, вони намагаються виправдати свою агресію та розширити культурне домінування.

Дослідження культурного спротиву в Україні підкреслюють важливість збереження та популяризації української мови як засобу утвердження суверенітету, ідентичності та культурної цілісності країни (Біланюк, 2017; Кулик 2013, Tabeusz, 2012). Деякі вчені, зокрема Г. Ляхович (2017), В. Кулик (2016) та Л. Підкуймуха досліджували динаміку мови та ідентичності, наголошуючи на ролі української мови у формуванні почуття національної приналежності та важливості цього у культурному спротиві (Pidkuimukha, 2022). Нещодавні дослідження Н. Безсмертної (2022), М. Песенті та Т. Журженко зосереджені на відродженні української мови в умовах російської агресії, підкреслюючи її вирішальну роль у спротиві за культурну автономію (Pesenti, 2022; Zhurzhenko, 2021). Тобто мова виступає у ролі важливого аспекту культурного спротиву, слугуючи засобом утвердження української культурної ідентичності, збереження та накопичення культурної спадщини та протистояння російському культурному імперіалізму.

Об'єктом роботи є поняття «культурний спротив».

Предмет: культурний спротив через українізацію YouTube контенту.

Мета роботи: аналіз культурного спротиву українців шляхом українізації YouTube контенту.

Розглядаючи засадничі концепції та ідеї, які лежать в основі цієї сфери досліджень, я прагну забезпечити комплексне розуміння культурного спротиву,

прояв культурного спротиву шляхом українізації та його значення в сучасному суспільстві на прикладі YouTube простору.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- Опрацювати теоретичні засади дослідження культурного спротиву крізь призму українізації. Зокрема, описати інтерпретацію поняття «культурний спротив» та виокремити форми та прояви культурного спротиву.

- Представити методологію дослідження українізації як прояву культурного спротиву у YouTube просторі, включаючи розробку дизайну дослідження культурного спротиву українців крізь призму українізації YouTube та обґрунтування вибору YouTube як простору прояву культурного спротиву.

- Проаналізувати результати дослідження українізації YouTube контенту як прояву культурного спротиву українців, у тому числі обґрунтувати значущість результатів для вивчення культурного спротиву шляхом українізації YouTube контенту та зазначити пропозиції щодо майбутніх досліджень культурного спротиву.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ

1.1. Тлумачення поняття «культурний спротив»

Осмилення ідеї щодо ролі культури як інструменту спротиву пов'язують з працею М. Арнольда, у есе 1869 року «Культура і анархія» він визначає культуру як засіб спротиву хаосу і соціальним заворушенням, що виникають внаслідок індустріалізації, урбанізації та політичних потрясінь (Arnold, 1990). Культура в цьому розумінні набуває більшої функціональної цінності і стає не лише елементом ідентичності чи приналежності, а й елементом «спротиву». Якщо ж говорити про, власне, термін «культурний спротив», то він вперше з'явився на початку ХХ століття у праці Г. Берлена «Народження Югославії». Автор у своїй роботі заглиблюється в аналіз спротиву слов'ян німецьким зусиллям поширити християнство на їхніх територіях. Він акцентує увагу на політичному та культурно спротиві, який слов'яни чинили, підкреслюючи їхню рішучість зберегти свою унікальну ідентичність і традиційні вірування (Baerlein, 1922).

Більш комплексне (з політичним контекстом) розуміння культурного спротиву розробив А. Грамші. Вчений наголошував на важливості культури і громадянського суспільства у підтримці і протистоянні владним структурам (Gramsci, 1971). Він стверджував, що влада не лише зосереджена в інституціях, але й вбудована в те, як люди осмислюють свій світ. Для А. Грамші культурний спротив був засобом боротьби з гегемонією і створення контргегемоністських культур, які могли б кинути виклик домінуючим структурам (Gramsci, 1971).

Далі цю концепцію розвивали Стюарт Хол та Тоні Джефферсон, що досліджували роль молодіжних субкультур у протистоянні домінуючим ідеологіям та соціальним нормам (Hall, 1976). С. Хол і Т. Джефферсон стверджували, що молодіжні субкультури діють як місце спротиву, оскарження та обговорення соціальних і культурних ідентичностей. Ці субкультури розвивають унікальні

ритуали та практики, які одночасно відображають і кидають виклик ширшому соціальному контексту, в якому вони виникають. Таким чином, вони беруть участь у формі культурного спротиву, який не лише критикує домінуючі суспільні норми та цінності, але й створює альтернативні простори для формування ідентичності та самовираження.

У праці Г. Дженкінса «Культура конвергенції: Де стикаються старі та нові медіа» культурний спротив можна розуміти як спосіб, в якій індивіди та групи використовують свої культурні практики, переконання чи способи самовираження, щоб кинути виклик або протистояти домінуючим культурним нарративам, особливо в цифрову епоху та в умовах конвергенції медіа-ландшафту (Jenkins, 2006). Робота Г. Дженкінса підкреслює трансформаційну роль цифрових технологій у зміні форм культурного виробництва, споживання та розповсюдження. Через цю призму культурний спротив може проявлятися у формі партисипативної культури, коли індивіди та групи активно долучаються до створення, розповсюдження та споживання культурного контенту, який спрямований на протидію пануючим нарративам чи структурам.

У широкому сенсі культурний спротив можна розуміти як дії окремих осіб чи груп людей, що спрямовані для збереження та просування своєї культурної ідентичності, цінностей або практик перед обличчям домінуючої, гегемоністської культури. В українському контексті, культурний спротив тісно пов'язаний з тривалою історичною та сучасною боротьбою проти русифікації культурного простору України (Кулик, 2016). Українська мова стала ключовим інструментом культурного спротиву, активісти та освітяни працюють над її популяризацією та збереженням в умовах домінування російської мови (Біланюк, 2017). Протести Євромайдану 2013-2014 років і війна з росією ще більше активізували український мовний спротив, що призвело до зростання підтримки мовної політики, яка посилює роль української мови в освіті, медіа та суспільному житті (Кулик, 2016).

Загалом культурний спротив є багатограним і складним явищем, що вимагає розуміння контексту, яке враховує конкретні культурні проблеми, на вирішення яких він спрямований. Наведемо декілька прикладів:

- Збереження ідентичності та цінностей. Культурний спротив виникає тоді, коли громади або окремі особи прагнуть захистити свою культурну ідентичність і цінності перед обличчям домінуючих культурних, політичних або соціальних сил, які намагаються їх придушити або маргіналізувати (Bennett, 2007).

- Реакція на культурні репресії. Спільноти чи окремі особи можуть вдаватися до культурного спротиву, коли зазнають культурних репресій чи обмежень, накладених зовнішніми силами, що часто проявляється у формі творчого самовираження, активізму чи колективних дій (Castells, 2012).

- Захист від цензури. Культурний спротив може також виникати перед обличчям потенційної цензури або придушення певних культурних практик, коли окремі особи та групи прагнуть зберегти свою свободу вираження та кинути виклик репресивним структурам (Eckerström, 2022).

- Захист культурної спадщини. У випадку загрози знищення культурної спадщини або насильницької заміни культурними артефактами, культурний спротив стає необхідним для збереження історичної та культурної спадщини громади або суспільства (Шлепакова, 2019).

- Вирішення соціальних проблем. Культурний спротив може бути використаний як засіб підвищення обізнаності про соціально значущі проблеми, що потребують уваги, часто через художнє чи творче вираження, яке кидає виклик панівним нормам, структурам чи віруванням (Lilja, 2022).

Приклад культурного спротиву можна знайти у різних країнах та суспільствах. В Ірані андеграундні рок- і метал-гурти чинять спротив суворим культурним та релігійним нормам держави, що обмежують свободи людини. П. Екерстрем досліджує це явище, демонструючи, як ці музиканти долають ризики

цензури та переслідувань, висловлюючи інакомислення та кидаючи виклик релігійній цензурі (Eckerström, 2022). Інший приклад – це рух #MeToo у США, що став потужною формою культурного спротиву проти сексуальних домагань і нападів. М. Ліля аналізує рух #MeToo у Японії, демонструючи транснаціональну значущість і поширення завдяки соціальним мережам. Тобто використання інтернет простору, використання знаків (#) уможливило вплив на публічний дискурс, політичну активність і соціальні зміни (Lilja, 2022). Зрештою, в контексті Гонконгу, Рух парасольок 2014 року продемонстрував унікальну форму культурного спротиву проти зазіхань китайського уряду на політичну автономію міста. У своєму дослідженні автори детально проаналізували, як використання мистецтва, інсталяцій та перформансів під час протестів слугувало формою мирного спротиву, що мала резонанс на глобальну аудиторію (Patsiaouras, 2022).

Отже, дослідження культурного спротиву є складним і залежним від контексту явищем, яке суттєво відрізняється в різних країнах. Це пов'язано з тим, що коріння культурного спротиву лежить в унікальному історичному, соціальному та політичному досвіді кожної нації. Оскільки в Україні основним рушієм культурного спротиву є тривалий процес боротьби зі зросійщенням культурного середовища, то культурний спротив можна інтерпретувати як спосіб протистояння асиміляції російської культури \ мови в український культурний простір, через популяризацію української мови.

1.2. Форми культурного спротиву

Для соціолога дуже важливо розуміти форми культурного спротиву, щоб досягти цілісного розуміння складних соціальних процесів, які відбуваються у суспільстві. Оскільки культурний спротив часто виникає як реакція на різноманітні види культурного, соціального, політичного та економічного гноблення, то важливо дослідити різні аспекти спротиву. У цьому розділі ми розглянемо такі важливі форми культурного спротиву:

1.2.1. Символічний спротив (Symbolic Resistance)

Символічний спротив є однією із форм культурного спротиву, що характеризується спрямованістю на виклик домінуючим структурам через використання символів, ритуалів і перформенсів, а не через фізичну чи пряму конфронтацію (Hall, 1976). Ця форма спротиву часто діє на рівні смислотворення та конструювання ідентичності, оскільки окремі особи та групи використовують творчі засоби, ритуали та інші форми вираження для підриву гегемоністських норм та утвердження альтернативних точок зору (Alexander, 2006). Однією з головних переваг символічного спротиву є його здатність виходити за межі традиційних кордонів часу і простору, дозволяючи людям брати участь в актах інакомислення без ризику прямої конфронтації або репресій (Milan, 2015).

У цифрову епоху технології та соціальні медіа докорінно змінили способи участі окремих осіб і груп у символічному спротиві, надавши нові засоби комунікації та можливість охопити ширшу аудиторію (Bennett, 2014). Це дозволило швидко поширювати альтернативні погляди і контргегемоністські дискурси, сприяючи колективним діям у глобальному масштабі. Платформи соціальних мереж, зокрема, стали важливим простором для символічного спротиву, надаючи можливість різним групам ділитися своїм досвідом, організовувати рухи та виступати за соціальні зміни. Прикладами цього явища є хештег-кампанії, цифрове мистецтво та культура мемів, які використовують доступність та вірусний потенціал інтернету, щоб кинути виклик домінуючим наративам та просувати альтернативні точки зору (Patsiaouras, 2022).

1.2.2. Експресивний спротив (Expressive Resistance)

Експресивний спротив також є формою культурного спротиву. Він дозволяє кинути виклик домінуючим структурам за допомогою мистецьких і творчих засобів (Duncombe, 2016). Цей тип спротиву часто використовує такі засоби, як музика, театр, література, котрі дають змогу окремим особам чи групам артикулювати альтернативні наративи та сприяти соціальним змінам. Як більш неявна та емоційна

форма спротиву, експресивний спротив може резонувати з аудиторією на більш глибокому рівні, використовуючи спільні емоції та досвід, які виходять за межі традиційних бар'єрів мови, культури та ідеології (Berlant, 2016).

Вплив сучасних джерел інформації, таких як соціальні мережі та цифрові платформи, також значною мірою вплинув на характер спротиву в сучасному суспільстві. Інтернет простір уможливорює швидке поширення творчих робіт, сприяючи більшій видимості та залученню альтернативних поглядів і маргіналізованих голосів (Tufekci, 2017). Цифрові технології демократизували виробництво і споживання мистецьких творів, дозволивши людям з різним походженням брати участь у ширшому дискурсі про соціальні проблеми і динаміку влади та робити свій внесок у нього (Boler, 2018).

1.2.3. Повсякденний спротив (Everyday Resistance)

Повсякденний спротив, як форма культурного спротиву, охоплює широкий спектр буденних і часто непомітних дій, які кидають виклик домінуючим культурним парадигмам і репресивним системам у суспільстві (Johansson, 2019). Варто зазначити, що повсякденний спротив може проявлятися по-різному, наприклад, через гумор, сатиру, графіті або навіть у чомусь такому простому, як вибір одягу. Ця форма спротиву особливо важлива для маргіналізованих і пригноблених груп населення, яким може бракувати ресурсів або можливостей для відкритого активізму.

Однією з ключових особливостей повсякденного спротиву є його здатність бути вбудованим у повсякденне життя, оскільки люди беруть участь в актах спротиву через рутинну поведінку, таку як вибір моди, мови або моделей споживання. У цьому контексті повсякденний спротив слугує потужним нагадуванням про те, що трансформаційних змін можна досягти завдяки кумулятивному ефекту багатьох маленьких, наполегливих дій, спростовуючи традиційну думку про те, що лише великі жести та рухи можуть призвести до значущих соціальних змін.

1.2.4. Організований спротив (Organized Resistance)

Організований спротив – це ще одна з форм культурного спротиву, що стосується колективних дій, котрі здійснюються групами людей або цілою спільнотою, що мають спільну мету. Це передбачає формування соціальних рухів, організацій або мереж. Він часто зумовлений спільним досвідом та ідентичністю маргіналізованих або пригноблених спільнот, які прагнуть кинути виклик панівним структурам і сприяти культурним та соціальним змінам. Цей тип спротиву характеризується навмисним, скоординованим і стратегічним характером, а також зосередженістю на групових діях (Lilga, 2017).

Одним із яскравих прикладів організованого спротиву є рух (Black Lives Matter, BLM), який виник у відповідь на системний расизм і насильство з боку поліції щодо чорношкірих у Сполучених Штатах Америки. Рух привернув увагу всього світу, викликавши протести і зміни в політиці, спрямовані на подолання расової нерівності та реформування поліції (Nummi, 2019).

1.2.5. Цифровий спротив (Digital resistance)

Його можна вважати сучасною формою культурного спротиву, що використовує цифрові технології для протидії, виклику, або підриву домінуючих культурних структур, ідеології чи наративів. У цифровому вимірі культурний спротив може проявлятися в різних формах, використовуючи можливості соціальних мереж і цифрових технологій для сприяння спротиву та соціальним змінам. Д. Бойд досліджувала, як платформи соціальних мереж можуть сприяти спротиву та активізму, надаючи маргіналізованим спільнотам простір для висловлення своїх проблем, обміну досвідом та організації колективних дій (Boyd, 2014). Також варто зазначити потенціал цифрових технологій щодо руйнування домінуючих структур і сприяння соціальним змінам шляхом швидкого поширення інформації та ідей.

Цифровий спротив особливо важливий з кількох причин. По-перше, він потенційно може охопити більшу аудиторію, дозволяючи маргіналізованим

спільнотам об'єднуватися і мобілізуватися, незважаючи на географічні кордони, сприяючи солідарності та взаєморозумінню між різними групами (Milan, 2015). По-друге, цифровий спротив може надати маргіналізованим громадам можливість кинути виклик домінуючим нарративам і створити власні медіарепрезентації, підриваючи панівні структури, що існують у культурному просторі (Fuchs, 2018). По-третє, технологічний процес та поширення інтернету призвели до того, що все більша частка населення залучається до цієї цифрового простору, що сприяє зростанню потенціалу спротиву.

1.3. Інструменти культурного спротиву

Наступний етап у розширенні розуміння культурного спротиву передбачає ретельний розгляд інструментів, які використовуються для того, щоб протидіяти домінуючим культурним нормам, нарративам чи структурам. Ці інструменти варто розглядати як прояви культурного самовираження, що охоплюють мову, мистецтво, музику, літературу, звичаї і традиції. М. Трембле класифікує ці інструменти на дві окремі категорії: об'єкти створені з допомогою культури (література, музика, мистецтво) і символічні культурні коди (мова, звичаї і традиції) (Tremblay, 2015). Розглянемо кожен з інструментів культурного спротиву, аби зрозуміти роль та значення у протидії домінуючих культурних нарративів.

1.3.1. Література

Література є інструментом культурного спротиву, адже вона дає протидіяти домінуючим культурним нормам і цінностям, сприяє культурному розмаїттю та обізнаності, дає змогу протистояти політичному, соціальному та іншим формам пригнічення, а також дозволяє зберегти культурну спадщину та ідентичність. Прикладом використання літератури як культурного спротиву є творчість непальського письменника та прозаїка Раджана Мукарунга, котрий висвітлював важливі теми проти політики та культури Непалу (Timalsina, 2019). Використання етнічної культури та деконструкція панівних культурних та політичних структур у

літературних творах уможливила спротив культурним нормам і цінностям. Зрештою, література не лише зображує автентичну репрезентацію життя, але й активно оскаржує домінування панівних культурних наративів.

Культурний спротив через літературу в Україні відбувався ще за радянського періоду, коли, незважаючи на репресії, українські письменники продовжували просувати українську ідентичність та відстоювати українську мову і культуру. Російсько-українська війна справила глибокий вплив на українське суспільство та культуру, а література стала потужним інструментом культурного спротиву. Вона відіграє важливу роль у осмисленні впливу війни на українське суспільство, даючи можливість для рефлексії та слугує джерелом інформації про події, які проживає населення України. Поява на ринку воєнної літератури також створила можливості для нових голосів, навіть для тих, хто не мав попереднього літературного досвіду, бути почутими¹.

1.3.2. Музика

Музика, як інструмент культурного спротиву, дозволяє окремим особам чи групам висловлювати незгоду, оскаржувати домінуючі культурні парадигми і встановлювати солідарність навколо індивідуального чи колективного досвіду. Здатність музики сприяти соціальній згуртованості та породжувати почуття спільності серед тих, хто має схожий досвід чи боротьбу, є ще одним важливим аспектом її ролі в культурному спротиві (Martinez, 1997). Музику також використовують для протистояння деспотичній владі, протестів проти війни, бідності, расизму тощо, а також це є інструментом формування ідентичності, зберігання культурної спадщини та формування єдності. Музика відіграла важливу роль у культурному спротиві України, відображаючи стійкість і єдність нації в умовах революцій та війни. Використання українських пісень – це не лише прояв національної ідентифікації, але й демонстрації спротиву (Дутчак, 2022).

¹ Див.: <https://pen.org.ua/literatura-chasiv-vijni>

1.3.3. Мистецтво

Мистецтво як інструмент культурного спротиву використовується для консолідації ідентичності, підвищення культурної обізнаності, які є корисними для протистояння культурній експансії через соціальні дії, що ґрунтуються на мистецтві (Moxley, 2013). З допомогою різних мистецьких форм і стилів творці кидають виклик домінуючим наративам, ставлять під сумнів усталені норми. Мистецтво є не лише інструментом рефлексії та репрезентації, але й засобом зміни глобального ландшафту політики та культури (Peters, 2015). Залучаючи публічні простори та охоплюючи широку аудиторію, мистецтво може стати потужною силою для започаткування діалогу та сприяння соціальним та культурним змінам.

Яскравим прикладом мистецького культурного спротиву є поява стріт-арту, який набув популярності як засіб взаємодії з міськими ландшафтами та потужних соціально-політичних заяв. Часто підривний і провокаційний, стріт-арт дозволяє художникам піднімати питання нерівності, корупції та соціальної несправедливості. Відомий вуличний художник Бенксі, наприклад, використовував своє мистецтво для критики споживацтва, мілітаризму та нагляду, а також привертая увагу до долі біженців та наслідків війни. Так, у 2022 році у Києві, Гостомелі, Ірпіні, Бородянці, Горенці було зроблено близько 7 графіті Бенксі, на яких відображено символічний зміст боротьби за майбутнє країни, за майбутнє дітей, продемонстровано здобутки країни та зневажливо висвітлено ворога. Такий прояв мистецтва допомагає, по-перше, привернути увагу світу до проблем, з якими стикаються українців, по-друге, залучитись підтримкою та допомогою².

Мистецтво відіграє важливу роль у суспільстві, надаючи засоби самовираження, мобілізації та кидаючи виклик домінуючим культурним наративам. Так, рух Black Lives Matter став значним культурним і політичним явищем з моменту свого виникнення у 2013 році, одним з аспектів якого є привернення уваги

² Див.: <https://bit.ly/3nDf9fF>

через використання мистецтва як форми культурного спротиву (Nummi, 2019). Цей рух став характеризуватися появою різних форм мистецтва, які використовуються для вираження досвіду чорношкірих людей, їхньої боротьби. Ці форми мистецтва включають поезію, графіті, мурали та інші види візуального мистецтва. Графіті та мурали були використані для створення громадських меморіалів жертвам жорстокості поліції, таким як Джордж Флойд і Бронна Тейлор (Lennon, 2022). Мистецтво, створене під час руху, підкреслило різноманітність і складність досвіду, протидіючи негативним стереотипам і упередженим поглядам.

1.3.4. Звичаї та традиції

Звичаї і традиції також можуть бути формою культурного спротиву, адже вони дозволяють маргіналізованим громадам зберігати та визначити свою унікальну культурну спадщину перед обличчям домінуючої культури. Підтримуючи і просуваючи власні культурні практики, громади можуть протистояти асиміляції або культурному стиранню і відстоювати свою ідентичність на противагу гегемоністським силам (Salloum, 2018).

Процес культурного спротиву через збереження звичаїв, традицій можна спостерігати в різних контекстах. Наприклад, корінні народи в усьому світі дедалі активніше долучаються до відродження та підтримки своїх мов, ритуалів і духовних практик, щоб протистояти колоніальним і постколоніальним силам, які намагалися підірвати їхній культурний суверенітет (Simpson, 2017). Аналогічно, в умовах глобалізації та гомогенізації культурних впливів етнічні та релігійні меншини часто наголошують на важливості збереження своїх унікальних звичаїв і традицій для підтримання почуття спільноти та ідентичності (Vertovec, 2015).

1.3.5. Мова

Мова, як фундаментальний аспект людської комунікації та ідентичності, є важливим елементом культури. Вона також є важливим аспектом культурного спротиву, оскільки дозволяє людям конструювати і підтримувати свою ідентичність і культурні практики (Parajuli, 2021). Використовуючи мову для вираження своїх

думок, досвіду та цінностей, люди можуть кидати виклик домінуючим наративам і нормам. Не лише мова в цілому, а й мовні засоби вираження, такі як діалекти, акценти та мови меншин, можуть слугувати потужними маркерами культурної ідентичності та спротиву проти гомогенізації та маргіналізації певних груп у суспільстві.

Мова відіграє вирішальну роль у формуванні та підтримці культурної ідентичності. Прикладом цього є українська мова як інструмент культурного спротиву на тлі триваючого конфлікту (від 2014 року війни дотепер). Тому використання мови як засобу утвердження національної ідентичності, протистояння зовнішньому впливу та просування почуття культурної єдності має в Україні глибоке історичне коріння (Skubiak, 2010). За радянської влади українська мова зіткнулася зі значними проблемами, оскільки режим активно просував російську мову, намагаючись створити єдину радянську ідентичність. Ця політика, відома як русифікація, була спрямована на придушення неросійських мов і культурних ідентичностей, що призвело до зменшення використання української мови в публічному та освітньому контекстах. Однак у цей період також виник потужний підпільний культурний спротив, у якому українська мова відігравала центральну роль у збереженні національної спадщини, культури та ідентичності (Шлепакова, 2019).

Після здобуття незалежності в 1991 році Україна стала на шлях відродження української мови як маркера національної ідентичності та культурного спротиву. Цьому процесу сприяла державна політика останніх років (як-от закон про мову 2019 року). Війна на Сході України та повномасштабне вторгнення росії ще більше підкреслило значення української мови як символу культурного спротиву та національної єдності. Загалом розуміння ролі мови у культурному спротиві дає цінне уявлення про динаміку суспільно-політичного життя та стійкість культурних ідентичностей перед обличчям зовнішнього тиску та загроз (Соколова, 2023).

Висновки до розділу I

Культурний спротив – це багатогранне і динамічне явище, яке може проявлятися у різних формах (символічний, експресивний, повсякденний, організований і цифровий) і через різні взаємодії (перетин форм посилює ефект), та використовувати різноманітні інструменти (література, мистецтво, музика, звичаї та традиції, мова), залежно від контексту і цілей спротиву.

Багатогранність поняття дає змогу досліднику концептуалізувати і операціоналізувати «культурний спротив» залежно від контексту і конкретної культурної проблеми, що досліджується. Розуміючи контекст та складнощі культурного спротиву, ми можемо краще оцінити його трансформаційний потенціал як сили для соціальних змін та збереження чи просування культури.

В рамках цього дослідження під культурним спротивом ми розумітимемо спосіб протистояння асиміляції російської культури \ мови в український культурний простір шляхом популяризації української мови.

Мова заслуговує на більш детальне вивчення як важливий інструмент спротиву, особливо з огляду на її наскрізну присутність в інших інструментах. З урахуванням історичного, культурного та соціального контекстів України, мова слугує важливим і потужним елементом культурного спротиву, адже є значимою у збереженні національної ідентичності, популяризації та збереженні культурної спадщини. Захист та поширення української мови дає змогу захищати культурну автономію та чинити спротив спробам росії привласнити, асимілювати чи знищити український культурний простір.

РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНІЗАЦІЇ YOUTUBE КОНТЕНТУ ЯК ПРОЯВУ КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ УКРАЇНЦІВ

2.1. YouTube як платформа для вираження культурного спротиву

В епоху цифрових комунікацій YouTube вийшов за рамки свого первісного призначення як простого сховища відео і перетворився на платформу для глобальної соціальної взаємодії та культурного обміну. Підкреслюючи важливість вивчення культурного спротиву на YouTube, важливо зазначити, що платформа дає змогу долучитися до спротиву значній кількості учасників. Така широка участь має важливе значення для посилення впливу спротиву, оскільки сприяє формуванню колективної сили, здатної кинути виклик домінуванню російської мови та культури. Однак враховуючи таку відкритість та вседоступність, для користувачів YouTube виникає не лише змога бути учасником культурного спротиву, а також виникає загроза опинитись в інформаційному полі пропаганди та дезінформації, оскільки російський уряд часто використовує YouTube як інструмент для поширення небезпечних наративів. Тому вивчення культурного спротиву через українізацію контенту YouTube має важливе значення не лише для утвердження української ідентичності та культури, особливо у відповідь на політичні та соціальні потрясіння останніх років, а й спосіб протидії дезінформації, пропаганді та наративам. Так, згідно з результатами дослідження «Центру контент-аналізу», YouTube залишається однією з соціальних мереж, де в більшій мірі домінує російськомовний контент (близько 95%, і лише 5% україномовного) (Центр контент аналізу, 2022). Хоча відсутність доступу до методологічних особливостей дослідження унеможливило будь-які остаточні висновки, очевидно, що російська мова переважає у YouTube. Далі будуть наведені додаткові аргументи щодо актуальності і важливості YouTube як джерела інформації.

По-перше, сервіс YouTube є досить популярним серед українських користувачів. Станом на липень 2022 року, за даними дослідження Kantar CMeter³, YouTube використовують понад 66% українців і він посідає друге місце серед 25 найбільш відвідуваних веб-сайтів в Україні. На глобальному рівні популярність YouTube також зростає. Згідно даних звіту «Digital 2023: Global Overview Report⁴», YouTube займає друге місце за кількістю відвідувань за день із середньою тривалістю понад 21 хвилина. Також YouTube займає друге місце у рейтингу найбільш використовуваних соціальних платформ з аудиторією у 2.514 мільярди користувачів, перше місце належить Facebook - 2.598 млрд. Якщо говорити про час, який користувачі витрачають, користуючись додатком, то загальна тривалість на місяць становить - 23 години. Однак варто зазначити, що реальне значення може бути ще вищим. Наприклад, у дослідженні розглядалися дані лише про користувачів телефонів Android, але існує багато інших операційних систем. Крім того, дослідження не враховувало використання персональних комп'ютерів, що потенційно може збільшити загальне значення. Тобто YouTube стає популярною медіа-платформою не тільки в Україні, а й світі. Це дає змогу все більшій кількості українців користуватись YouTube, щоб отримати доступ до новин, розважального та культурного контенту. Тому соціологи повинні вивчати YouTube, адже це важлива медіа-платформа, яка трансформувала спосіб споживання, створення та взаємодії людей з медіа. Охоплення, доступність і різноманітність платформи зробили її важливим майданчиком для вивчення складних шляхів взаємодії соціальних, культурних і технологічних чинників, що формують сучасне суспільство. Як простір для культурного виробництва, YouTube дає змогу побачити, як окремі люди та спільноти конструюють, виражають та обговорюють свої ідентичності, переконання та цінності.

³ Див.: <https://tns-ua.com/news/rejting-populyarnih-saytiv-za-lipen-2022>

⁴ Див.: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

По-друге, внаслідок повномасштабне вторгнення росії на територію України (24 лютого 2022 року) українці здійснюють потужний захист не лише на військовому фронті, а й на культурному, що у свою чергу стимулює використання української мови. Так, наприклад, за даними соціологічної групи Рейтинг – «Комплексного дослідження: як Війна змінила мене та країну. Підсумки року⁵» - 22% українців за рік війни перейшли на постійне або часте використання української мови. Ще одним дослідженням на користь збільшення використання української мови є опитування КМІС у грудні 2022 року на замовлення В. Кулика⁶. Більшість респондентів (52%) заявили, що вони використовують українську мову в інтернеті («тільки» та «переважно»), що в разі перевищує частку російської мови (6%). Цей результат є важливим, оскільки він свідчить про те, що українська мова стає більш використовуваною мовою інтернет-користувачів. Враховуючи, що лишень у 2017 році показник використання української мови в інтернеті становив 23%, а російської 33%. Якщо говорити про використання мови під час перегляду YouTube контенту, то ми маємо наступні результати: опитування українців, що проводилось з 15-16 лютого 2022 року з використанням панелі «Власна думка», продемонструвало рівне співвідношення використання як української, так і російської мову для перегляду YouTube контенту (N=600 респондентів віком 18-60 років, які проживають у містах 50 тис.+; вибірка репрезентативна за статтю, віком, розміром населеного пункту та регіоном по Україні, помилка репрезентативності дослідження з довірчою ймовірністю 0,95 не більше 4%).

Отже, дослідження культурного спротиву у YouTube є важливим з декількох причин. По-перше, культурний спротив через цифровий простір є найбільш доступним способом протидії російській культурі. По-друге, оскільки YouTube є одним з найбільш русифікованих просторів серед українських цифрових платформ, це надає унікальну можливість дослідити, як українці здійснюють спротив. По-

⁵ Див.: <https://bit.ly/42xpMzk>

⁶ Див.: <https://bit.ly/3NNJG4S>

третє, оскільки YouTube все більш охоплює повсякденне життя людей, то він має вплив на формування культурного простору та світогляду. З точки зору спротиву російській культурі та наративам це важливий простір, який необхідно досліджувати.

2.2. Дизайн дослідження культурного спротиву українців крізь призму українізації YouTube контенту

Вивчення культурного спротиву в Україні є важливою сферою дослідження, особливо у світлі триваючої війни з росією. Ворог вдається до різних засобів для поширення дезінформації та пропаганди, а також знищує культурну спадщину України⁷. Насамперед, як уже зазначалось, не існує усталеної моделі для вимірювання культурного спротиву, адже цей термін залежить від історичного, соціального та інших контекстів. Тому важливо спочатку визначити проблему, яка буде орієнтиром у методологічному конструюванні дослідження.

Дослідницька проблема: культурний спротив українців шляхом українізації YouTube контенту як спосіб протидії зросійщенню YouTube простору та поширенню російських наративів / пропаганди / дезінформації.

Метою дослідження є вивчення та аналіз культурного спротиву українців шляхом українізації YouTube контенту, аби з'ясувати поточний стан мовного домінування та виявити визначити найбільш значущі елементи для культурного спротиву. **Емпіричним об'єктом** дослідження є українці віком від 16 років, котрі проживають у містах з населенням понад 50 000 людей. **Теоретичний об'єкт** - культурний спротив. **Предмет дослідження** - культурний спротив українців шляхом українізації YouTube контенту.

⁷ Див.: <https://uaculture.org/culture-loss/>

Завдання дослідження для досягнення мети наступні:

- Виміряти загальну кількість споживачів україномовного та російськомовного YouTube контенту, у т.ч. щодо кожної його категорії.
- Розробити портретну характеристику українців крізь призму мовних преференцій споживання YouTube контенту.
- Концептуалізувати культурний спротив через субпоказники ставлення до української мови, поведінкових практик та переконань щодо важливості мови.
- Проаналізувати ставлення українців до української мови, як складову компоненти «культурний спротив».
- Проаналізувати поведінкові практики українців, як складову компоненти «культурний спротив».
- Проаналізувати переконання українців щодо важливості української мови, як складової компонента «культурний спротив».
- Виявити та виокремити основні причини, що перешкоджають або заохочують українізацію YouTube контенту як прояву культурного спротиву.
- Описати відмінності між респондентами, які обирають україномовний або російськомовний YouTube контент.

Як було зазначено, дослідження має на меті вивчити культурний спротив українців у контексті війни, зосередившись на українізації YouTube контенту. Тому необхідно, перш за все, концептуалізувати це поняття перед проведенням дослідження. Культурний спротив шляхом українізації YouTube контенту можна визначити як спосіб протистояти асиміляції російської культури / мови в український YouTube простір, популяризація української мови та протидія російським наративам через призму власного ставлення до української мови, власних переконань та поведінкових практик. Тобто ми це явище концептуалізуємо через три ключові аспекти: ставлення до мови, поведінкові практики та переконання щодо мови.

1. Ставлення є важливим аспектом, який слід враховувати при вивченні культурного спротиву в просторі YouTube. Українська мова частко розглядається як символ національної ідентичності та культурної спадщини (Біланюк, 2017). Отже, те, наскільки українці сприймають свою мову, може свідчити про їхній спротив російським наративам та впливам. Також ставлення дає змогу зміцнити мовну ідентичність, дистанціюватися від російської мови і відстоювати свою культурну автономію (Кулик, 2016; Литвинчук, 2021). Тому ставлення є потужною формою спротиву російській мовній гегемонії у YouTube.

У своєму дослідженні ставлення до української мови визначаємо як суб'єктивну оцінку респондента щодо української мови у YouTube просторі. Для вимірювання цього аспекту скористаємось таким методом побудови питань, як семантичний диференціал (СД). Використання СД в дослідженні ставлення до української мови на YouTube має кілька переваг. По-перше, він дає змогу більш тонко зрозуміти різні виміри ставлення людини до мови. Надаючи ряд полярно протилежних прикметників (наприклад, чужа-рідна, старомодна-сучасна, штучна-органічна тощо), респонденти можуть висловити свою оцінку мови з більшою точністю та деталізацією. По-друге, метод СД продемонстрував свою ефективність у виявленні тонкощів ставлення до мови, особливо в дослідженнях, присвячених мовній політиці та мовним ідеологіям (Garrett, 2010). Використовуючи цей метод для вимірювання ставлення до української мови у YouTube, можемо краще зрозуміти ставлення, яке сформувалось у респондентів що в свою чергу може дати цінне розуміння аспектів, які сприяють культурному спротиву.

2. Поведінкові практики є ще одним важливим аспектом культурного спротиву. У випадку з українською мовою такі практики можуть включати надання переваги україномовному контенту, взаємодію з україномовним контентом та обмін ним. Свідомо обираючи споживання контенту рідною мовою, на противагу російськомовному, українці демонструють свідомий культурний спротив. Ця поведінка відображає їхнє бажання відокремити себе від російського культурного

просторо та захистити свою національну ідентичність. Долучаючись до українського контенту, вони не лише підтримують українських творців, а й кидають виклик російському впливу, пропаганді та наративам (Melykh, 2020).

У дослідженні, поведінкові практики визначені як дії, що репрезентують взаємодію пересічного користувача з YouTube контентом. Ці практики охоплюють вибір мови для споживання певного контенту, взаємодію з контентом і його схвалення\несхвалення, фінансову допомогу авторам, а також зміну мовних уподобань, що відображає поведінку користувачів у YouTube просторі.

3. Переконавання відіграють важливу роль у культурному спротиві, особливо в контексті використання мови. Переконавання щодо ролі мови в просуванні культурної ідентичності та протидії зовнішнім впливам може формувати дії та сприяти зусиллям культурного спротиву. У цьому контексті, якщо люди керуються переконанням при виборі мови, споживання контенту рідною мовою допомагає протистояти пропаганді та дезінформації та зміцнює українську єдність (Кулик, 2016). Ця віра в те, що дії здатні спричинити зміни, посилює відданість підтримці українських творців та протистоянню зовнішнім силам.

Переконавання щодо української мови визначимо як уявлення індивіда про важливість української мови як прояву культурного спротиву, що базується на особистому досвіді, спостереженнях або інформації від інших. Для операціоналізації цього конструкту буде застосовано модифіковану 10-бальну шкалу Лайкерта для оцінювання масиву тверджень, що стосуються сприйняття мови. Такий підхід дає змогу дослідити багатогранність переконань людей до української мови та ролі цих переконань у культурному спротиві.

Інструментарій дослідження включає 6 змістових блоків, а саме:

- Соціально-демографічний блок. Цей компонент досліджує соціально демографічний профіль респондента, включаючи такі змінні, як вік, стать, регіон проживання, освіта, сімейний стан, мова спілкування.

- Перегляд YouTube контенту. Цей блок дає змогу дослідити уподобання учасників щодо вибору мови та тривалості перегляду контенту на платформі YouTube.

- Оцінка якості україномовного YouTube контенту. Цей компонент має на меті дослідити ставлення та сприйняття учасниками дослідження україномовного контенту на YouTube.

- Взаємодія з YouTube контентом. У цьому блоці анкети досліджуються поведінкові моделі учасників щодо контенту, з яким вони взаємодіють на платформі, зокрема в контексті культурного спротиву.

- Думки щодо мови у YouTube просторі. Цей компонент досліджує переконання учасників щодо мови.

- Вибір мови перегляду YouTube контенту. Заключний компонент досліджує мотиваційні чинники, що стоять за вибором мови учасниками під час перегляду контенту на YouTube.

Для детального ознайомлення з інструментарієм прошу скористатись додатком А.

Для досягнення мети дослідження було висунуто наступні гіпотези:

1. Споживання YouTube контенту українцями різниться у відмінних за соціально-демографічними ознаками (вік, стать, регіон проживання, освіта та сімейний стан) групах.

2. Вибір користувачем мови перегляду YouTube контенту визначається мовою, якою він розмовляє вдома.

3. Поведінкові практики щодо YouTube контенту різняться за мовою перегляду YouTube контенту.

4. Попри позитивне ставлення до української мови, українці надають перевагу російськомовному YouTube контенту, тоді як важливість української мови спричиняє до вибору україномовного YouTube контенту.

5. Причини вибору мови для перегляду YouTube контенту різняться у мовних групах.

6. Ставлення та переконання щодо української мови мають зв'язок з поведінковими практиками користувачів YouTube.

Висновки до розділу II

Популярність YouTube в Україні та значна насиченість російськомовним контентом в українському культурному просторі відображають проблему та головну ціль спротиву. Ця ситуація особливо важлива з огляду на політичні та соціальні потрясіння, які країна переживає останніми роками, а також на триваючу російсько-українську війну. YouTube також використовується як інструмент для поширення пропаганди та дезінформації, що сприяє додатковим загрозам для українського суспільства. Враховуючи той факт, що YouTube є невід'ємною частиною повсякденного життя людей, важливо досліджувати як українці використовують цифровий простір для культурного спротиву.

Дослідження має на меті проаналізувати культурний спротив, який демонструють українці через вибір мови при споживанні контенту на YouTube. Аналізуючи відмінності у мовних уподобаннях серед різних соціально-демографічних груп та досліджуючи причини, що стоять за цим вибором, можна визначити, якою мірою українці чинять спротив російським наративам та захищають свій культурний простір. У рамках дослідження вимірювання культурного спротиву здійснюється через ставлення, поведінкові практики та переконання українців щодо мови у просторі YouTube. Використання різних тематичних блоків у дослідженні, таких як: перегляд YouTube контенту, оцінка якості україномовного контенту, взаємодія з контентом, думки щодо мови та вибір мови перегляду, дає змогу отримати важливу інформацію про взаємодію українців з контентом та значення цієї взаємодії для культурного спротиву. Результати сприятимуть ширшому розумінню культурного спротиву в контексті українізації.

РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНІЗАЦІЇ YOUTUBE КОНТЕНТУ ЯК ПРОЯВУ КУЛЬТУРНОГО СПРОТИВУ УКРАЇНЦІВ

3.1. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження

Метою дослідження є вивчення культурного спротиву в контексті українізації YouTube контенту. Важливо зазначити, що дані дослідження включають інформацію, що була зібрана за допомогою онлайн-панелі «Власна думка», яка репрезентує онлайн-аудиторію в Україні. Вибірка побудована та скоригована відповідно до омнібусу KMIC, що демонструє високі стандарти дослідження. Важливо, ця онлайн-панель є членом ESOMAR, що додатково підтверджує якість зібраної інформації.

Для того, щоб надати всебічний аналіз культурного спротиву у YouTube, почнемо з розгляду розподілу користувачів за різними мовними категоріями. Учасникам опитування було запропоновано обрати мови, якими вони переважно споживають контент YouTube, серед варіантів відповідей - англійська, китайська, французька, німецька, польська, португальська, російська, іспанська, чеська, українська, а також категорія "інша" з проханням вказати мову.

Розпочнемо із загальної картини кількості споживачів YouTube, у т.ч. щодо кожної його категорії. Респонденту було запропоновано обрати на вибір мови, які він використовує під час перегляду YouTube контенту. Як попередньо зазначалось у матеріалі роботи, загальна аудиторія YouTube в Україні – це майже 66% населення. Тобто при аналізі результатів генеральна сукупність цього дослідження – це 66% населення України, що користуються YouTube.

Серед респондентів найпоширенішою мовою, яку вони обрали для споживання контенту на YouTube, була українська - 92%. Другою за популярністю мовою була російська, яку обрали 42% респондентів, за нею йде англійська (32%). Лише 5% респондентів обрали польську та 2% німецьку (див. Рис. 3.1.1). Варто

зазначити, що респонденту надавалась можливість обрати відразу декілька мов. Важливо зазначити, що подібне дослідження у 2021 році демонструвало рівний розподіл мовних уподобань: 50% респондентів обрали українську, а 50% - російську. Тобто це свідчить про зміну в культурному просторі, оскільки поточні результати опитування демонструють зростання переваги української мови.

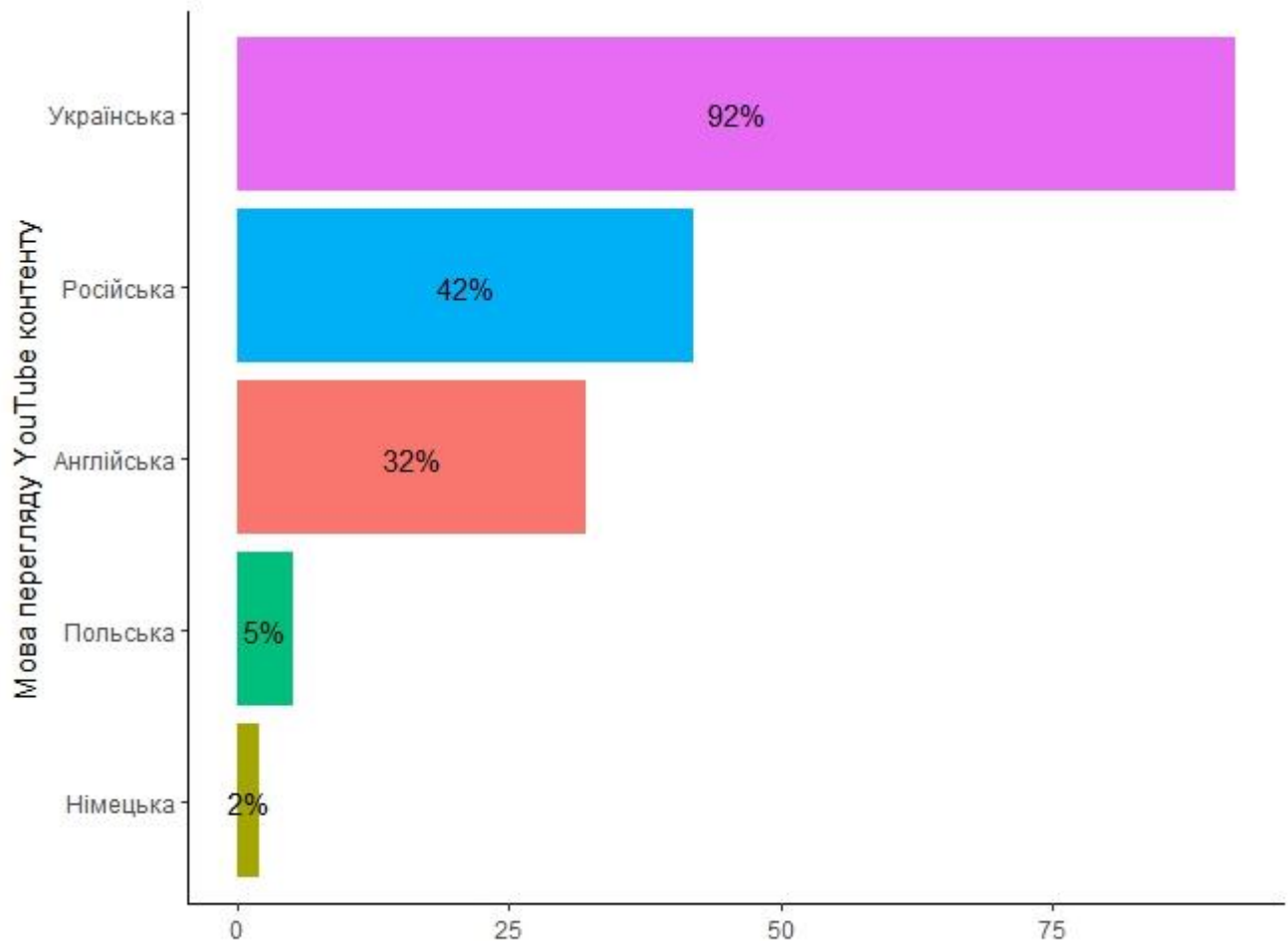


Рис. 3.1.1. Розподіл респондентів щодо вибору мови перегляду YouTube контенту*

Для більш детального аналізу мовних переваг респондентів щодо перегляду YouTube контенту, проаналізуємо зв'язок між мовою, якій респонденти

* Лише українською дивляться – 56% респондентів, і українською, і російською – 36% респондент, лише російською – 6% респондентів. Загальна кількість респондентів – 503.

надають перевагу на YouTube, та мовою спілкування вдома. Але перед цим розглянемо розподіл використання мови вдома, що проілюстрований на рисунку 3.1.2. Отже, більшість респондентів, 54.5%, спілкуються вдома виключно або переважно українською мовою (лише українською + переважно українською), 29.5% використовують українську та російську мови однаковою мірою, і менша частка, 16%, спілкуються переважно або виключно російською мовою (лише російською + переважно російською). Слід зазначити, що схожий результат демонструє дослідження соціологічної групи «Рейтинг» у січні 2023 року⁸.

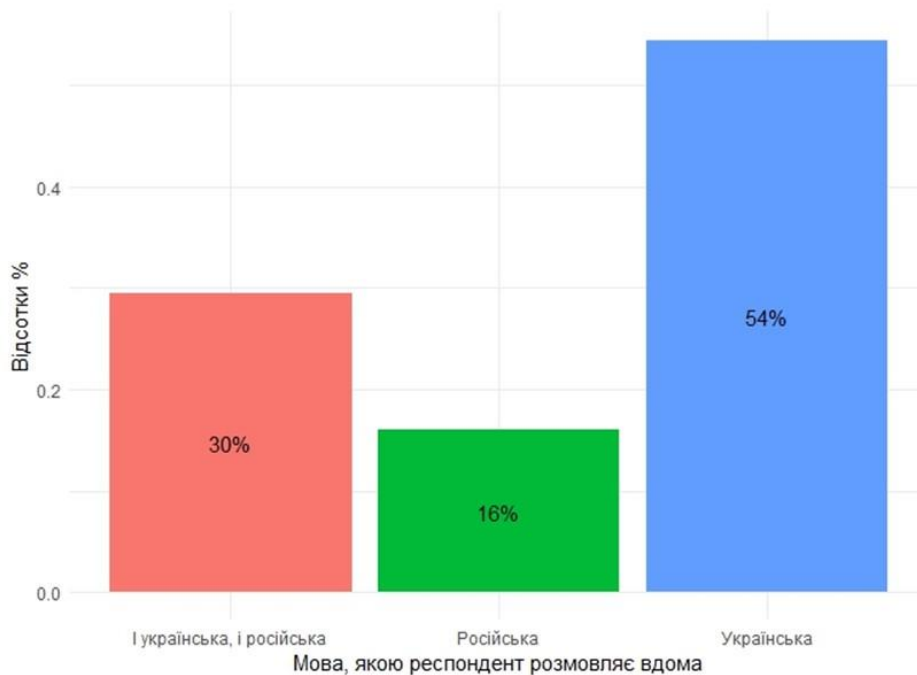


Рис. 3.1.2. Розподіл відносних частот щодо мови, якою респондент розмовляє вдома

Аналіз мови перегляду та мови, якою респондент розмовляє вдома, будемо здійснювати через призму трьох мов (українська, російська та англійська). Відповідно до Рис. 3.1.3, що переважна кількість респондентів, які дивляться

⁸ https://ratinggroup.ua/research/ukraine/national_survey_of_ukraine_iri_february_2023.html

україномовний та англomовний контент, вдома розмовляють українською (57.5% та 60.5% відповідно). Російськомовний контент переглядають 41% респондентів, які розмовляють російською, та 28.1%, які розмовляють як українською, так і російською. Однак для спростування чи підтвердження гіпотези, важлива статистична перевірка. Результати застосування критерію хі-квадрат Пірсона продемонстрували статистично значущі відмінності для кожної з мовних груп (українська - $X^2 = 39.7$, $p\text{-value} < 0.001$; російська - $X^2 = 86$, $p\text{-value} < 0.001$). Отже, гіпотеза H2 підтвердилася, тобто на вибір користувачами мови перегляду YouTube справді впливає мова, якою вони розмовляють удома.

Популярність англійської мови як мови, якою користуються для перегляду контенту, можна інтерпретувати як прояв культурного спротиву. Намагаючись уникнути російськомовного контенту, українці схильні обирати або україномовні матеріали, або шукати альтернативи в англomовному контенті. Важливо зазначити, що це дослідження не позиціонує англійську мову як потенційне джерело інформації. Натомість, основна увага приділяється вивченню культурного спротиву русифікації YouTube простору. Відповідно, подальший аналіз буде зосереджений виключно на українській та російській мовах.

Одним із завдань дослідження є розгляд конкретних категорій YouTube контенту, адже в інформаційному просторі відсутність україномовного контенту часто називали причиною перегляду російськомовного YouTube контенту. Опитування включало 12 категорій⁹, з яких респонденти могли обрати один з чотирьох варіантів відповіді: українська, російська, жодна або не дивлюсь взагалі (розподіл цих категорій див. у Додатку Б).

⁹ Для формування категорій використано дані сайту <https://manifest.in.ua/rt/>

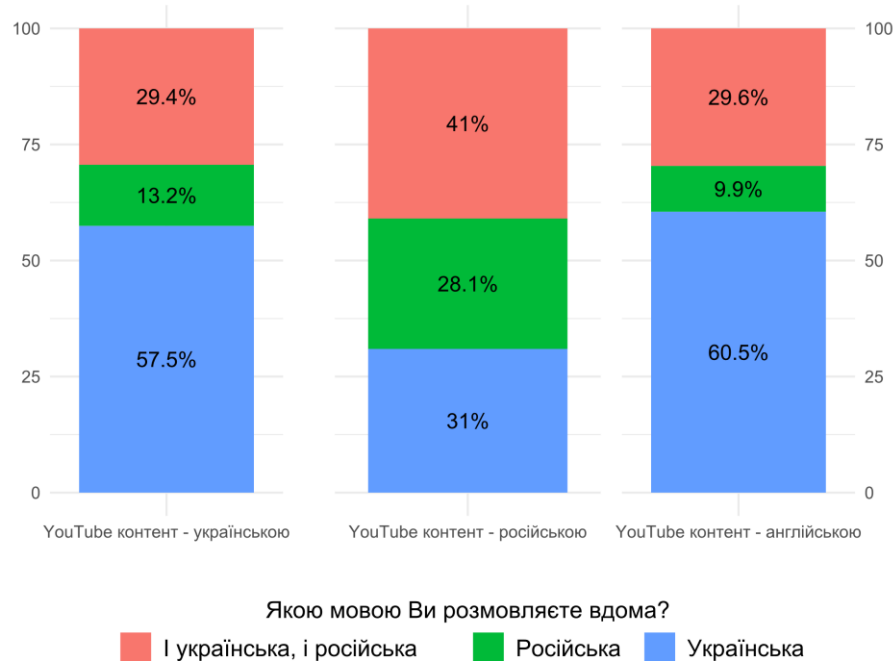


Рис. 3.1.3. Розподіл респондентів щодо мови, якою вони розмовляють вдома та мовою перегляду YouTube контенту

Серед всього списку категорій контенту на YouTube, переважна більшість респондентів надавали перевагу україномовному контенту. Також були категорії, з якими деякі респонденти взагалі не взаємодіяли, наприклад, ігровий контент (28%), дитячий контент (24%), фінансовий контент (19%), а також контент про здоров'я, фітнес та фізичні вправи (19%). Значна частина респондентів визначили контент про новини, політика та військовий контент (83%) як найбільш популярну категорію для перегляду українською мовою (див. Додаток Б).

Особливої уваги заслуговує категорія «музичний контент»: 11% респондентів не надають перевагу жодній, 9% - російській та 73% - українській. Це може свідчити про те, що музичний контент не вимагає знання певної мови, що дозволяє респондентам обирати будь-яку мову для перегляду. Цю ситуацію також можна інтерпретувати як форму культурного спротиву, коли респонденти намагаються замінити російськомовний контент альтернативними варіантами (див. Додаток Б).

Одним із завдань дослідження було розробити портретну характеристику українців крізь призму мовних переваг споживання YouTube контенту. Також була висунута гіпотеза, що споживання YouTube контенту українців відрізняється у відомих за соціально-демографічними ознаками (вік¹⁰, стать, регіон проживання¹¹, освіта та сімейний стан) групах. Однак вирішено не аналізувати змінні сімейний стан та освіта, оскільки вони мають низьке наповнення щодо альтернатив. Низька варіативність відповідей на ці запитання може завадити зробити змістовні висновки або виявити значущі закономірності. Тому зосередимось на змінних вік, стать, регіон проживання та мова, якою респондент розмовляє вдома.

Спершу проаналізуємо відмінності щодо статі та віку респондента. Загалом дані свідчать про те, що україномовний контент користується більшою популярністю серед жінок (62%), тоді як україномовний та російськомовний контент частіше споживають чоловіки (63%). Критерій хі-квадрат Пірсона (Х-квадрат = 27.5, p-value < 0.001) дозволяє відкинути нульову гіпотезу, тому можемо говорити, що існує значущий зв'язок між статтю респондента та мовою, якою він переглядає YouTube (див. Рис. 3.1.4).

Віковий розподіл респондентів демонструє різні пропорції щодо споживання україномовного контенту та україномовного\російськомовного контенту. Вікова група 26-35 років демонструє більшу взаємодію з виключно україномовним контентом (36%) і лише 23% респондентів дивляться україномовний та російськомовний контент. Старша вікова група (50+) віддає перевагу російськомовному контенту (6%) на противагу 3% україномовного контенту. Критерій хі-квадрат Пірсона (Х-квадрат = 10.16, p-value < 0.017) дозволяє підтвердити тезу, що споживання YouTube контенту відрізняється за віком респондента (див. Рис. 3.1.4).

¹⁰ Вік перекодовано у наступні категорії (16-25; 26-35; 36-50; 50+)

¹¹ Області згруповані в регіони під час аналізу даних.

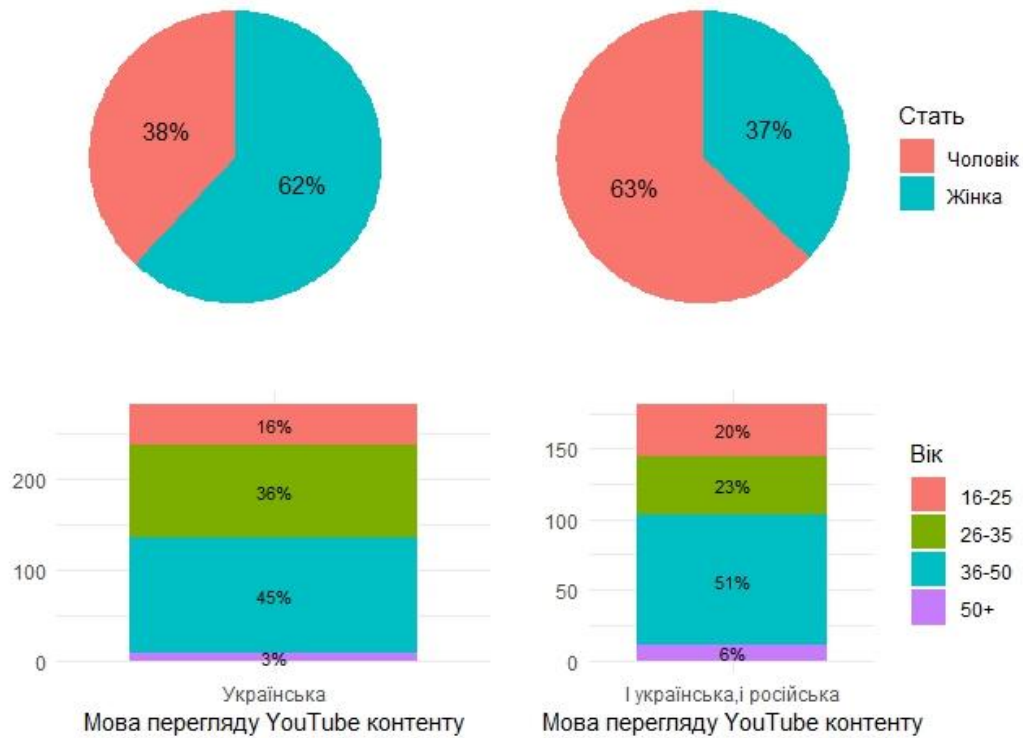


Рис. 3.1.4. Розподіл респондентів за статтю та віком щодо мови перегляду YouTube контенту

Варто також розглянути роль регіону у виборі мови для перегляду YouTube контенту. Рис. 3.1.5 відображає регіональні відмінності у мовних перевагах щодо споживання контенту на YouTube. Важливо зазначити, що у кожному регіоні понад 50% населення обирають україномовний контент. Найбільша частка споживачів україномовного спостерігається в Західному регіоні та Києві. Натомість найбільша концентрація споживачів російськомовного контенту спостерігається у Східному та Південному регіонах. Респонденти, що проживають в Києві, надають перевагу англomовному контенту (див. Рис. 3.1.5). Використовуючи критерій хі-квадрат Пірсона (χ^2 -квадрат = 24.61, p -значення = 0,0001659), ми можемо підтвердити, що споживання контенту на YouTube варіюється залежно від регіону проживання.

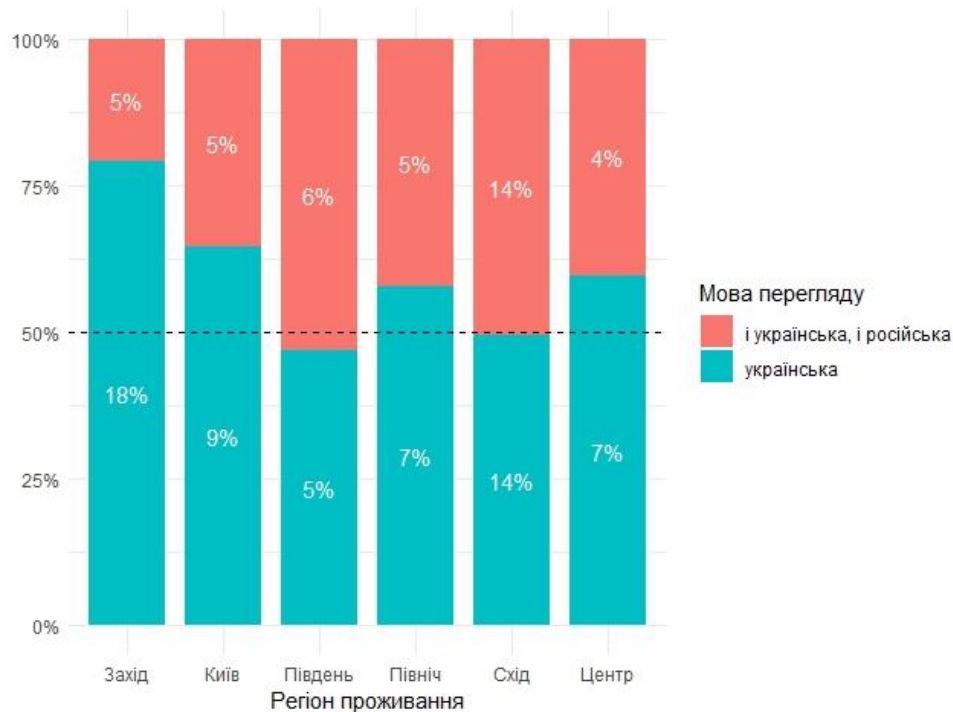


Рис. 3.1.5. Розподіл респондентів за регіоном проживання щодо мови перегляду YouTube контенту

Таким чином, підтверджуємо гіпотезу (H1), що споживання YouTube контенту українцями різняться у відмінних за соціально-демографічними ознаками. Вік, стать та регіон відіграють роль у формуванні вподобань щодо контенту на YouTube: жінки надають перевагу україномовному контенту, тоді як чоловіки, як правило, схильються до поєднання україномовного і російськомовного контенту. Молодші респонденти демонструють більшу схильність до перегляду контенту обома мовами, тоді як старше покоління – російською мовою. Регіональні відмінності також наявні: значний відсоток учасників з Києва надає перевагу виключно українському контенту, тоді як більше половини респондентів у південному регіоні демонструють схильність до споживання як україномовного, так і російськомовного контенту.

Культурний спротив досліджується крізь призму трьох чинників: ставлення до української мови, поведінкові практики та переконання щодо важливості мови.

Тому розглянемо кожен з цих чинників у розрізі вибору мови для перегляду YouTube контенту. Згідно результатів аналізу ставлення до української мови, респонденти загалом позитивно оцінюють українську мову. Найвищі оцінки отримали такі характеристики, як милозвучність (1.87) та зрозумілість (1.84), а найнижчу - органічність (1.5). Помітні відмінності спостерігаються між групами респондентів, які дивляться виключно україномовний контент, і тими, хто споживає як україномовний, так і російськомовний контент (див. табл. 3.1.1).

Таблиця 3.1.1. Описові статистики блоку ставлення до української мови у YouTube просторі*

	Сер. Зн. (Заг.)	Сер. Зн. (У.)	Сер. Зн. (У.+Р.)	Медіана (Заг.)	Мода (Заг.)
Чужа (-3) - Рідна (+3)	1.69	1.79	1.53	2	2
Старомодна (-3) - Сучасна (+3)	1.63	1.74	1.45	2	2
Штучна (-3) - Органічна (+3)	1.50	1.64	1.27	2	2
Неактуальна (-3) - Актуальна (+3)	1.72	1.83	1.55	2	2
Неважлива (-3) - Важлива (+3)	1.78	1.90	1.58	2	2
Дискомфортна (-3) - Комфортна (+3)	1.70	1.85	1.48	2	2
Незрозуміла (-3) - Зрозуміла (+3)	1.84	1.92	1.72	2	2
Бідна (-3) - Багата (+3)	1.78	1.87	1.63	2	2
Залежна (-3) - Самостійна (+3)	1.69	1.77	1.57	2	2
Нудна (-3) - Цікава (+3)	1.75	1.86	1.58	2	2
Немилозвучна (-3) - Милозвучна (+3)	1.87	1.95	1.73	2	2

Серед групи респондентів, які дивляться як україномовний, так і російськомовний контент, середня оцінка органічності мови становить 1.27, що тяжіє до однакової вираженості характеристик (див. табл. 3.1.1). Також ця група нижче оцінює зручність і сучасність української мови в просторі YouTube. Це означає, що респонденти, які взаємодіють як з україномовним, так і з російськомовним контентом, можуть мати дещо менш сприятливе уявлення про органічність, зручність та сучасність української мови порівняно з тими, хто

* Шкала запитань: від -3 до +3, де -3 - це сильна вираженість твердження зліва, 0 - це однакова вираженість обох тверджень, 3 - це сильна вираженість твердження справа.

споживає виключно україномовний контент. Можна припустити, що використання обох мов може впливати на сприйняття та оцінку респондентами характеристик української мови в контексті платформи YouTube.

Аналіз переконань, пов'язаних із мовою, виявив сильний консенсус серед респондентів щодо того, що «мова є частиною культури», із середнім балом 9,25 (див. табл. 3.1.2). Більшість тверджень отримали оцінку від 8 до 9, що свідчить про загальне розуміння та визнання важливості мови. Тим не менш, необхідно відзначити помітні відмінності між респондентами, які взаємодіють як з російськомовним, так і з україномовним контентом, і тими, хто споживає виключно україномовний контент.

Таблиця 3.1.2. Описові статистики блоку переконання щодо української мови*

	Сер. Зн. (Заг.)	Сер. Зн. (У.)	Сер. Зн. (У.+Р.)	Медіана (Заг.)	Мода (Заг.)
Мова є засобом вираження особистої ідентичності	8.36	9.22	7.86	9	10
Мова є способом передачі інформації	8.78	9.27	8.8	10	10
Мова є ознакою національної ідентичності	8.72	9.5	8.26	10	10
Мова сприяє створення спільноти	8.35	9.21	8.05	9	10
Мова є способом вираження політичної позиції	7.82	8.73	7.29	9	10
Мова є способом взаємодії з користувачами	8.45	9.1	8.35	9	10
Мова є частиною культури	9.25	9.65	9.13	10	10
Мова є способом вираження громадської позиції	8.22	9.02	7.85	9	10
Вибір мови не має значення	4.53	3.73	5.5	5	0

Вищезгадані розбіжності простежуються в усіх твердженнях щодо мовних переконань, це свідчить про те, що особи, які мають справу виключно з україномовним контентом, мають більш чітку позицію щодо ролі мови як інструменту культурного спротиву русифікації в культурному просторі YouTube. Це спостереження означає, що такі респонденти можуть демонструвати підвищену

* Шкала запитань: від 0 до 10, де 0 – відповідає абсолютно не згоден(а), а 10 – абсолютно згоден(а).

обізнаність щодо потенційних наслідків мовного вибору для збереження та розвитку української культури та ідентичності.

В аналізі поведінкових практик помітно, що найпоширенішою формою взаємодії з контентом на YouTube є «натискати подобається під відео» (див. табл. 3.1.3). Це спостереження збігається з очікуваннями, оскільки такий спосіб взаємодії є легкодоступним і вимагає мінімальних зусиль з боку користувача. З іншого боку, результати свідчать про відсутність фінансової підтримки творців контенту. Більше того, обмін контентом і коментування як засоби просування матеріалів на YouTube відбуваються вкрай рідко.

Таблиця 3.1.3. Описові статистики блоку поведінкових практик*

	Сер. Зн. (Заг.)	Сер. Зн. (У.)	Сер. Зн. (У.+Р.)	Медіана (Заг.)	Мода (Заг.)
Поширюєте YouTube контент у соціальних мережах/месенджерах	2.02	2.11	1.91	2	2
Пишете коментарі під відео у YouTube	2.03	2.08	1.98	2	2
Натискаєте подобається під відео у YouTube	2.77	2.85	2.68	3	3
Натискаєте не подобається під відео у YouTube	1.87	1.81	1.96	2	2
Користуетесь функцією спонсорства у YouTube	1.25	1.22	1.29	1	1
Здійснюєте фінансову допомогу авторам YouTube через patreon, paypal, банківські картки тощо	1.31	1.36	1.23	1	1

Аналіз відмінностей між респондентами, які взаємодіють як з україномовним, так і з російськомовним контентом, і тими, хто споживає виключно україномовний контент, стає очевидним, що остання група демонструє більшу схильність до взаємодії з контентом на YouTube (див. табл. 3.1.3). Така поведінка може свідчити про намір підтримувати україномовний контент та захищати культурний простір, а модель взаємодії – про те, що ці респонденти зацікавлені у зміцненні почуття спільноти та підвищенні обізнаності щодо української мови та культури.

* Шкала запитань: 1 - ніколи, 2 - вкрай рідко, 3 - часто, 4 - дуже частою.

Для перевірки гіпотези (H3), яка стверджує, що, поведінкові практики щодо YouTube контенту різняться за мовою перегляду YouTube контенту, будемо використовувати t-тест як статистичний метод, що підтвердить або спростує цю гіпотезу. Окрім поведінкових практик перевіримо чи різняться за мовою перегляду YouTube переконання та ставлення до мови.

Результати t-тесту свідчать про статистично значущу різницю в середніх значеннях переконань і ставлень між двома групами ($t = 4.46$, $p\text{-value} < 0,001$ і $t = 3.29$, $p\text{-value} < 0,001$ відповідно). Оскільки $p\text{-value}$ менше 0,05, ми відхиляємо нульову гіпотезу про рівність між двома групами (респонденти, які дивляться виключно україномовний контент, і респонденти, які споживають як україномовний, так і російськомовний контент на YouTube). Цей висновок свідчить про те, що переконання щодо важливості української мови та ставлення до неї різняться між тими, хто переглядає виключно україномовний контент, і тими, хто отримує доступ до контенту обома мовами. Однак статистично значущої різниці в поведінкових практиках між цими двома групами не спостерігається ($p\text{-value} = 0.3$), тому гіпотеза (H3) відхилена (див. табл. 3.1.4).

Таблиця 3.1.4. Результати двовибірковий t-критерія Велша

Welch Two Sample t-test	t	df	p-value	95 percent c.i.	mean of x	mean of y
Переконання	4.46	188.37	0.00	0.47 - 1.21	8.99	8.15
Ставлення	3.29	357.23	0.00	0.11 - 0.44	1.83	1.55
Поведінкові практики	1.04	377.30	0.30	-0.04 - 0.14	1.91	1.86

Для перевірки гіпотези (H4) про те, що попри позитивне ставлення до української мови, українці надають перевагу російськомовному YouTube контенту, тоді як важливість української мови спричиняє до вибору україномовного YouTube контенту будемо використовувати логістичну регресію. У цьому аналізі залежна змінна представлятиме мову контенту на YouTube, кодуючись як 0 для російськомовного та україномовного контенту та 1 для виключно україномовного

контенту. Незалежні змінні охоплюють низку пунктів, що стосуються ставлення респондентів до української мови на YouTube, поведінкових практик взаємодії з YouTube, змін у вподобаннях щодо перегляду та переконань щодо мови.

Таблиця 3.1.5. Результати логістичної регресії

	Модель
(Intercept)	-2.48 **
	(0.82)
Зміна мовних вподобань	-0.11
Std. Error	(0.25)
Ставлення до мови	0.15
Std. Error	(0.14)
Поведінкові практики	0.06
Std. Error	(0.25)
Переконання щодо мови	0.32 ***
Std. Error	(0.08)
AIC	420.34
BIC	439.33
Log Likelihood	-205.17
Deviance	410.34
Num. obs.	330
*** p < 0.001; ** p < 0.01; * p < 0.05	

На основі результатів логістичної регресії отримано такі висновки:

- Змінна переконання щодо мови має позитивний і статистично значущий вплив на ймовірність перегляду контенту виключно українською мовою (Estimate = 0.32, p-value < 0.001). Це свідчить про те, що чим глибші переконання людини щодо важливості мови, тим більша ймовірність того, що вона дивитиметься контент виключно українською мовою (див. табл. 3.1.5).
- Змінна ставлення та поведінкові практики щодо YouTube хоч і мають зв'язок, але він не є статистично значущим. Отже, немає достатніх доказів на користь того, що ці фактори впливають на ймовірність перегляду контенту виключно українською мовою.

Таким чином, дані аналізу дозволяють підтвердити гіпотезу про те, що важливість української мови сприяє до вибору україномовного YouTube контенту. Однак відхиляємо гіпотезу про те, що попри позитивне ставлення до української мови, українці надають перевагу російськомовному YouTube контенту. Як зазначалося раніше, існує статистично значуща різниця між групами респондентів, причому ті, хто споживає виключно україномовний контент, демонструють більш позитивне ставлення до української мови.

Згідно гіпотези (H5) причини вибору мови для перегляду YouTube контенту різняться у мовних групах. Результати, що знаходяться у Додатку Д, демонструють, що для україномовних користувачів основними причинами перегляду YouTube українською мовою є «приємніше дивитися контент» (30%) та особисті переконання (30%). І навпаки, для російськомовних користувачів найпоширенішими причинами перегляду YouTube російською мовою є велика кількість контенту (30%), доступність контенту цією мовою (23%), краще розуміння (22%) та отримання більшого задоволення (19%) (див. Додаток Д).

Таким чином, ми підтверджуємо гіпотезу про те, що причини вибору мови для перегляду контенту на YouTube дійсно відрізняються в різних мовних групах. Для україномовних користувачів ключовими факторами є задоволення та переконання, тоді як для російськомовних - доступність та розуміння контенту. Передування причини переконання свідчить про культурний спротив українців через вибір YouTube контенту українською мовою.

Дослідженням передбачено тестування гіпотези (H6) щодо зв'язку між ставленням і переконаннями до мови та поведінковими практиками користувачів YouTube. Згідно з результатами, представленими в Додатку В, існує кореляція між поведінковими практиками та ставленням до мови, але вона простежується лише серед респондентів, які переглядають YouTube контент як українською, так і російською мовами (0.168, p -value < 0.05). Також існує статистично значущий зв'язок між мовними переконаннями та ставленням до мови (0.425, p -value < 0.001)

і поведінковими практиками (0.103, p-value < 0.05). Для респондентів, які дивляться контент виключно українською мовою, кореляція між мовними переконаннями та ставленням до мови становить 0.275, p-value < 0.001, тоді як для тих, хто дивиться контент як українською, так і російською мовами, кореляція становить 0.529, p-value < 0.001. Така розбіжність може бути наслідком високого і менш мінливого ставлення до української мови серед респондентів, які дивляться контент виключно українською мовою. І навпаки, респонденти, які дивляться контент як українською, так і російською мовами, демонструють ширший діапазон ставлення, оцінюючи його в діапазоні від 4 до 10 балів. Для групи респондентів, які дивляться контент українською та російською мовами, коефіцієнт кореляції між мовними переконаннями та поведінковими практиками становить 0.202, p-value < 0.001 (див. Додаток В).

Отже, результати дослідження свідчать про те, що ставлення та переконання щодо української мови пов'язані з поведінковими практиками користувачів YouTube. Однак цей зв'язок є більш вираженим серед респондентів, які дивляться контент як українською, так і російською мовами. Відмінності у кореляціях, які спостерігаються між двома групами, можуть бути пов'язані з варіативністю мовних вподобань та ступенем пріоритетності української мови у споживанні контенту.

3.2. Значення результатів для подальшого вивчення культурного спротиву в Україні

Результати цього дослідження дають цінне уявлення про складну взаємодію соціально-демографічних факторів, ставлення, переконань і поведінкових практик у здійсненні культурного спротиву у YouTube. Ці результати мають важливе значення для подальшого вивчення культурного спротиву в Україні та вимагають глибшого вивчення чинників, що сприяють культурному спротиву.

Аналіз не лише підтверджує гіпотезу про те, що соціально-демографічні фактори, такі як вік, стать і регіон, є важливими у виборі мови перегляду контенту

на YouTube, але й виявляє загальне зростання споживання україномовного контенту. Ця тенденція свідчить про переоцінку ролі та значення мови, що виходить за межі повсякденного вжитку і охоплює ширшу культурну сферу, зокрема й платформу YouTube.

Оскільки, перевагу російськомовному контенту часто пояснюють недостатнім знанням української мови та кращим розумінням російської. Подальше вивчення цієї проблематики є важливим для вивчення потенціалу реалізації мовної політики, що може базуватися на стимулюванні, спрямованого на підвищення рівня володіння мовами серед старшого населення та мешканців південних і східних регіонів (після закінчення війни).

Дослідження виявило, що переконання про важливість мови мають значний вплив на ймовірність перегляду контенту виключно українською мовою. Це свідчить про те, що люди з більш сильними переконаннями щодо важливості мови у формуванні культурної ідентичності більш схильні споживати контент виключно українською мовою. Таким чином, майбутні дослідження культурного спротиву в Україні можуть бути корисними, якщо зосередити увагу на розумінні ролі переконань та їхнього впливу на прояв культурного спротиву.

Хоча ставлення та поведінкові практики щодо YouTube виявилися пов'язаними, вони не продемонстрували статистичної значущості у впливі на ймовірність перегляду контенту виключно українською мовою. Хоч вони і статистично значуще відрізнялись серед груп респондентів, що споживали лише україномовний контент та і україномовний, і російськомовний. Цей висновок вказує на те, що інші фактори, такі як доступність та якість контенту, можуть також відігравати роль у формуванні мовного вибору споживання контенту на YouTube. Таким чином, у майбутніх дослідженнях слід вивчити потенційний вплив цих факторів на мовні вподобання та їхні подальші наслідки для культурного спротиву в Україні.

Зважаючи на поширеність культурного спротиву, вкрай важливо розширити дослідницькі зусилля за межі YouTube, оскільки він представляє собою лише один із багатьох просторів, де культурна сфера зазнала значної русифікації. Враховуючи емпіричний та теоретичний матеріал роботи, необхідно продовжити вивчення культурного спротиву на різних платформах і в різних контекстах, що дасть змогу краще зрозуміти його прояви та способи, в які він може відбуватись в Україні. Крім того, такі дослідження допоможуть з'ясувати механізми, за допомогою яких національна ідентичність і культурна спадщина зберігаються, просуваються і зміцнюються.

Отже, результати дослідження демонструють роль соціально-демографічних чинників, мовних переконань та ставлення до мови у культурному спротиву та як це сприяє зміні мови перегляду контенту на YouTube та відмови від російськомовного контенту. Подальші дослідження щодо вивчення культурного спротиву є важливими для розуміння його ширших наслідків у різних сферах, таких як освіта, політика та соціальна взаємодія. Вивчаючи культурний спротив на різних платформах і в різних умовах, дослідники можуть глибше зрозуміти процеси, які підтримують, розвивають і зміцнюють національну ідентичність і культурну спадщину.

Висновки до розділу III

Результати опитування показали, що українці віддають перевагу україномовному контенту (56%), а також контенту українською та російською мовами (36%). Для порівняння, лише 6% українців віддали перевагу виключно російськомовному контенту. Також спостерігається помітний інтерес до використання англійської мови як мови споживання YouTube контенту. Таким чином, українці демонструють культурний спротив двома різними способами: або надаючи перевагу українській мові перед російською, або звертаючись до англійської мови як альтернативи російській.

Дослідження виявило значний статистичний вплив мовних переконань на вибір мови перегляду YouTube контенту. Зокрема, коли українці твердо переконані у важливості мови як невід'ємного аспекту культури та засобу вираження культурної, національної та політичної ідентичності, вони з більшою ймовірністю обирають україномовний контент на протипагу російськомовному. Однак дослідження також виявило, що ставлення до мови та відповідні поведінкові практики не демонструють статистично значущого зв'язку. Отож, ключовим чинником культурного спротиву через українізацію YouTube контенту є переконання у важливості мови як інструменту культурного спротиву. Цей висновок підкреслює силу переконань у формуванні культурного спротиву та мовних преференцій у споживанні YouTube контенту та спротиві російській культурній експансії.

Таким чином, дослідження підкреслює важливість розуміння культурного спротиву українців, зосереджуючись на ролі мови у культурному просторі, протистоянні русифікації культурного поля, підтримки україномовного контенту. Важливо вивчати культурний спротив в Україні, зокрема, способи, якими окремі особи та групи зберігають свою національну ідентичність, захистити свою культурну спадщину та протистояти культурній асиміляції, експансії.

ВИСНОВКИ

Культурний спротив відіграє важливу роль у збереженні ідентичності, культурних цінностей та протистоянні культурним репресіям, привласненню чи примусовій асиміляції. Він захищає від цензури, розширює можливості маргіналізованих груп, сприяє захисту та популяризації культурної спадщини. До того ж культурний спротив сприяє підвищенню обізнаності щодо соціально значущих проблеми у суспільстві та надає засоби для їх вирішення.

Різноманіття форм культурного спротиву, таких як символічний спротив, експресивний спротив, повсякденний спротив, організований спротив та цифровий спротив, підкреслює складну та багатогранну природу цього явища. Це є результатом різноманітних контекстів, у яких відбувається культурний спротив. Поєднання різних форм спротиву дає змогу глибше зрозуміти культурні виклики, з якими стикаються окремі особи чи спільноти, а також підходи, що застосовуються для вирішення цих проблем. Хоча численні форми культурного спротиву демонструють величезний потенціал для дослідження спротиву домінуючим культурним принципам, нормам і цінностям, вони також вносять складнощі щодо методології вивчення культурного спротиву.

Культурний спротив охоплює не лише різноманітні форми, але й різні інструменти культурного вираження, включаючи літературу, музику, мистецтво, звичаї та традиції, а також мову. Кожен інструмент має власні особливості, які дозволяють чинити спротив. Вибір конкретного інструменту залежить від характеру культурної проблеми. Важливо розуміти взаємозв'язок мови з іншими інструментами та формами культурного спротиву. У контексті України мова виступає ефективним інструментом спротиву русифікації культурного середовища, враховуючи історичну та культурну ситуації країни. Українізація контенту на YouTube ілюструє силу мови як інструменту культурного спротиву, забезпечуючи

платформу для вираження, збереження та просування української культури в умовах русифікації культурного простору.

Огляд YouTube простору як платформи культурного спротиву дає чітке розуміння важливості цифрових медіа у сучасному житті людини, адже він пропонує нові можливості для спілкування, обміну та просування культури. YouTube окреслює проблематику культурного спротиву через свою, в більшій мірі, русифікованість в українському культурному просторі. Це також підкреслює його важливість як джерела інформації й поля дослідження.

У межах емпіричної частини роботи було розроблено інструментарій для вимірювання культурного спротиву, що включає такі компоненти, як переконання щодо важливості мови, ставлення до української мови в YouTube просторі та пов'язані з цим поведінкові практики. Використання різних змістовних блоків дозволило комплексно проаналізувати і прояви культурного спротиву, і причини, що стимулюють або, навпаки, перешкоджають.

Результати свідчать про те, що порівняно з 2021 роком спостерігається зсув у бік більшого споживання україномовного контенту на YouTube. Україномовному контенту тепер надають перевагу перед російськомовним і навіть обирають як альтернативу англomовний. Ця тенденція спостерігається в усіх регіонах України, хоч все ще залишаються відмінності між західним та східним регіонами. Важливо зазначити, що жінки виявляють більший прояв культурного спротиву, обираючи виключно україномовний контент.

Результати аналізу дослідження зафіксували статистично значущий зв'язок між переконаннями щодо важливості мови та практикою культурного спротиву через споживання україномовного контенту. Це посилює уявлення про те, що мова є важливим інструментом культурного спротиву в Україні, і що підкреслення значущості може сприяти її використанню як інструменту спротиву культурній експансії та русифікації культурного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безсмертна, Н. (2022). Функціонування української мови в умовах повномасштабної агресії росії проти України. *Українознавчий альманах*, (30), 8-16.
2. Дутчак В.Г. (2022). Від музики майдану до музики війни: Український феномен. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-86>.
3. Кулик, В. (2016). Мова й ідентичність в Україні після Євромайдану. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*, (2), 90-103.
4. Ляхович, Г. В. (2017). Мовна спільнота як агент соціалізації індивіда. *Грані*, 20(1), 42-47.
5. Соколова, С. О. (2023). Зміни у ставленні українців до мов на тлі повномасштабного вторгнення росії в Україну. *Українська мова (науково-теоретичний журнал)*, 3-19.
6. Хоменко, Т., Колісник, Ю. (2023). Втрати української культури у російсько-українській війні: культурно-інформаційний спротив. *Вісник Одеського національного університету. Історія, Політологія, Економіка, Соціологія*, 52-53, 357-366. <https://doi.org/10.30970/vjo.2023.52-53.11749>.
7. Центр контент аналізу (2022). Українська мова у соцмережах: що змінилося після початку повномасштабної війни? <https://bit.ly/3M5Vgae>
8. Шлепакова, Т. Л. (2019). Мова і нація: боротьба за мовно-культурний простір України. Міністерство культури України Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого Інформаційний Центр з питань культури та мистецтва, (4).
9. Alexander, J.C., Giesen, B., & Mast, J.L. (2006). *Social Performance: Symbolic Action Cultural Pragmatics and Ritual*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN: 978-0521674621.
10. Arnold, M. (1990 [1869]). *Culture and Anarchy*. Cambridge: Cambridge University Press.

11. Baerlein, H. (1922). *The Birth of Yugoslavia*, Vol. I. London: Leonard Parsons. p. 29.
12. Bennett , W. L., & Segerberg, A. (2014). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. New York: Cambridge University Press.
13. Bennett, T. (2007). The Work of Culture. *Cultural Sociology*, 1(1), 31–47. <https://doi.org/10.1177/1749975507073918>.
14. Berlant, L. (2016). The commons: Infrastructures for troubling times*. *Environment and Planning D: Society and Space*, 34(3), 393–419. <https://doi.org/10.1177/0263775816645989>.
15. Bilaniuk, L. (2017). Purism and pluralism: Language use trends in popular culture in Ukraine since independence. *Harvard Ukrainian Studies*, 35(3-4), 293-309.
16. Boler, M. & Davis, E. (2018). The affective politics of the «post-truth» era: Feeling rules and networked subjectivity. *Emotion, Space and Society*, 27, 75-85. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2017.11.003>.
17. Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
18. Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age* . Cambridge, UK: Polity Press.
19. Duncombe, S. (2016). Does it Work? The Effect of Activist Art. *Social Research*, 83(1), 115–134. <http://www.jstor.org/stable/44283398>.
20. Eckerström, P. Extreme heavy metal and blasphemy in Iran: the case of Confess. *Cont Islam* 16, 115–133 (2022). <https://doi.org/10.1007/s11562-022-00493-7>.
21. Fuchs, C. (2018). *Social media: A critical introduction*. Sage Publications.
22. Garrett, P. (2010). *Attitudes to Language*. Cambridge University Press.
23. Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. New York: International Publishers.

24. Guerra, P., & Turner, E. (2021). 'People Have the Power': Songs of Resistance in Late Modernity. *Cidades*, 2021, 1-16. <https://doi.org/10.4000/cidades.4227>
25. Guessabi, F. (2021). Language and Culture in Intercultural Communication. *Journal of Gender, Culture and Society*, 1(1), 27–32. <https://doi.org/10.32996/jgcs.2021.1.1.5>.
26. Hall, S., & Jefferson, T. (Eds.). (1976). *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London: Hutchinson.
27. Hong, S. (2023). Ukrainian Cultural Resistance on Russia's Invasion of Ukraine. *East European Balkan Institute Journal*, 47(1), 39-55. <https://doi.org/10.19170/eeps.2023.47.1.39>.
28. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, NY: New York University Press.
29. Johansson, A., & Vinthagen, S. (2019). *Conceptualizing 'Everyday Resistance': A transdisciplinary approach*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315150154>.
30. Kulyk, V. (2013). Language policy in Ukraine: What people want the state to do. *East European Politics and Societies*, 27(2), 279–306. <https://doi.org/10.1177/0888325412469063>.
31. Lennon J. (2022) Bureaucratizing Black Lives Matter murals: Racial capitalism, policing and erasure of radical politics. *Journal of Urban Cultural Studies*, 9 (1), 89. https://doi.org/10.1386/jucs_00050_1.
32. Lilja, M. (2022). Pushing resistance theory in IR beyond 'opposition': The constructive resistance of the #MeToo movement in Japan. *Review of International Studies*, 48(1), 149-170. [10.1017/S0260210521000541](https://doi.org/10.1017/S0260210521000541).
33. Lilja, M., Baaz, M., Schulz, M., & Vinthagen, S. (2017). How resistance encourages resistance: Theorizing the nexus between power, 'Organised Resistance' and 'Everyday Resistance'. *Journal of Political Power*, 10(1), 40-54. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2017.1286084>.

34. Martinez, T. A. (1997). Popular culture as oppositional culture: Rap as resistance. *Sociological Perspectives*, 40(2), 265-286. <https://doi.org/10.2307/1389525>
35. Melykh, O., & Korbut, A. (2020). Entertainment media in the context of hybrid war in the post-Soviet countries: the case of Ukraine. *Economic Annals-XXI*, 182(3-4), 25-33. <https://doi.org/10.21003/ea.V182-03>.
36. Milan, S. (2015). From social movements to cloud protesting: The evolution of collective identity. *Information, Communication & Society*, 18(8), 887-900. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043135>.
37. Moxley, D. P. (2013). Incorporating art-making into the cultural practice of social work. *Journal of Ethnic and Cultural Diversity in Social Work* , 22(3-4), 235-255. <https://doi.org/10.1080/15313204.2013.843136>.
38. Nummi, J., Jennings, C., & Feagin, J. (2019). #BlackLivesMatter: Innovative Black Resistance. *Sociological Forum*, 34, 1042–1064.
39. Olszanski, T. A. (2012). The language issue in Ukraine: An attempt at a new perspective. *OSW Studies*, (40), 36-40.
40. Parajuli, B. (2021). Role of Language in Shaping Cultural Identity. *Marsyangdi Journal*, 2(1), 112-118. <https://doi.org/10.3126/mj.v2i1.39970>.
41. Patsiaouras, G., Veneti, A., & Green, W. (2022). The Hong Kong Umbrella Movement as a non-profit organization: An empirical study on the use of visual branding practices for social change. *Journal of Philanthropy and Marketing*, 27(2), e1717. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1717>.
42. Pesenti, M. (2020). Cultural revival and social transformation in Ukraine: The role of culture and the arts in supporting post-Euromaidan resilience. Royal Institute of International Affairs [Chatham House]. Retrieved from <https://bit.ly/3HP24GO>.
43. Peters, C. (2015). Re-imagining spaces, collectivity, and the political dimension of contemporary art. *Policy Futures in Education*, 13(1), 149-159. <https://doi.org/10.1177/1478210314566735>.

44. Pidkuimukha, L. (2022). The influence of language behaviour on the identity formation of the Ukrainian military. *Cognitive Studies*, 22. 10.11649/cs.XXXX.
45. Roslan, G. (2022). Protection of Cultural Heritage in an Armed Conflict. What Poland can Learn from Ukraine? Challenges to National Defence in Contemporary Geopolitical Situation, 24. <https://doi.org/10.47459/cndcgs.2022.24>.
46. Salloum, S. (2018). Cultural resistance and the arts: From the politics of identity to the politics of recognition. *Arts and International Affairs*, 3(1), 1-16. <https://doi.org/10.18573/ai.v3i1.1510>.
47. Schroeder, S.R., Lam, T.Q., & Marian, V. (2017). Linguistic predictors of cultural identification in bilinguals. *Applied Linguistics*, 38(4), 463-488. <https://doi.org/10.1093/applin/amv049>.
48. Schwartz, S. (2018). The predicament of language and culture: Advocacy, anthropology, and dormant language communities. *Journal of Linguistic Anthropology*, 28(3), 332-355. <https://doi.org/10.1111/jola.12204>.
49. Simpson, L. B. (2017). *As we have always done: Indigenous freedom through radical resurgence*. University of Minnesota Press.
50. Skubiak, T. (2010). [Review of *Contested tongues: Language politics and cultural correction in Ukraine* [Culture and society after socialism, 6.], by L. Bilaniuk]. *Journal of Slavic Linguistics*, 18(1), 169-176. <http://www.jstor.org/stable/24600855>.
51. Timalsina, R. (2019). Expression of Cultural Resistance in Rajan Mukarung's Poetry. *Dristikon: A Multidisciplinary Journal*, 9(1), 75–86.
52. Tremblay, M. (2015). Cultural Resistance. In *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Race, Ethnicity, and Nationalism* (pp. 1-2). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118663202.wberen103>.
53. Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven: Yale University Press.
54. Vertovec, S. (2015). *Diversities old and new: Migration and socio-spatial patterns in New York, Singapore, and Johannesburg*. Palgrave Macmillan.

55. Zhurzhenko, T. (2021). Fighting Empire, Weaponising Culture: The Conflict with Russia and the Restrictions on Russian Mass Culture in Post-Maidan Ukraine. *Europe-Asia Studies*, 73(8), 1441-1466.

56. Zuckerman, E. (2018). *Digital cosmopolitans: Why we think the Internet connects us, why it doesn't, and how to rewire it*. W. W. Norton & Company.

Інструментарій дослідження «Українізація YouTube контенту як прояв культурного спротиву українців»

АНКЕТА

Добрий день! Просимо Вас висловити свою думку у відповідях на запитання цієї анкети. Всі відповіді є конфіденційними і будуть використані в узагальненому вигляді після статистичної обробки.

Соціально-демографічний блок

[S] S1. Вкажіть, будь ласка, Вашу стать:

1. Чоловік → *перевірити квоту*
2. Жінка → *перевірити квоту*

[Q] S2. Вкажіть, будь ласка, скільки Вам повних років?

Якщо S2 до 15 років – кінець інтерв'ю

[S] S3. Вкажіть, будь ласка, область, в якій Ви живете постійно (жили постійно протягом останніх 6 місяців)?

1. Вінницька → *перевірити квоту*
2. Волинська → *перевірити квоту*
3. Дніпропетровська → *перевірити квоту*
4. Донецька → *перевірити квоту*
5. Житомирська → *перевірити квоту*
6. Закарпатська → *перевірити квоту*
7. Запорізька → *перевірити квоту*
8. Івано-Франківськ → *перевірити квоту*
9. Київська (без Києва) → *перевірити квоту*
10. Київ (місто) → *перевірити квоту*
11. Кіровоградська → *перевірити квоту*
12. Луганська → *перевірити квоту*
13. Львівська → *перевірити квоту*
14. Миколаївська → *перевірити квоту*

- | | |
|-------------------|--------------------|
| 15. Одеська | → перевірити квоту |
| 16. Полтавська | → перевірити квоту |
| 17. Рівненська | → перевірити квоту |
| 18. Сумська | → перевірити квоту |
| 19. Тернопільська | → перевірити квоту |
| 20. Харківська | → перевірити квоту |
| 21. Херсонська | → перевірити квоту |
| 22. Хмельницька | → перевірити квоту |
| 23. Черкаська | → перевірити квоту |
| 24. Чернігівська | → перевірити квоту |
| 25. Чернівецька | → перевірити квоту |
| 26. Інша | → кінець інтерв'ю |

[S] S4. Вкажіть, будь ласка, рівень Вашої освіти?

1. Початкова\Неповна середня освіта
2. Повна середня освіта
3. Середня спеціальна освіта
4. Неповна вища (2 і більше курсів ЗВО, але немає диплома)
5. Вища освіта (освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр, спеціаліст, магістр)
6. Маю науковий ступінь

[S] S5. Вкажіть, будь ласка, Ваш сімейний стан:

1. Одружений / заміжня
2. Перебуваю у цивільному шлюбі
3. Неодружений / незаміжня
4. Розлучений / розлучена
5. Вдівець / вдова

[S] S6. Вкажіть, будь ласка, якою мовою Ви розмовляєте вдома?

1. Лише українською
2. Переважно українською
3. Українською і російською однаковою мірою
4. Переважно російською
5. Лише російською
6. Іншою мовою

[M] S7. Вкажіть, будь ласка, яким мовам Ви надаєте перевагу при перегляді YouTube контенту (за останній рік)?

1. Англійська	
2. Іспанська	
3. Китайська	
4. Німецька	
5. Польська	
6. Португальська	
7. Російська	
8. Українська	
9. Французька	
10. Чеська	
11. Інша (вкажіть)	
12. Взагалі не дивлюсь YouTube	<i>кінець інтерв'ю</i>

[S] S8new. Виберіть прийнятний для Вас варіант:

1. Я, зазвичай, надаю перевагу україномовному контенту перед російськомовним
2. Я, зазвичай, надаю перевагу російськомовному контенту перед україномовним
3. Мені байдуже переглядати україномовний контент чи російськомовний

[S] S9. Скажіть, будь ласка, скільки часу Ви, зазвичай, витрачаєте на перегляд YouTube контенту?

4. Менше 2 годин на тиждень
5. 2-4 години на тиждень
6. 4-7 годин на тиждень
7. 7-10 годин на тиждень
8. Більше 10 годин на тиждень

[S] S10. Охарактеризуйте, будь ласка, українську мову у YouTube просторі, за наведеними нижче двополюсними характеристиками: *(РОЗ'ЯСНЕННЯ ШКАЛИ НАДАНО НИЖЧЕ)*.

-3	-2	-1	0	1	2	3
Сильна вираженість полюсу-характеристики	Середня вираженість полюсу зліва	Слабка вираженість полюсу зліва	Однакова вираженість обох полюсів	Слабка вираженість полюсу справа	Середня вираженість полюсу справа	Сильна вираженість полюсу-характеристики

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Чужа								Рідна
Старомодна								Сучасна
Штучна								Органічна
Неактуальна								Актуальна
Неважлива								Важлива
Дискомфортна								Комфортна
Незрозуміла								Зрозуміла
Бідна								Багата
Залежна								Самостійна
Нудна								Цікава
Немилозвучна								Милозвучна

Взаємодія з YouTube контентом

[S] S11. Оцініть, будь ласка, як часто Ви:

	Ніколи	Вкрай рідко	Часто	Дуже часто	Важко сказати
Поширюєте YouTube контент у соціальних мережах/месенджерах					
Пишете коментарі під відео у YouTube					
Натискаєте подобається під відео у YouTube					
Натискаєте не подобається під відео у YouTube					
Користуетесь функцією спонсорства у YouTube					
Здійснюєте фінансову допомогу авторам YouTube через patreon, paypal, банківські картки тощо					

[S] S12. Вкажіть, будь ласка, якій мові Ви надасте перевагу при перегляді наступних категорій YouTube контенту:

	Українські й	Російські й	Жодні й	Не дивлюся взагалі
Дитячий контент				
Ігровий контент				
Інтерв'ю та подкасти				
Контент про гроші та фінанси				
Контент про здоров'я, фітнес, вправи				
Контент про кіно, серіали, аніме, книги та мистецтво				
Контент про хобі, дозвілля та подорожі				
Люди та відеоблоги				
Музичний контент				
Новини, політика та військовий контент				
Освітньо-пізнавальний та науковий контент				
Розважальний та гумористичний контент				

[S] S13. Вкажіть, будь ласка, причину чому Ви переглядаєте [назва категорії YouTube контенту з питання S12] саме російською мовою? (ВІДКРИТЕ ПИТАННЯ)

[S] S14. Скажіть, будь ласка, чи змінилися Ваші вподобання щодо перегляду YouTube контенту (за останній рік)?

1. Ні, продовжую дивитись українською мовою, як і раніше
2. Ні, продовжую дивитись російською мовою, як і раніше
3. Так, почав(-ла) дивитись рідше українською мовою
4. Так, почав(-ла) дивитись рідше російською мовою
5. Так, взагалі перестав(-ла) дивитись українською мовою
6. Так, взагалі перестав(-ла) дивитись російською мовою

Думки щодо мови у YouTube просторі

[S] S15. Оцініть рівень Вашої згоди або незгоди для визначених нижче тверджень щодо української мови. (Використовуйте шкалу від 0 до 10, де 0 – відповідає абсолютно не згоден (а), а 10 – абсолютно згоден (а)).

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Мова є засобом вираження особистої ідентичності											
Мова є способом передачі інформації											
Мова є ознакою національної ідентичності											
Мова сприяє створення спільноти											
Мова є способом вираження політичної позиції											
Мова є способом взаємодії з користувачами											
Мова є частиною культури											
Мова є способом вираження громадської позиції											
Вибір мови не має значення											

[M] S16_A. Вкажіть, будь ласка, причини, через які Ви надаєте перевагу україномовному YouTube контенту? *(ОБЕРІТЬ НЕ БІЛЬШЕ 3 АЛЬТЕРНАТИВ)*

1. Мені приємніше дивитися контент українською мовою
2. Це допомагає мені вивчити українську мову
3. Я краще розумію українську мову, ніж російську
4. Кількість контенту цією мовою у YouTube просторі більше, ніж російською
5. Я дивлюся контент українською мовою через власні переконання (особисті, політичні тощо)
6. Контент, який мені потрібен, є лише українською мовою
7. Контент українською мовою є більш якісним
8. Я звик\звикла дивитись українською мовою
9. Інше (вкажіть, що саме)

[M] S16_B. Вкажіть, будь ласка, причини, через які Ви надаєте перевагу російськомовному YouTube контенту? *(ОБЕРІТЬ НЕ БІЛЬШЕ 3 АЛЬТЕРНАТИВ)*

1. Мені приємніше дивитися контент російською мовою
2. Це допомагає мені вивчити російську мову
3. Я краще розумію російську мову, ніж українську
4. Кількість контенту цією мовою у YouTube просторі більше, ніж українською
5. Я дивлюся контент російською мовою через власні переконання (особисті, політичні тощо)
6. Контент, який мені потрібен, є лише російською мовою
7. Контент російською мовою є більш якісним
8. Я звик\звикла дивитись російською мовою
9. Інше (вкажіть, що саме)

Дякуємо Вам за участь у дослідженні!

Рис. 1. Розподіл респондентів щодо мови перегляду різних категорій контенту

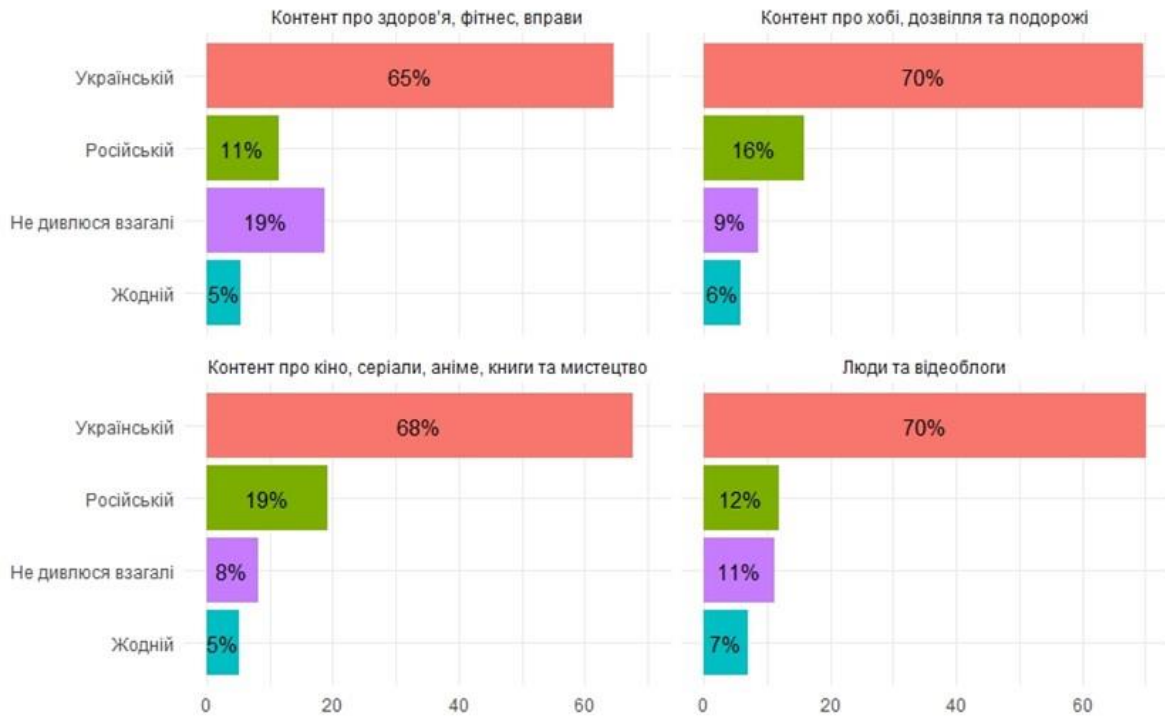


Рис. 2. Розподіл респондентів щодо мови перегляду різних категорій контенту

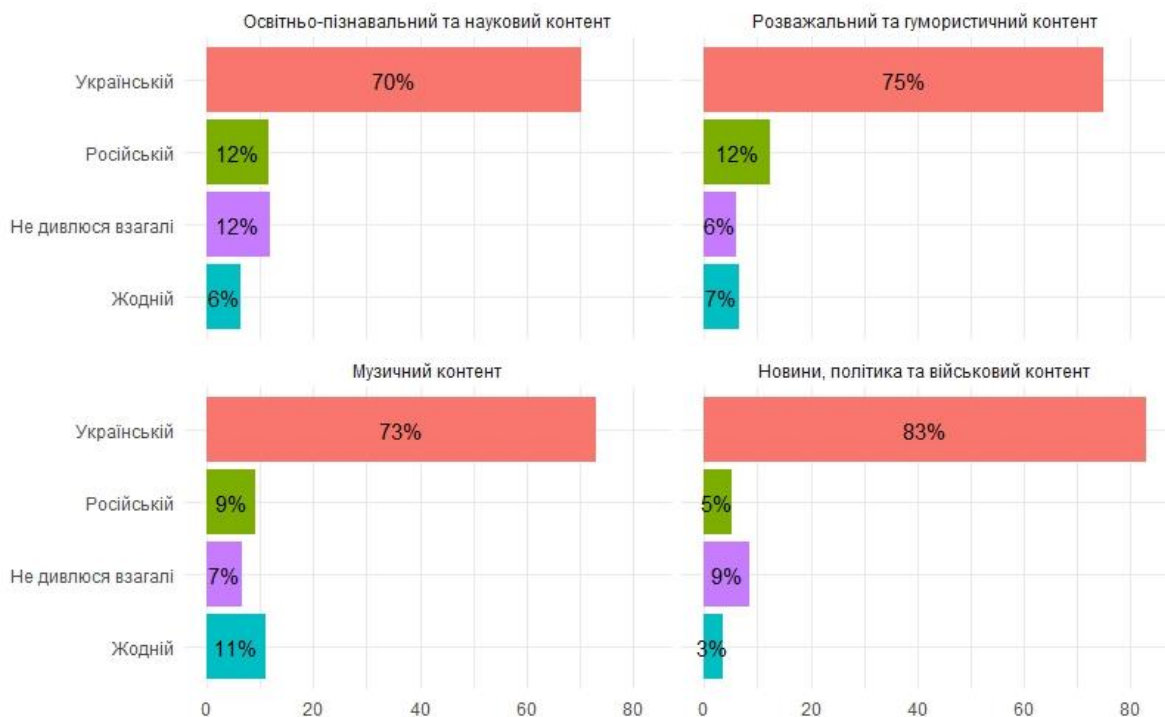
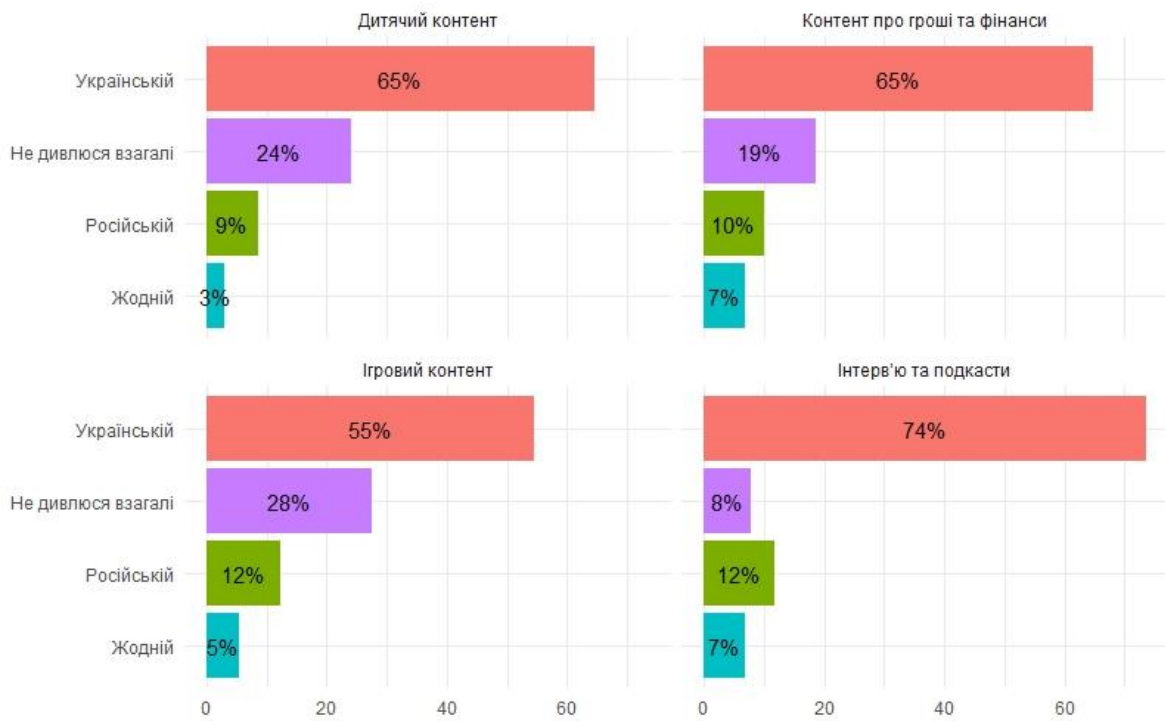
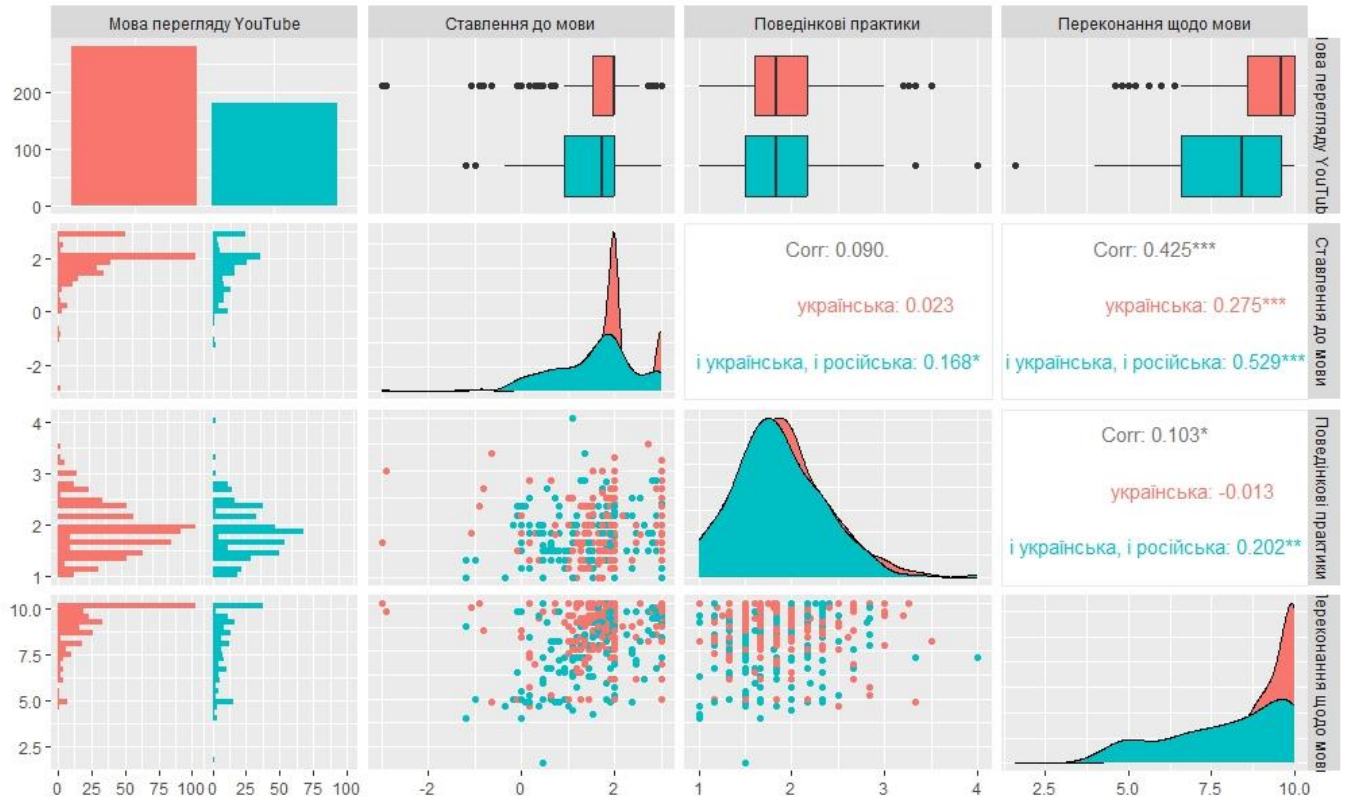


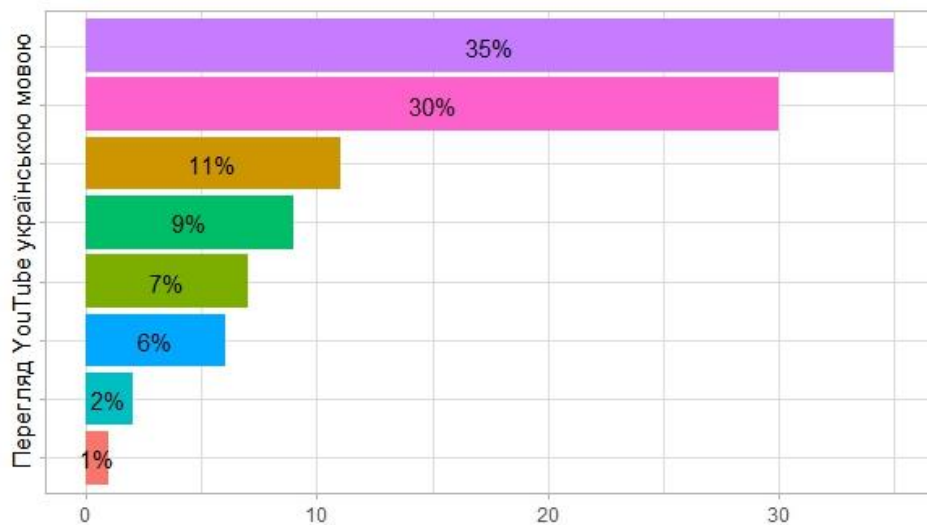
Рис. 3. Розподіл респондентів щодо мови перегляду різних категорій контенту



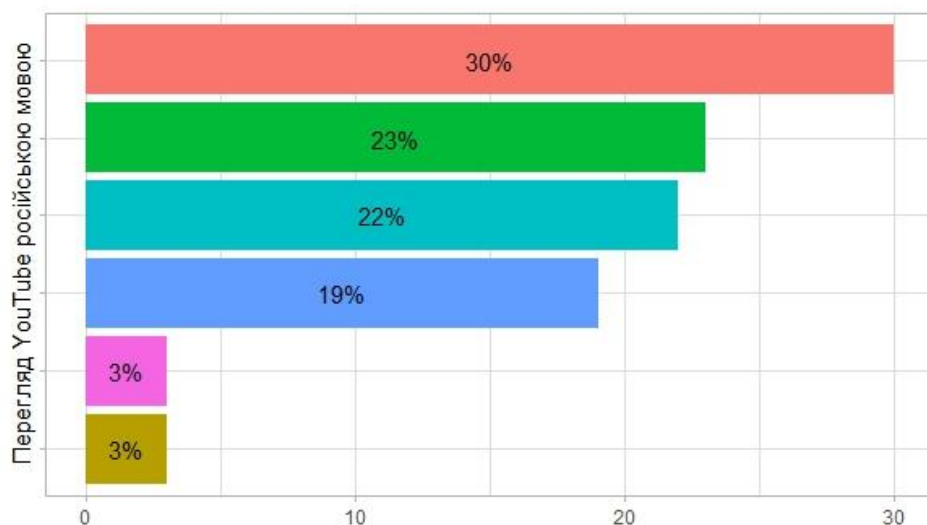
Дашборт результатів дескриптивного та кореляційного аналізів для змінних: мова перегляду YouTube, ставлення до мови, поведінкові практики, переконання щодо мови



Причини вибору україномовного та російськомовного контенту на YouTube



- Більше контенту у YouTube
- Вивчення мови
- Звичка
- Контент більш якісний
- Контент є лише цією мовою
- Краще розмію
- Приємніше дивитись
- Через мої переконання



- Більше контенту у YouTube
- Вивчення мови
- Контент є лише цією мовою
- Краще розмію
- Приємніше дивитись
- Через мої переконання