

МЕТОДОЛОГІЯ ТА МЕТОДИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

УДК 316

Бурдін, Я. (2023). Українізація YouTube-контенту як прояв культурного спротиву українців під час російсько-української війни. *Соціологічні студії*, 2(23), 62–72. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2023-02-31-31>

Українізація YouTube-контенту як прояв культурного спротиву українців під час російсько-української війни

Ярослав Бурдін –
здобувач PhD, ОП «Соціологія»,
факультет соціології,
КНУ ім. Тараса Шевченка

Yaroslav Burdin –
Student of PhD program, Faculty
of Sociology, Taras Shevchenko
National University of Kyiv, Ukraine
E-mail: burdin_yaroslav@knu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-4284-1565>

DOI: 10.29038/2306-3971-2023-02-31-31

У статті розглянуто феномен популяризації україномовного контенту на YouTube як форми культурного спротиву з акцентом на мові як інструменті та символі національної й культурної ідентичності. Основна мета дослідження – проаналізувати мовні вподобання та інтерпретувати їх із погляду культурного спротиву, щоб визначити, чи обирають українці україномовний контент як загальну тенденцію, чи як засіб протистояння домінуванню російськомовного контенту на YouTube. Це дослідження концептуалізує культурний спротив через такі категорії, як ставлення до української мови в просторі YouTube, поведінкові практики й уявлення про важливість мови. Результати онлайн-опитування компанії Research свідчать про значне зміщення вподобань у бік україномовного контенту, що контрастує із ситуацією, яку спостерігали у 2021 р. Дані підтверджують статистично значущу кореляцію між розумінням важливості мови та вибором української як мови споживання контенту на YouTube. Дослідження демонструє, що надання переваги україномовному контенту є активною складовою частиною культурного спротиву на цифровій платформі YouTube, а не пасивним вибором. Ці висновки підкреслюють стратегічну роль мови у формуванні культурного спротиву й створюють основу для розуміння цієї складної концепції в цифрову епоху.

Received: October, 2023
1st Revision: November, 2023
Accepted: November, 2023

Ключові слова: культурний спротив, цифровий спротив, мовна стійкість, українське суспільство, соціологічне дослідження.

Burdin Yaroslav. Ukrainization of YouTube Content as a Manifestation of Cultural Resistance of Ukrainians in a Course of the Russo-Ukrainian War. The article examines the distribution and popularization of Ukrainian-language content on YouTube as a form of cultural resistance, with a focus on language as a tool and symbol of national and cultural identity. The main objective of this study is to analyze language preferences and interpret them in terms of cultural resistance, in order to determine whether Ukrainians choose Ukrainian-language content as a general trend or as a means of resisting the dominance of Russian-language content on YouTube. The Russian Federation often utilizes YouTube for spreading disinformation, propaganda, promoting hostile narratives, and conducting information and psychological operations. The prevalence of Russian-language content has negative consequences for Ukrainian culture and potentially undermines the nation's sovereignty and cultural integrity. Furthermore, the accumulation of Russian-language content hinders the development of Ukraine's own cultural output and increases information control by Russia. Therefore, it is necessary to comprehensively study and assess the phenomenon of «cultural resistance» within YouTube. This study conceptualizes cultural resistance through categories such as attitudes towards the Ukrainian language in the YouTube space, behavioral practices, and perceptions of language importance. These aspects are quantitatively explored in the article through an online survey targeting the

Ukrainian YouTube audience. The results show a significant shift in preferences towards Ukrainian-language content, contrasting with the situation observed in 2021. The data confirms a statistically significant correlation between understanding the importance of language and choosing Ukrainian as the language for consuming content on YouTube. The study demonstrates that the preference for Ukrainian-language content is an active component of cultural resistance on the YouTube digital platform, rather than a passive choice. These findings highlight the strategic role of language in shaping cultural resistance and provide a framework for understanding this complex concept in the digital age.

Key words: cultural resistance, digital resistance, language resiliency, Ukrainian society, sociological research.

ВСТУП

Повномасштабне вторгнення рф в Україну спричинило глибокі суспільні наслідки, які виходять далеко за межі лише військового протистояння, оскільки це також і боротьба українців за існування власної культури. Систематичні спроби рф розмити/стерти межі або взагалі знищити українську культуру простежуються в тому, як ворог навмисне руйнує історичні пам'ятки, розграбовує твори мистецтва та загалом знищує українську культуру (Hong, 2023; Хоменко, Колісник, 2023). Додатковою загрозою є русифікований цифровий простір, де більшість соціальних мереж і платформ насичена російськомовним контентом (Центр контент-аналізу, 2022). Це є проблемою, оскільки така поширеність російської мови спрощує просування пропаганди, дезінформації та ворожих наративів в інформаційному просторі. У контексті глобальної конкуренції це створює додаткові виклики для україномовного контенту. Адже великий обсяг російськомовного контенту призводить до зменшення видимості української мови й культури в цифровому просторі та ставить під загрозу існування й розвиток українського продукту. Культура не лише об'єднує та утверджує національну ідентичність у часи потрясінь, але й слугує важливим компонентом для відбудови та розвитку українського суспільства (Kozhekina et al., 2023).

У цифрову епоху, коли культурні й політичні наративи часто формуються домінуючими головами на онлайн-платформах, мова відіграє ключову роль у різних проявах культурного спротиву, слугуючи засобом утвердження ідентичності та символом збереження культури (Guessabi, 2021; Schwartz, 2018). Популяризуючи український контент на YouTube, автори й споживачі не лише створюють альтернативу російськомовному контенту, а й долучаються до форми цифрового спротиву. Це не лише зміцнює почуття приналежності до спільноти/нації, а й посилює відчуття національної та культурної ідентичності серед українців. Мовна стійкість, яку демонструють українці перед обличчям загроз, є не просто захисним механізмом, а й інструментом культурного спротиву, що сприяє формуванню колективної національної свідомості та зміцненню солідарності між українцями (Pidkuimukha, 2022).

Русифікація простору YouTube і культурний імперіалізм рф є каталізаторами появи спротиву, що ґрунтується на збереженні та просуванні української мови й культури. Зважаючи на наслідки дій рф та постійні загрози існуванню як української культури, так і України загалом, мова набуває особливого значення, адже вона втілює квінтесенцію національної та культурної ідентичності, а також є частиною творення колективної й історичної пам'яті нації. У цьому контексті вибір української мови – це не лише виклик російській мовній і культурній гегемонії, але й демонстрація мовної стійкості.

З огляду на те, що YouTube не підлягає контролю за використанням та споживанням мови, він постає простором вільного вибору контенту. Оскільки чинне українське законодавство регулює насамперед традиційні ЗМІ, YouTube залишається практично нерегульованим, надаючи користувачам можливість самостійно обирати мову для споживання. Тому вибір мови серед користувачів YouTube є особистою прерогативою. Це позиціонує YouTube як ключовий канал для розуміння того, як люди користуються цим правом вибору і як це пов'язано з культурним спротивом.

Мета статті

Розгляд засадничих концепцій та ідей, які покладено в основу досліджень культурного спротиву, зумовив прагнення проаналізувати ситуацію щодо споживання YouTube-контенту та обумовленість вибору мови. Аби простежити, чи справді українці використовують мову як інструмент культурного спротиву, проведено комплексне дослідження, що передбачає виявлення поширеності

української мови, обумовленість вибору мови й зв'язку мови зі спротивом у цифровому просторі YouTube.

1. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Аналіз наукових публікацій

Вивчення культурного спротиву є досить актуальною сферою й викликає значний інтерес у науковців із різних академічних дисциплін, зокрема соціології, політології, культурології, антропології тощо. Такий міждисциплінарний фокус сприяє нагромадженню теоретико-емпіричного матеріалу та уможливорює всебічне вивчення різних форм й інструментів культурного спротиву, включаючи літературу, музику, візуальне мистецтво, мовне вираження тощо (Timalsina, 2019; Guetta, & Turner, 2021; Duncombe, 2016; Salloum, 2018; Schwartz, 2018). Особливості цих досліджень полягають у розкритті контекстуальної залежності спротиву та проявах, зумовлених маргіналізацією, культурною гегемонією й постійними викликами, спричиненими як внутрішніми, так і зовнішніми факторами.

Емпіричні дослідження підкреслюють значення української мови як символу національного суверенітету, ідентичності та культурної цілісності (Bilaniuk, 2017; Kulyk, 2013). Дослідження Г. Ляхович (2017), В. Кулик (2016) і Л. Підкуймуха (Pidkuimukha, 2022) заглиблюються в складний взаємозв'язок між мовою та ідентичністю, підкреслюючи роль української мови в зміцненні національної єдності і її критичне значення в межах культури. Нещодавні дослідження Н. Безсмертної (2022), М. Песенті (Pesenti, 2020) та Т. Журженко (Zhurzhenko, 2021) наголошують на відродженні української мови в умовах російської агресії, підкреслюючи її ключову роль у боротьбі за культурний суверенітет. Отже, мова постає важливим елементом культурного спротиву, слугуючи засобом утвердження української культурної ідентичності, збереження культурної спадщини та протидії російському культурному імперіалізму.

У своїй праці «Культура конвергенції: де стикаються старі та нові медіа» Дженкінс пояснює, що культурний спротив стосується способів, у які індивіди та групи використовують свої культурні практики чи способи самовираження, щоб кинути виклик або протистояти домінуючим культурним наративам (Jenkins, 2006). Це дослідження зосереджує увагу на ролі мови як важливого інструменту культурного спротиву. Відповідно, концептуальні рамки, використані в цьому дослідженні, передбачають нюансовану інтерпретацію цього поняття.

Культурний спротив розглядається як спосіб протистояти асиміляції російської культури / мови в український YouTube-простір через популяризацію української мови. Це передбачає протидію російськомовному домінуванню крізь призму власного ставлення до української мови, власних переконань та поведінкових практик.

Вивчення YouTube як простору для культурного спротиву є важливим з огляду на його функцію демократизуючого середовища, що сприяє поширенню та збільшенню альтернативних поглядів, а доступність і поширеність платформи значно посилюють залучення громадськості. Наприклад, згідно з дослідженням Kantar Ukraine, YouTube посідає третє місце серед найпопулярніших соціальних мереж за щоденним споживанням контенту (72 % респондентів користуються ним щодня), слугуючи подвійним каналом для споживання розважального контенту й новин¹. Також важливим є те, що в той час, як традиційні ЗМІ підлягають мовному регулюванню на законодавчому рівні, YouTube залишається необмеженим простором для просування та споживання контенту різними мовами.

Отже, вибір споживання контенту певною мовою є реалізацією індивідуальної свободи, а не слідування правовим обмеженням, як, наприклад, регулюється ЗМІ законом України про забезпечення функціонування української мови як державної². Ця автономія дає змогу користувачам самостійно вирішувати, який контент споживати та поширювати на YouTube. Тому вибір україномовного контенту може бути проявом культурного спротиву, що є протидіючим засобом поширенню росій-

¹Лавришин, Ю. (2023, 13 жовтня). «Переходимо у диджитал, читаємо телеграм: компанія Kantar дослідила, як в Україні використовують медіа». Отримано 13.10.2023 з <https://bit.ly/3H5aUzx>

²Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» № 2996-IX (2023). Отримано 13.10.2023 з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>

ськомовного дискурсу й пов'язаної з ним культурної та мовної гегемонії. Аналізуючи контент, мову й взаємодію на YouTube, можемо отримати уявлення про те, як індивіди використовують платформу для протидії домінуючих культурних і мовних дискурсів в українському цифровому середовищі. Отже, дослідження YouTube дає змогу вийти за рамки простого аналізу мовних переваг у цифровій площині, воно також допомагає дослідити контекстуалізацію мови як засобу артикуляції та сприяння культурному спротиву.

1.2. Концептуалізація культурного спротиву

Зважаючи на те, що розгляд культурного спротиву в межах цього дослідження ґрунтується на використанні мови як ключового інструменту спротиву, концептуалізація невід'ємно включає цей аспект. Отже, культурний спротив можна описати з погляду трьох компонентів: ставлення (до української мови), поведінкові практики та переконання (щодо важливості мови).

Ставлення до української мови часто розглядається як символ національної ідентичності й культурної спадщини (Bilaniuk, 2017). Також ставлення дає змогу зміцнити мовну ідентичність, дистанціюватися від російської мови та відстоювати свою культурну автономію (Кулик, 2016). Тому те, як українці сприймають свою мову, може свідчити про їхні мотиви дистанціювання від російського контенту, який часто прагне домінувати в інформаційному просторі. Позитивне ставлення до мови сприяє, по-перше, використанню мови в різних сферах життя, по-друге – становленню мовної та культурної ідентичності.

Поведінкові практики детермінуються вибором певної мови перегляду, а також способами взаємодії з контентом. На вибір мови перегляду YouTube-контенту може впливати низка чинників, котрі мають зв'язок як із наповненням контенту, власними переконаннями, суспільними подіями, трендами тощо. Однак якщо респондент надає перевагу україномовному контенту через власні переконання щодо мови, то така поведінка відображає бажання обмежитись у використанні російськомовного продукту. Залученість до україномовного YouTube-простору відображає не лише підтримку українських авторів, а й бажання популяризувати й актуалізувати українську мову / культуру.

Переконання можуть мати значний вплив на культурний спротив, особливо у сфері застосування мови. Те, як люди сприймають роль мови в збереженні культурної ідентичності та протистоянні зовнішнім впливам, може впливати на їхні дії й сприяти зусиллям культурного спротиву. Коли люди засновують свій мовний вибір на цих переконаннях, споживання контенту українською мовою може допомогти протистояти пропаганді та дезінформації й зміцнити українську єдність (Кулик, 2016).

Основними гіпотезами дослідження є такі гіпотези:

- позитивне ставлення до української мови не сприяє перегляду україномовного контенту на YouTube;
- існує зв'язок між мовою перегляду YouTube-контенту та мовою, якою респондент розмовляє вдома;
- поведінкові практики щодо YouTube-контенту різняться за мовою перегляду YouTube-контенту;
- переконання щодо важливості української мови мають зв'язок із вибором мови перегляду YouTube-контенту.

1.3. Джерельна база дослідження

Кількісне опитування, проведене за допомогою онлайн-панелі «Власна думка», котра відповідає стандартам ESOMAR та забезпечує збір надійних і якісних соціологічних даних. Вибірка складається із 600 респондентів віком від 16 років, що проживають у містах із населенням понад 50 000 осіб. Дані отримано у квітні 2023 р.

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Портрет споживачів YouTube-контенту

Опитуванням передбачено, що респондент може обирати декілька мов щодо перегляду YouTube-контенту. Загальна частка респондентів, які обрали україномовний контент, становить 92 %, російськомовний – 42 %, англomовний – 32 %. Оскільки *лише* російською мовою переглядають 6 % респондентів, було обрано дві цільові аудиторії – респонденти, що споживають YouTube-

контент лише українською (52 %), та ті, що споживають українською й російською мовами (40 %) (див. додаток 1).

Для опису портретних характеристик споживачів YouTube-контенту в дослідження закладено такі ознаки: стать, вік, регіон проживання, освіта та сімейний стан (через обмежену варіативність відповідей останні дві – сімейний стан й освіта – виключені з аналізу).

Зафіксовано різницю у відповідях залежно від статті респондента у виборі мови та тривалості перегляду YouTube-контенту. Жінки частіше дивляться контент лише українською мовою (66 %) у порівнянні з чоловіками (38 %). З іншого боку, 51 % респондентів-чоловіків віддають перевагу україномовному та російськомовному контенту, на відміну від 29 % жінок. Чоловіки загалом проводять більше часу в YouTube, зокрема, 28 % чоловіків приділяють йому понад 10 годин на тиждень, тоді як жінок із такою ж кількістю часу – 18 %.

Вік також відіграє певну роль у споживанні YouTube-контенту. Так, 66 % респондентів віком 26–35 років надають перевагу україномовному контенту, причому англійську мову як альтернативу обирають частіше (40 %), ніж російську мову (24 %).

У регіональному розрізі на заході України найбільша частка респондентів, що переглядають контент лише українською мовою – 71 %, на півночі України – 55 % та в місті Київ – 54 %. Переважання двомовного вибору (українська й російська мови) простежується на півдні України (50 %) і сході України (50 %). Також є знаковим те, що на заході України (34 %), у центрі України (33 %) та в місті Київ (49 %) англійську мову для перегляду обирають частіше, ніж російську.

Мова, якою розмовляє респондент удома, сприяє вибору мови перегляду YouTube. Серед тих, хто вдома розмовляє лише українською, 15 % обирають російську, а 84 % споживають YouTube-контент лише українською. Протилежна ситуація серед російськомовного населення, де лише 12 % споживають контент тільки українською, 82 % – російською. Серед тих, хто розмовляє переважно російською, 24 % обирають лише україномовний контент, тоді як 71 % – російськомовний. Трішки інша ситуація серед групи респондентів, котрі розмовляють переважно українською, серед них 38 % обрали українську та російську мови для перегляду й 62 % – лише українську. Також важливо те, що респонденти, що розмовляють або лише українською, або переважно українською, тяжіють до перегляду контенту англійською мовою як альтернативи російській.

Для перевірки гіпотези, що існує зв'язок між мовою перегляду YouTube-контенту та мовою, якою респондент розмовляє вдома, застосовано критерій χ^2 -квадрат Пірсона. Тест виявив статистично значущі розбіжності для кожної мовної групи: для української ($\chi^2 = 39,7$, $p\text{-value} < 0,001$) і для російської ($\chi^2 = 86$, $p\text{-value} < 0,001$). Ці результати підтверджують гіпотезу щодо наявності зв'язку між вибором мови перегляду YouTube та мовою, якою респонденти розмовляють удома.

2.2. Ставлення до української мови

Одним із компонентів показника культурного спротиву є ставлення до української мови. Повторимося, що 92 % респондентів надають перевагу, а понад половина (51,5 %) дивляться лише україномовний контент. Також зафіксовано, що 40,5 % споживає контент як українською, так і російською мовами. Тобто в аналізі результатів виокремлено дві групи респондентів – тих, хто дивиться контент винятково українською мовою, і тих, хто дивиться контент і українською, і російською мовами.

Загалом, ставлення до української мови є позитивним. Найвищі бали отримали такі характеристики, як милозвучність (1,87) і зрозумілість (1,84), а найнижчі – органічність (1,5). Помітні відмінності спостерігають між групами респондентів, які дивляться лише україномовний контент, і тими, хто споживає як україномовний, так і російськомовний контент. Серед групи респондентів, які дивляться винятково україномовний контент, атрибут «важливість» увійшов до трійки лідерів з оцінкою 1,9. Це різко контрастує з двомовною групою, де категорія «важливість» отримала значно нижчий бал – 1,58 (див. табл. 1).

Серед людей, які дивляться як україномовний, так і російськомовний контент, найнижчу оцінку має характеристика «органічність» мови – 1,27 бала. Також ця група має нижчу оцінку щодо характеристик «комфортність» і «сучасність» української мови на YouTube. Це свідчить про те, що глядачі, які дивляться як україномовний, так і російськомовний контент, можуть мати дещо менш

позитивну думку щодо органічності, комфортності й сучасності української мови в порівнянні з тими, хто дивиться лише україномовний контент. Не виключено, що використання обох мов може впливати на сприйняття та оцінку глядачами характеристик української мови на платформі YouTube.

Таблиця 1

Ставлення до української мови в YouTube-просторі*

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

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

Джерело: обчислення автора.

2.3. Поведінкові практики

Згідно з аналізом поведінкових практик, найпоширеніший спосіб взаємодії людей із контентом на YouTube – це натискання кнопки «мені подобається» під відео (див. табл. 2). Ця тенденція збігається з прогнозами, ураховуючи, що вподобання відео є простою дією, яка не вимагає від користувачів особливих зусиль. З іншого боку, отримані дані свідчать про мінімальний рівень фінансової підтримки авторів контенту. Також практики поширення й коментування відео, які є ключовими для поширення контенту на YouTube, є надзвичайно рідкісними.

Таблиця 2

Поведінкові практики*

	Середнє (заг.)	Середнє (укр.)	Середнє (укр.+рос.)
Поширюєте YouTube-контент у соціальних мережах/месенджерах	2.02	2.11	1.91
Пишете коментарі під відео в YouTube	2.03	2.08	1.98
Натискаєте «подобається» під відео в YouTube	2.77	2.85	2.68
Натискаєте «не подобається» під відео в YouTube	1.87	1.81	1.96
Користуєтеся функцією спонсорства в YouTube	1.25	1.22	1.29
Здійснюєте фінансову допомогу авторам YouTube через patreon, paypal, банківські картки тощо	1.31	1.36	1.23

* Шкала: 1 – ніколи, 2 – вкрай рідко, 3 – часто, 4 – дуже часто.

Джерело: обчислення автора.

Порівняння моделей взаємодії респондентів, які послуговуються як україномовним, так і російськомовним контентом, із тими, хто споживає лише україномовний контент, виявляє помітні відмінності. Група, яка орієнтується винятково на україномовний контент, демонструє вищий рівень взаємодії з відео на YouTube, як показано в табл. 2. Ця закономірність може свідчити про цілеспрям-

мовані зусилля з підтримки україномовного контенту та його популяризації. Характер цих взаємодій свідчить про те, що ці глядачі зацікавлені в становленні україномовної спільноти й підвищенні видимості української мови та культури в онлайн-просторі.

Виявлено, що значна частка респондентів у віковій групі 16–25 років надає перевагу україномовному контенту, а також використовує англійську мову як альтернативу російській. Також 67 % респондентів Центрального регіону повідомили про споживання лише україномовного контенту. Ця ситуація демонструє чітку культурну й мовну орієнтацію серед молодих українців, особливо в центральних областях, що вказує на зростаючий культурний спротив. Така зміна поведінкових практик є невід’ємною частиною культурного самоствердження та стійкості, зміцнення національної й мовної ідентичності в умовах тривалого домінування російської мови в цифровому просторі.

2.4. Переконавання щодо важливості мови

Аналіз переконань щодо важливості мови демонструє, що учасники широко погоджуються з думкою, що «мова є частиною культури», отримавши середній бал 9,25, як показано в табл. 3. Більшість відповідей потрапили в діапазон від 8 до 9 балів, що свідчить про загальне визнання вагомості мови. Однак важливо підкреслити виразні відмінності в поглядах між двома групами: тими, хто взаємодіє з російськомовним та україномовним контентом, і тими, хто споживає лише україномовний контент.

Таблиця 3

Переконання щодо української мови*

	Середнє (заг.)	Середнє (укр.)	Середнє (укр.+рос.)
Мова є засобом вираження особистої ідентичності	8.36	9.22	7.86
Мова є способом передачі інформації	8.78	9.27	8.8
Мова є ознакою національної ідентичності	8.72	9.5	8.26
Мова сприяє створення спільноти	8.35	9.21	8.05
Мова є способом вираження політичної позиції	7.82	8.73	7.29
Мова є способом взаємодії з користувачами	8.45	9.1	8.35
Мова є частиною культури	9.25	9.65	9.13
Мова є способом вираження громадської позиції	8.22	9.02	7.85
Вибір мови не має значення	4.53	3.73	5.5

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

Джерело: обчислення автора.

Помітно, що існують відмінності в поглядах на мову серед тих, хто споживає лише україномовний контент та україномовний разом із російськомовним. Це свідчить про те, що респонденти, котрі споживають лише україномовний контент, мають більш визначену позицію щодо ролі мови в національній і культурній ідентичності. Це можна репрезентувати як відповідність тому, що мова є інструментом культурного спротиву русифікації в спільноті YouTube. Спираючись на отримані дані, можемо припустити, що такі люди краще розуміють можливі наслідки мовного вибору для збереження й розвитку української культури та ідентичності.

2.5. Аналіз компонентів культурного спротиву

Для того щоб дослідити потенційні зв'язки між мовою перегляду, ставленням, поведінковими практиками та переконаннями, пов'язаними з мовою, проведено логістичний регресійний аналіз. У цьому аналізі залежною змінною була мова споживаного контенту, а незалежними змінними – ставлення до мови, поведінкові практики й мовні переконання. Результати аналізу підтвердили позитивну та статистично значущу кореляцію між мовними переконаннями й імовірністю перегляду лише україномовного контенту (оцінка = 0,32, p-value < 0,001) (див. табл. 4). Це означає, що зі ступенем зростання стійкості переконань щодо важливості мови, зростає ймовірність того, що людина споживатиме лише україномовний контент.

Таблиця 4

Результати логістичної регресії

	Модель
(Intercept)	-2,48 **
	(0,82)
Зміна мовних уподобань	-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	

Джерело: обчислення автора.

Аналіз результатів дослідження демонструє значну різницю в значеннях індексу переконань щодо важливості мови. Отримані дані свідчать про те, що люди, які споживають винятково українськомовний контент, надають більшого значення мові, ніж ті, хто споживає контент українською й російською мовами. Більш детальну інформацію можна знайти в табл. 4.

Для того щоб дізнатися, чи змінюється спосіб взаємодії людей із контентом на YouTube залежно від мови, якою вони його переглядають, використано t-критерій Велша. Окрім поведінкових практик, потрібно з'ясувати, чи відрізняються мовні переконання й ставлення залежно від мови, якою переглядається контент на YouTube.

Таблиця 5

Двовибірковий t-критерій 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

Джерело: обчислення автора.

Згідно з результатами t-тесту, можемо зробити висновок, що існує значна різниця в середніх значеннях переконань і ставлень між двома групами. T-критерій показує різницю в 4,46 і 3,29 для переконань і ставлення відповідно, причому обидва p-значення є меншими за 0,001. Оскільки p-значення менші від 0,05, то обидві групи – ті, хто дивиться лише українськомовний контент, і ті, хто споживає як українськомовний, так і російськомовний контент на YouTube, мають однакові переконання. Це означає, що переконання й ставлення до важливості української мови відрізняються між цими двома групами. Однак, як показано в табл. 5, статистично значущої різниці в їхніх поведінкових практиках немає (p-value = 0,3).

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕНЬ

Дослідженням передбачалося з'ясувати, чи є вибір української мови для споживання YouTube-контенту проявом культурного спротиву. Із цією метою здійснено концептуалізацію й операціоналізацію культурного спротиву крізь призму вибору української мови в контексті перегляду YouTube-контенту. Зокрема, виокремлено три важливі компоненти – ставлення до української мови,

поведінкові практики та переконання щодо важливості мови. Ці компоненти в сукупності відображають концептуальну модель поняття та уможливають вимірювання цього складного конструкту.

Результати дослідження розкривають комплексне розуміння культурного спротиву в Україні, зокрема крізь призму мовних уподобань у споживанні контенту на YouTube. Виявлено, що респонденти надають перевагу україномовному контенту (51,5 %), а також поєднують споживання двома мовами (українською й російською) (40,5 %). Це свідчить про переважаюче прагнення до культурного та мовного самоствердження. Потрібно зазначити, що лише невелика частка населення (6 %) віддає перевагу винятково російськомовному контенту. Ця тенденція разом зі зростанням переваги англomовного контенту вказує на двосторонній підхід до культурного спротиву: пряма перевага української мови над російською й використання англійської як альтернативи російській мові.

Ключовими аспектами дослідження є результати про значний вплив мовних переконань на вибір контенту. Коли українці визнають важливість мови як репрезентації культури та ідентичності, вони помітно схильні обирати український контент, а не російський. Однак відсутність значущого статистичного зв'язку між ставленням до мови й відповідними поведінковими практиками свідчить про те, що вагомим елементом культурного спротиву в цифровому просторі, зокрема на YouTube, є визнання важливості мови. Це підкреслює глибокий вплив переконань на формування культурного спротиву й мовних уподобань у споживанні цифрового контенту. Тобто мова є не просто засобом комунікації, а критично важливим інструментом культурного спротиву в Україні. Популяризація важливості мови може суттєво допомогти в протистоянні русифікації культурної сфери.

Незважаючи на ці результати, культурний спротив в Україні залишається складним і відносно не дослідженим явищем. Потрібні подальші дослідження для поглиблення як теоретичного розуміння, так і емпіричних доказів цього спротиву. Такі дослідження є суспільно важливими не лише з погляду збереження української культури та ідентичності, але й для зміцнення національної безпеки. Розуміння культурного спротиву в Україні дає змогу краще захиститися від ризиків, які несуть дезінформація й пропаганда, що поширюються переважно російською мовою.

Майбутні дослідження повинні охоплювати більш різноманітні аспекти культурного спротиву, вивчаючи як різні верстви населення, зокрема різні вікові групи, регіони та соціально-економічне походження, сприяють цьому спротиву й ідентифікують роль різних інструментів та форм спротиву. Також потрібно не обмежуватися методологічними підходами до аналізу цього явища, а також залучати сучасні та комплексні методи обчислювальної соціології, котрі можуть забезпечити глибше розуміння компонентної й кількісної складових частин, що покладені в основу культурного спротиву. Такий підхід дасть змогу краще зрозуміти роль культурного спротиву в захисті української ідентичності та суверенітету в дедалі більш цифровому світі.

ПОДЯКА

Автор висловлює подяку дослідницькій компанії Research за допомогу в зборі даних для цього дослідження в рамках конкурсу Research Challenge #2.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

- Безсмертна, Н. (2022). Функціонування української мови в умовах повномасштабної агресії росії проти України. *Українознавчий альманах*, 30, 8–16. <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2022.30.1>.
- 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. Отримано 13.10.2023 з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2016_2_7.
- Ляхович, Г. В. (2017). Мовна спільнота як агент соціалізації індивіда. *Грані*, 20(1), 42–47. <https://doi.org/10.15421/171777>.
- Хоменко, Т., Колісник, Ю. (2023). Втрати української культури у російсько-українській війні: культурно-інформаційний спротив. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 52–53, 357–366. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2023.52-53.11749>
- Центр контент аналізу (2022). *Українська мова у соцмережах: що змінилося після початку повномасштабної війни?* Центр контент-аналізу. Отримано 13.10.2023 з <https://bit.ly/3M5Vgae>.
- 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/eebs.2023.47.1.39>.

- Bilaniuk, L. (2017). Purism and pluralism: Language use trends in popular culture in Ukraine since independence. *Harvard Ukrainian Studies*, 35(3–4), 293–309. <https://www.jstor.org/stable/44983545>.
- Duncombe, S. (2016). Does it Work? The Effect of Activist Art. *Social Research*, 83(1), 115–134. <http://www.jstor.org/stable/44283398>.
- Guerra, P., & Turner, E. (2021). ‘People Have the Power’: Songs of Resistance in Late Modernity. *Cidades*, 1–16. <https://doi.org/10.4000/cidades.4227>.
- 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>.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kozhekina, L., Samchuk, T., & Sereda, O. (2023). Cultural Practices of Ukrainian Youth at the Time of the Russo-Ukrainian War. *Sociological Studios*, 1(22), 53–63. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2023-01-65-75>.
- 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>.
- 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 October 13, 2023 from <https://bit.ly/3HP24GO>.
- Pidkuimukha, L. (2022). The influence of language behaviour on the identity formation of the Ukrainian military. *Cognitive Studies*, 22, 2643. <https://doi.org/10.11649/cs.2643>.
- Salloom, 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>.
- 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>.
- Timalsina, R. (2019). Expression of Cultural Resistance in Rajan Mukarung’s Poetry. *Dristikon: A Multidisciplinary Journal*, 9(1), 75–86. <https://doi.org/10.3126/dristikon.v9i1.31158>.
- 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. <https://doi.org/10.1080/09668136.2021.1944990>.

REFERENCES

- Bezsmertna, N. (2022). The functioning of the Ukrainian language in the conditions of full-scale aggression by Russia against Ukraine. *Almanac of Ukrainian Studies*, 30, 8–16. <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2022.30.1>.
- Bilaniuk, L. (2017). Purism and pluralism: Language use trends in popular culture in Ukraine since independence. *Harvard Ukrainian Studies*, 35(3–4), 293–309. <https://www.jstor.org/stable/44983545>.
- Centre for Content Analysis (2022). *Ukrainian language on social media: what has changed since the outbreak of a full-scale war?* Centre for Content Analysis. Retrieved October 10, 2023 from <https://bit.ly/3M5Vgae>.
- Duncombe, S. (2016). Does it Work? The Effect of Activist Art. *Social Research*, 83(1), 115–134. <http://www.jstor.org/stable/44283398>.
- Guerra, P., & Turner, E. (2021). ‘People Have the Power’: Songs of Resistance in Late Modernity. *Cidades*, 1–16. <https://doi.org/10.4000/cidades.4227>.
- 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>.
- 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/eabs.2023.47.1.39>.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Khomenko, T., & Kolisnyk, Y. (2023). Losses of Ukrainian Culture in the Russian-Ukrainian War: Cultural and Informational Opposition. *Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn.*, 52–53, 357–366. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2023.52-53.11749>.
- Kozhekina, L., Samchuk, T., & Sereda, O. (2023). Cultural Practices of Ukrainian Youth at the Time of the Russo-Ukrainian War. *Sociological Studios*, 1 (22), 53–63. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2023-01-65-75>.
- 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>.
- Kulyk, V. (2016). Language and identity in Ukraine after Euromaidan. *Scientific notes of the Institute of Political and Ethnonational Studies named after I. F. Kuras NAS of Ukraine*, 2, 90–103. Retrieved October 13, 2023 from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2016_2_7.
- Liakhovich, G. V. (2017). Language community as an agent of individual’s socialization. *Grani*, 20(1), 42–47. <https://doi.org/10.15421/17177>.
- 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 October 13, 2023 from <https://bit.ly/3HP24GO>.

- Pidkuimukha, L. (2022). The influence of language behaviour on the identity formation of the Ukrainian military. *Cognitive Studies*, 22, 2643. <https://doi.org/10.11649/cs.2643>.
- 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>.
- 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>.
- Timalsina, R. (2019). Expression of Cultural Resistance in Rajan Mukarung's Poetry. *Dristikon: A Multidisciplinary Journal*, 9(1), 75–86. <https://doi.org/10.3126/dristikon.v9i1.31158>.
- 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. <https://doi.org/10.1080/09668136.2021.1944990>.

Додаток 1

Соціально-демографічні характеристики респондентів, %

	Українською (загалом)	Лише українською	Українською та російською	Англійською
Стать:				
чоловіча	89	38	51	36
жіноча	95	66	29	28
Вікова група:				
16–25	96	52	44	51
26–35	97	66	31	40
36–50	88	45	43	24
50+	86	31	55	0
Регіон проживання:				
захід	94	71	24	34
Київ	91	54	37	49
південь	89	37	50	22
північ	96	55	41	26
схід	89	39	50	29
центр	94	53	41	33
Рівень освіти:				
початкова\неповна середня освіта	92	50	42	31
повна середня освіта	96	57	39	27
середня спеціальна освіта	91	47	44	17
неповна вища	96	46	50	48
вища освіта	92	53	39	37
маю науковий ступінь	78	44	34	33
Сімейний стан:				
удівець\удова	100	75	25	13
неодружений\незаміжня	94	50	44	48
одружений\заміжня	91	54	37	27
перебуваю в цивільному шлюбі	92	42	50	24
розлучений\розлучена	91	52	39	22
Мова спілкування:				
лише українською	99	83	16	38
лише російською	53	6	47	24
переважно українською	95	59	36	33
переважно російською	83	20	63	19
українською й російською однаковою мірою	92	38	54	32
Загалом:	92	51.5	40.5	32