

О. В. Мусієнко

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

НОВІТНІ АУДІОВІЗУАЛЬНІ ІНСТРУМЕНТИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ НА ВІДЕОХОСТИНГАХ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

О. В. Мусієнко. Новітні аудіовізуальні інструменти репрезентації української ідентичності на відеохостингах в умовах російсько-української війни

Відеохостинг як новітня аудіовізуальна жанроформа наразі є одним з глобальних демократичних медіаосередком та сучасним носієм найпоширеніших у світі трендів. Визначено, що російська збройна агресія проти України актуалізувала проблему національної української ідентичності в мультимедійному цифровому середовищі. Саме осмислення національної української ідентичності стало популярним тематичним напрямом у діджиталізованому аудіовізуальному просторі. На прикладах творів відеохостингів YouTube та TikTok охарактеризовано наймасовішу аудіовізуальну репрезентацію української національної ідеї та поширення української творчості-спротиву по всьому світу.

Ключові слова: *медіа, відеохостинг, YouTube, TikTok, російсько-українська війна, аудіовізуальне мистецтво, українська ідентичність.*

O. Musienko. The latest audiovisual tools for the video hosting representation of Ukrainian identity in the conditions of the Russian-Ukrainian war

The purpose of the article is to determine the main themes and directions of audiovisual representation of Ukrainian identity in the works on video hosting in the conditions of the Russian-Ukrainian war.

The methodology. We conducted a qualitative content analysis of the works of the video hosting sites TikTok and YouTube according to the most popular Ukrainian studies tags and geographic queries. The results of the case were compared with the data obtained by the us during the studying other researchers on the topic.

The results. Video hosting is defined as global informational and cultural carrier that increasingly actively promotes social and political trends. It

was established that, unlike traditional media, video hosting broadcasts Ukrainian identity as a modern cultural and artistic trend. Video flash mobs (TikTok) and shorts (YouTube) became the main means of spreading Ukrainian identity. It was shown that the events of the Russian-Ukrainian war became a catalyst for national and political identity and a powerful social and cultural demand for Ukrainian art in the world.

The scientific topicality. This scientific study highlights the manifestation of national Ukrainian identity in the video hosting works in the context of the events of the Russian-Ukrainian war.

The practical significance. The research contained in this article may be useful for researchers of modern media and Ukrainian culture.

Keywords: *media, video hosting, YouTube, TikTok, Russian-Ukrainian war, audiovisual art, Ukrainian identity.*

Постановка проблеми. У цій статті буде використано дефініцію «відеохостинг», під якою ми розуміємо як глобальну віртуальну аудіовізуальну платформу (середовище), так і новітнє морфологічне утворення, що виникло в інтернеті наприкінці ХХ ст. Найпопулярнішими та найпоширенішими відеохостингами наразі є YouTube та TikTok. Хоча відеохостинг здебільшого створювався як віртуальне аматорське розважальне медіа, повномасштабний збройний напад російської федерації на Україну зумовив зміну розважальних акцентів українського сегмента інтернету на гостросоціальні та мілітарні.

Війна в Україні стала каталізатором поширеного запиту світової спільноти на українську аудіовізуальну творчість та репрезентацію української ідентичності. Медіатизація світової культури привела до постійного суспільного попиту на контент відеохостингів та соціаль-

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

них медіа. Водночас глобалізація усіх процесів та доступність відеохостингів стали головним чинником появи нового культурного творчого напрямку «Stand with Ukraine», який, окрім офлайн-акцій, здебільшого поширювався віртуальним шляхом.

Світовий вплив контенту сучасних відеохостингів свідчить про формування планетарного світогляду в новітніх медіа, що здебільшого перевершує вплив традиційних ЗМІ. Саме цей вплив є одним із чинників заборони або обмеження дії відеохостингів у тоталітарних країнах (зокрема Північній Кореї та Росії).

Отже, розуміння особливостей поширення образу України в умовах російсько-української війни стає важливим фактором дослідження сучасної української культури, її аудіовізуальної складової.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Наразі дослідження, присвячені відеохостингам, здебільшого висвітлюють соціологічні, медіакommunікаційні та маркетингові розвідки. У базі даних наукової періодики Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського знайдено лише дві статті, присвячені дослідженню аспектів творів відеохостингу. Слід відзначити ґрунтовне наукове дослідження К. Кислюка «Особливості репрезентації української ідентичності в соціальному медіа “Тікток”», де автор доходить до висновку, що, «на відміну від інших популярних в Україні соціальних медіа та мереж, “Тікток” транслює українську ідентичність водночас на громадянсько-політичному, мовно-культурному та етнонашареному рівнях» (Кислюк, 2019). Також важливою є праця А. Дутчака «Сучасний стан та перспективи українськомовних каналів на сервісі Youtube», у якій автор висловлює думку щодо кореляції між україномовними творами на відеохостингах та кількістю глядачів (Дутчак, 2017).

Окрім цього, у міжнародній віртуальній науковій базі «ResearchGate» переглянуто публікації, де відеохостинг розглядається як соціальне, культурне та мистецьке явище, здебільшого — як новітня віртуальна медіаплатформа (P. Bérail (2022); S. Cunningham (2015); A. Gebesmair (2022); B. Traue (2019) та ін.) Також потрібно відзначити дослідження, що стосуються теми

ідентичності в соціальних медіа, а саме праці: С. Гнатюка (2011) «Нові ідентичності» в Україні та світі», О. Кузьменко (2012) «Чи нові медіа впливають на ідентичність національних меншин?», В. Соломатової (2019) «Візуальна культура в соціальних мережах» та А. Янченко (2013) «Соціальні медіа як елемент політичної комунікації». У своїх розвідках автори сходяться на думці, що наразі соціальні мережі стають новим провайдером становлення ідентичності людини, зокрема національної.

З 24 лютого 2022 р. в Україні на відеохостингах зростає гостросоціальна суспільна активність, зокрема аудіовізуальна репрезентація національної ідентичності її громадян. Прикладом цього є поширення:

- відеохештегів #stopwar, #stoprussia, #saveukraine, #standwithukraine;
- геовідеохештегів окупованих та деокупованих міст України;
- відео, що поширюють цінності національної української культури (пісенні флешмоби, відеозаписи благодійних концертів тощо);
- інформаційних відео зі свідченнями учасників воєнних подій.

Утім, попри зазначену соціальну активність користувачів відеохостингів, наукова рефлексія цих важливих процесів у культурологічному і мистецькому дискурсах досі відсутня.

Мета статті — визначити основні теми та напрями аудіовізуальної репрезентації української ідентичності у творах відеохостингу в умовах повномасштабної російсько-української війни.

Методи дослідження. Стаття базується на культурологічному підході до вивчення відеохостингів. Культурологічний науковий інструментарій дозволив виявити характеристики аудіовізуальної репрезентації української ідентичності у творах відеохостингу в умовах російсько-української війни як сучасну складову української культури. Використано контент-аналіз відеохостингів YouTube та TikTok з метою дослідження репрезентації української національної ідентичності контенту, що стосується єдності світу з Україною та єдинства українців у боротьбі з російським агресором.

Виклад основного матеріалу дослідження. Піднесення національної єдності та поширення цінностей, притаманних національній ідентичності по світу, стало логічним наслідком визвольної боротьби проти російських загарбників. Етнонаснений рівень (за висловом К. Кислюка (2019)) втілення української ідентичності у творах відеохостингів наразі репрезентує її цінності громадянсько-політичного спрямування. Новими аудіовізуальними інструментами визначення ідейного напрямку стають теги. Слід зазначити, що вони здебільшого створені для означення напрямку пошуку в соціальних мережах, однак зараз вони широко використовуються для визначення ідеї авторського твору на відеохостингу. Як приклад розглянемо наступні маркери національної ідентичності – головні символи державності та мову. Хронологічні рамки дослідження обмежуватимуться періодом лютий-вересень 2022 року та контентом двох найпопулярніших відеохостингів TikTok та YouTube.

По-перше, розглянемо стан репрезентації ідентичності за допомогою національних символів державності. За тегамі #ukraineflag та #гімнукраїни ми фіксуємо збірку популярних творів на відеохостингу TikTok. Наприклад, за напрямом #ukraineflag загалом відео, що збирають понад 1,5 млн переглядів (як приклад відео з каналу Suziona (2022) набрало 1,7 млн переглядів). Слід зазначити: наведений напрям обирає жанроформи, які успадкували деякі жанри традиційного медіа, але водночас вдало адаптувалися до можливостей віртуального твору.

Найпоширенішим національним українським символом на теренах відеохостингів став Гімн України як символ незламності нашої країни в боротьбі з російським ворогом. Запити: «Гімн України», Ukrainian national anthem та Ukrainian Folk Song за період з лютого 2022 р. здобули широку популярність як серед українських авторів\глядачів YouTube, так і закордонних.

Одним із найпопулярніших за переглядами є відео з каналу влогера-мільйонника The Kiffness «Ukrainian Folk Song | ARMY REMIX | Andriy Khlyvnyuk x The Kiffness» (2022), де

автор твору поєднав відому стрілецьку пісню «Ой у лузі червона калина» у виконанні співака та бійця територіальної оборони А. Хливнюка з власним музичним супроводом. Наразі це відео набрало понад 11 млн переглядів. Автор каналу є громадянином Південної Африки, що, знов-таки, свідчить про зростаючу глобалізацію аудіовізуальної репрезентації української національної ідентичності завдяки відеохостингам.

На нашу думку, нагальна необхідність підняття національної свідомості та поширення української ідеї державності є позитивним чинником у міжнародній репрезентації української ідентичності, всупереч її минулій нецілісності, міфологічному «протистоянню» українських Сходу та Заходу та світовій необізнаності щодо існування українських національних символів і атрибутів державності. Поява та поширеність нової віртуальної жанроформи, яку можна охарактеризувати як мілітарі фольк (поєднання двох ідейних напрямів військової та народної творчості), є логічним результатом творчого переживання подій в Україні.

По-друге, відзначимо зростання чисельності аудіовізуальних репрезентацій української національної ідентичності з використанням української мови як важливого чинника «культурної зброї» у боротьбі з окупантами. Поширення на відеохостингах TikTok та YouTube з моменту російської агресії україномовного аудіовізуального контенту наразі долає проросійські вподобання як у світовій масовій культурі, і тим більше – в українській культурі.

Війна в Україні стала потужним чинником популяризації мови як національної цінності в аудіовізуальному віртуальному просторі. Наразі поширеними напрямками на відеохостингах TikTok та YouTube є:

Українські музичні твори («Kalush Orchestra – Stefania» (Kalush Orchestra, 2022), YouTube; «О. Пономарьов М. Хома Т. Тополя Є. Кошовий Ю. Ткач П. Чорний – УКРАЇНА ПЕРЕМОЖЕ» (Олександр Пономарьов, 2022), YouTube; «Ой у лузі червона калина», YouTube (MOGILEVSKA, 2022) тощо);

Українська мова («Як буде українською», TikTok (Ua.view, 2022); «Просвітництво в Тіктоці. Вчимося говорити без мата – україн-

ська версія», TikTok (Anastasia_bilouss, 2021); «Скажи українською», TikTok (Speakuk, 2022) тощо).

Отже, українська мова стає найзрозумілішим маркером «свій-чужий» та національним втіленням «українськості». Можна підкреслити поширення свідомого вивчення української мови за кордоном як способу підтримки України в цій кривавій війні. Мовленнєва складова української національної ідентичності стає вагомим чинником впливу у світі, а репрезентація аудіовізуальних україномовних творів на відеохостингах — певним тематичним напрямом. Як і в попередніх прикладах можна помітити злиття традиційних типологій — розважальної та освітньої.

Цікавим прикладом є напрям «Ukrainian reaction», який репрезентує представників різних країн світу, котрі: слухають українські пісні, переглядають українські інформаційні відео та власне самі говорять українською мовою. Одним з популярних каналів поширення мовно-культурної ідентичності українців є влогери, які популяризують Україну серед представників іноземних держав.

Одним з таких прикладів є канал на YouTube «Ніна — Україна / Nina — Ukraine». Авторка демонструє іноземцям українські музичні кліпи, дає послухати українську мову, розповідає про природу та міста нашої держави та також цікавиться думкою користувачів щодо гостросоціальних українських питань. Наразі найпопулярнішим на її каналі є відео «Іноземці в шоці від офіційного кліпу KALUSH ORCHESTRA — STEFANIA» (Ніна — Україна / Nina — Ukraine, 2022), де авторка показує музичний кліп української групи KALUSH ORCHESTRA, присвячений жінкам-захисницям та відзнятий у деокупованих та зруйнованих містах Київської області. Окрім власне запису реакції, влогер розповідає іноземцям про визвольну боротьбу України, про те, як важливо поширювати фільмування подій російсько-української війни.

Наразі одним із найважливіших напрямів аудіовізуальної репрезентації української ідентичності в умовах відкритого воєнного конфлікту постає тема захисту рідної Батьківщини. Найпоширеніші інструменти-теги — це відео,

присвячені спротиву українців, а саме #russianisaterroriststate, #stopwarinukraine, #saveukraine та #stoprussia. Здебільшого це мілітаризовані твори, головною метою яких є показ відеосвідчень щодо російської агресії в Україні. Зазначимо, що навіть наявність гумору у творах цієї тематики має на меті викликати почуття гордості й любові до України та ненависть до ворога.

Відео, які викладалися за цими тегами, різняться від флешмобів на підтримку України в європейських та інших містах світу до віршів дітей, присвячених українським захисникам і захисницям. У TikTok одні з найпопулярніших відео за тегами #stopwarinukraine мають майже 5 млн переглядів (Cuziona, 2022), #saveukraine — понад 19 млн переглядів (Tss.c.o, 2022).

Під гаслом #saveukraine один із найвпливовіших світових YouTube-каналів соціального напрямку Beast Philanthropy (10,1 млн спостерігачів) виклав відео «We Gave \$3,000,000 of Aid to Ukrainian Refugees!», яке набрало майже 9 млн переглядів (Beast Philanthropy, 2022). Слід відзначити, що автор каналу та його основна аудиторія є громадянами США.

Як уже було зазначено, левову частку відео, поширених за допомогою відеохостингів, становить фільмування свідчень. Саме цей, переважно документальний, жанр доповнено тегами #russianisaterroriststate та #stoprussia. Наведені відео стають трендовими та поширюються не лише у віртуальному, а й у традиційному (телевізійному) аудіовізуальному просторі. Прикладами є відео: з українським маленьким хлопчиком — «Ukrainian boy» (TRT World, 2022) (відео показано на таких офлайн-медіагігантах, як BBC, The Sun, TRT World); підбірка відеосвідчень хоробрості українців — «Unarmed Ukrainians try to push back Russian troops» (Guardian News, 2022) (Guardian News); та, певною мірою, жартівливе відео конотопської жінки, що пророкує окупанту фізичні проблеми на сексуальному підґрунті — «Це Конотоп! Тут кожна друга баба — відьма!» (Телеканал АТР, 2022) (The Late Show with Stephen Colbert). Наведені теги стають одним з інструментів поширення та аудіовізуальної репрезентації української ідентичності по всьому світу, оскільки наразі стає світовим трендом підтримувати

Таблиця 1

Відеохостинг	Назва твору	Жанрові особливості
YouTube	1. Ukrainian Folk Song ARMY REMIX Andriy Khlyvnyuk x The Kiffness. Ступінь популярності – 12,6 млн переглядів, 325 тис. лайків. 2. Ой у лузі червона калина (концерт «Доброго вечора! Ми з України!»). Ступінь популярності – 22,3 млн переглядів, 332 тис. лайків.	– на рівнях драматургічної структури та художньої форми наявні ознаки оригінальної інтернет-жанроформи MashUp; – тематичний напрям: перенесення української стрілецької пісні в сучасний військовий контекст. Ідейну сутність твору можна віднести до площі нового напрямку мілітарі фольк.
YouTube	1. Kalush Orchestra – Stefania (Official Video Eurovision 2022). Ступінь популярності – 41,1 млн переглядів, 1,1 млн лайків. 2. О. Пономарьов М. Хома Т. Тополя Є. Кошовий Ю. Ткач П. Чорний – УКРАЇНА ПЕРЕМОЖЕ #українапереможе. Ступінь популярності – 22,8 млн переглядів, 367 тис. лайків.	– на рівнях драматургічної структури та художньої форми наявні ознаки традиційного жанру музичного кліпу; – тематичний напрям: показ впливу воєнних подій на життя українців.
YouTube	1. Unarmed Ukrainians try to push back Russian troops. Ступінь популярності – 986,5 тис. переглядів, 14 тис. лайків; 2. Це Конотоп! Тут кожна друга баба – відьма! Ступінь популярності – 24 тис. лайків;	– на рівнях драматургічної структури та художньої форми наявні ознаки документальної жанроформи – відеосвідчення; – тематичний напрям: документування воєнних подій в Україні.
YouTube	We Gave \$3,000,000 of Aid to Ukrainian Refugees! Ступінь популярності – 8,9 млн переглядів, 626 тис. лайків.	– на рівнях драматургічної структури та художньої форми присутні ознаки оригінального жанру відеохостингу – влог; – тематичний напрям: допомога потерпілим у війні в Україні.
YouTube	Іноземці в шоці від офіційного кліпу KALUSH ORCHESTRA – STEFANIA. Ступінь популярності – 1,7 млн переглядів, 77 тис. лайків.	– на рівнях драматургічної структури та художньої форми присутні ознаки оригінального жанру відеохостингу – реакція; – тематичний напрям: поширення інформації про воєнні події в Україні серед іноземців.
TikTok	This is my Ukraine. Ступінь популярності – 613 тис. лайків.	– на рівнях драматургічної структури та художньої форми присутні гібридні ознаки традиційного режисерського жанру – замальовка; – тематичний напрям: візуальний опис України.
TikTok	look what you've done putin. Ступінь популярності – 3 млн лайків	– на рівнях драматургічної структури та художньої форми присутні ознаки документальної жанроформи – відеосвідчення; – тематичний напрям: документування воєнних подій в Україні.
TikTok	1. Просвітництво в Тіктоці. Ступінь популярності – 318,5 тис. лайків. 2. Скажи українською. Ступінь популярності – 151 тис. лайків. 3. Як буде українською. Ступінь популярності – 71,4 тис. лайків.	– на рівнях драматургічної структури та художньої форми присутні гібридні ознаки традиційних розважальних та освітніх типологій; – тематичний напрям: просвіта щодо української мови.
TikTok	That girl. Ступінь популярності – 38,5 тис. лайків.	– на рівнях драматургічної структури та художньої форми присутні ознаки оригінального жанру відеохостингу – Let's Play; – тематичний напрям: національна ідентичність.

Україну, викладати відео, присвячені Україні, ідентифікувати себе з Україною.

Підсумовуючи, можна зазначити, що свідоме та гідне ставлення до незалежності нашої держави, до української ідентичності стає характерною ознакою творів українського сегмента відеохостингів, а поява та популярність мілітарних творів репрезентує прагнення українців задокументувати правдиву історію цієї війни й особистості українця.

Результати контентаналізу використаних аудіовізуальних джерел надано у таблиці 1.

Висновки. У сучасних реаліях розглянути відеохостинги стають однією з наймасштабніших аудіовізуальних платформ репрезентації національної ідентичності як в українському, так і у світовому культурному полі. Виявлено, що доступність та поширеність відеохостингів стали головними чинниками популяризації українських культурних цінностей у світі. Російсько-українська війна привела до того, що новітні віртуальні жанроформи наразі є репрезентантами української ідентичності на соціально-політичному, мовнокультурному та етнонасаженому рівнях. Головними інструментами відеохостингів, що зображають українську ідентичність в умовах російсько-української війни, стають теги (#stopwarinukraine, #saveukraine, #russiainterroriststate). Завдяки ним відбувається інтерпретація творів етнонасаженого рівня, зображення сучасних змістів і прийнятних для глобалізованого медіапростору жанроформ. Поява гібридних жанроформ, таких як мілітарі фольк, стає результатом переконань, що панують у сучасному суспільстві.

Перспективами подальших досліджень є продовження зіставлення українського та світового дискурсів щодо репрезентації гостросоціальних глобальних подій, зокрема подій російсько-української війни та їхньої ролі у створенні національного культурного віртуального аудіовізуального контенту.

Список посилань

Anastasia bilouss (2021, September, 26). *Просвітництво в Тіктоці*. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@anastasia_bilouss/video/7012196730275974406?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%B2%20%D0%A2%D1%96%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%86%D1%96.%20&t=1666008458360

- BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%B2%20%D0%A2%D1%96%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%86%D1%96.%20&t=1666008458360
- B. Traue, B. (2019). YouTube und andere Webvideos. *SpringerLink*. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-21308-4_76
- Beast Philanthropy (2022, June 18). *We Gave \$3,000,000 of Aid to Ukrainian Refugees!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7gYpJotNUEs>
- Bérail, P. (2022). Parasocial relationships and YouTube addiction: The role of viewer and YouTuber video characteristics. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/361685754_Parasocial_relationships_and_YouTube_addiction_The_role_of_viewer_and_YouTuber_video_characteristics
- Cunningham, S. D. (2015). The new screen ecology: a new wave of media globalisation? *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/283031689_The_new_screen_ecology_a_new_wave_of_media_globalisation
- Cuziona (2022, June 12). *That girl*. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@cuziona/video/7108417883436403974?is_from_webapp=v1&item_id=7108417883436403974
- Gebesmair, A. (2022). YouTube: content, creator, kulturindustrie. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/360465035_YOUTUBE_CONTENT_CREATOR_KULTURINDUSTRIE
- Guardian News (2022, March 01). *Unarmed Ukrainians try to push back Russian troops*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ev0x9pqYqvs>
- Itsosk (2022, March 10). *look what you've done putin #putin #russia #ukraine #saveukraine #sad #russiavsukraine #ukrainevsrussia #helpukraine #stopputin #standwithukraine*. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@itsosk/video/7073445599529520385?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%23saveukraine%20&t=1662816508172
- Kalush Orchestra (2022, May 15). *Kalush Orchestra — Stefania (Official Video Eurovision 2022)*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Z8Z51no1TD0>
- MOGILEVSKA (2022, April 01). *Ой у лузі червона калина (концерт «Доброго вечора! Ми з України!»)*. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=EV_vT0Vud5Q
- Speakuk (2022, June 12). *Скажи українською*. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@speakuk/video/7107577949590785286?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%23%D1%83%D0%BA%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%B2%20%D0%A2%D1%96%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%86%D1%96.%20&t=1666008458360

- 1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20&t=1662798046884
- The Kiffness (2022, March 04). *Ukrainian Folk Song | ARMY REMIX | Andriy Khlyvnyuk x The Kiffness*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=lu8m5FA2nL8>
- Tss.c.o (2022, February 24). #prayingforeveryoneinukraine #nowar #stopwarinukraine #staywithukraine. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@tss.c.o/video/7068251825580838149?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%23stopwarinukraine%20&t=1662816393437
- Ua.view (2022, June 19). *Як буде українською*. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@ua.view/video/7110882111908793605?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%23%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20&t=1662798046884
- YouTubeTRT World (2022, March 8). *Ukrainian boy cries as he crosses the Poland border*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/shorts/eQRyptlJbWY>
- YouTubeТелеканал АТР. (2022, March 2). *Це Конотон! Тут кожна друга баба — відьма!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/shorts/Tb0wKy9mgG8>
- Гнатюк, С. Л. (2011). «Нові ідентичності» в Україні та світі: підстави формування, концепції, прогнози». Аналітична записка. *НСІД*. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyini-strategii/novi-identichnosti-v-ukraini-ta-sviti-pidstaviformuvannya>
- Дутчак, А. (2017). Сучасний Стан та перспективи українськомовних каналів на сервісі Youtube. *Образ: збірник наукових праць*, 4, 122–129.
- Кислюк, К. В. (2019). Особливості репрезентації української ідентичності в соціальному медіа «Тікток». *Культура України. Серія Культурологія: збірник наукових праць*, 73, 41–47.
- Кузьменко, О. (2012). Чи нові медіа впливають на ідентичність національних меншин? Українсько-польський контекст. *Український Альманах*, 101–106. Цифровий архів Національного університету «Острозька академія». <https://eprints.oa.edu.ua/2379/1/kuzmenko%20almanach%201.pdf>
- Ніна — Україна / Nina — Ukraine (2022, May 23). YouTube. *Иноземці в шоці від офіційного кліпу KALUSH ORCHESTRA — STEFANIA* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BrzEa98gRew&t=730s>
- Олександр Пономарьов (2022, April 18). *О. Пономарьов, М. Хома, Т. Тополя, Є. Кошовий*
- Ю. Ткач, П. Чорний — УКРАЇНА ПЕРЕМОЖЕ #українапереможе. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fRuiEv3JRDQ>
- Соломатова, В. (2019). Візуальна культура в соціальних мережах. *Культура і мистецтво у сучасному світі*, (20), 200–208. <http://culture-art-knukim.pp.ua/article/view/172436>
- Янченко, А. (2013). Соціальні медіа як елемент політичної комунікації. *Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/yanchenko_sotsialni.pdf

References

- Anastasia Bilous (2021, September, 26). *Enlightenment in Tiktok*. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@anastasia_bilouss/video/7012196730275974406?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%B2%20%D0%A2%D1%96%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%86%D1%96.%20&t=1666008458360. [In Ukrainian].
- B. Traue, B. (2019). YouTube und andere Webvideos. *SpringerLink*. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-21308-4_76. [In English].
- Beast Philanthropy (2022, June 18). *We Gave \$3,000,000 of Aid to Ukrainian Refugees!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7gYpJotNUEs>. [In English].
- Bérail, P. (2022). Parasocial relationships and YouTube addiction: The role of viewer and YouTuber video characteristics. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/361685754_Parasocial_relationships_and_YouTube_addiction_The_role_of_viewer_and_YouTuber_video_characteristics. [In English].
- Cunningham, S. D. (2015). The new screen ecology: a new wave of media globalisation? *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/283031689_The_new_screen_ecology_a_new_wave_of_media_globalisation. [In English].
- Cuziona (2022, June 12). *That girl*. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@cuziona/video/71108417883436403974?is_from_webapp=v1&item_id=71108417883436403974. [In English].
- Gebesmair, A. (2022). YouTube: content, creator, kulturindustrie. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/360465035_YOUTUBE_CONTENT_CREATOR_KULTURINDUSTRIE. [In English].
- Guardian News (2022, March 01). *Unarmed Ukrainians try to push back Russian troops*. [Video]. YouTube.

- <https://www.youtube.com/watch?v=ev0x9pqYqvs>. [In English].
- Itsosk (2022, March 10). look what you've done putin #putin #russia #ukraine #saveukraine #sad #russiavsukraine #ukrainevsrussia #helpukraine #stopputin #standwithukraine. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@itsosk/video/7073445599529520385?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%23saveukraine%20&t=1662816508172. [In English].
- Kalush Orchestra (2022, May 15). *Kalush Orchestra — Stefania (Official Video Eurovision 2022)*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Z8Z51nolTD0>. [In Ukrainian].
- MOGILEVSKA (2022, April 01). *Oh, there is a red viburnum in the meadow (concert "Good evening! We are from Ukraine!")*. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=EV_vT0Vud5Q. [In Ukrainian].
- Speakuk (2022, June 12). *Say it in Ukrainian*. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@speakuk/video/71107577949590785286?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%23%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20&t=1662798046884. [In English].
- The Kiffness (2022, March 04). *Ukrainian Folk Song | ARMY REMIX | Andriy Khlyvnyuk x The Kiffness*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=lu8m5FA2nL8>. [In Ukrainian].
- Tss.c.o (2022, February 24). #prayingforeveryoneinukraine #nowar #stopwarinukraine #staywithukraine. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@tss.c.o/video/7068251825580838149?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%23stopwarinukraine%20&t=1662816393437. [In English].
- Ua.view (2022, June 19). *How it will be in Ukrainian*. [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@ua.view/video/7110882111908793605?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=%23%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20&t=1662798046884. [In Ukrainian].
- YouTubeTRT World (2022, March 8). *Ukrainian boy cries as he crosses the Poland border*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/shorts/eQRyptlJbWY>. [In English].
- YouTubeТелеканал АТР. (2022, March 2). *This is Konotop! Here, every second woman is a witch!* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/shorts/Tb0wKy9mgG8>. [In Ukrainian].
- Hnatiuk, S. L. (2011). New identities in Ukraine and the world: foundations of formation, concepts, forecasts». Analytical note. *National Institute of Strategic Studies*. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/novi-identichnosti-v-ukraini-ta-sviti-pidstavi-formuvannya>. [In Ukrainian].
- Dutchak, A. (2017). The current state and prospects of Ukrainian-language channels on the YouTube service. *Obraz: collection of scientific works*. 4, 122–129. [In Ukrainian].
- Kysliuk, K. V. (2019). Peculiarities of the representation of Ukrainian identity in the Tiktok social media. *Kultura Ukrainy. Seriya Kulturolohiia: collection of scientific works*, 73, 41–47. [In Ukrainian].
- Kuzmenko, O. (2012). Do new media influence the identity of national minorities? Ukrainian-Polish context. *Ukrainskyi Almanakh*, 101–106. Digital archive of the National University "Ostroh Academy". <https://eprints.oa.edu.ua/2379/1/kuzmenko%20almanach%201.pdf>. [In Ukrainian].
- Nina — Ukraine (2022, May 23). YouTube. *Foreigners are shocked by the official clip of KALUSH ORCHESTRA — STEFANIA* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BrzEa98gRew&t=730s>. [In Ukrainian].
- Oleksandr Ponomarov (April 18, 2022). O.Ponomaryov, M.Khoma, T.Topolya, E.Koshovyi, Yu.Tkach, P.Chorny — UKRAINE WILL WIN #ukrainewillwin. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fRuiEv3JRDQ>. [In Ukrainian].
- Solomatova, V. (2019). Visual culture in social networks. *Kultura i mystetstvo u suchasnomu sviti*, (20), 200–208. <http://culture-art-knukim.pp.ua/article/view/172436>. [In Ukrainian].
- Yanchenko, A. (2013). Social media as an element of political communication. *I. F. Kuras Institute of Political and Ethnonational Studies of NAS of Ukraine*. https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/yanchenko_sotsialni.pdf. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 02.08.22