

УДК 077.5ТікТок:811.161.2'27](045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2024.7(336).19-26

Ігор Парфенюк,

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики і зв'язків з громадськістю
Київського національного університету культури і мистецтв,
e-mail: parfeniuk10@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6203-2356>

Динаміка розвитку україномовного сегмента в ТікТок: еволюція та сучасні виклики

У статті розглянуто динаміку розвитку україномовного сегмента на платформі ТікТок; оцінено вплив соцмедійного застосунку на формування інформаційного простору в Україні, виявлено основні тенденції та зміни в україномовному контенті від його появи на платформі до сьогодні.

Досліджено особливості розвитку платформи ТікТок у світовому та українському інформаційному просторі, визначено чинники створення й поширення україномовного контенту в застосунку. Проведено дослідження контенту вітчизняних блогерів у ТікТок і розглянуто його потенціал.

З'ясовано, що з появою в Україні ТікТок спочатку був здебільшого російськомовною розважальною платформою, а згодом перетворився на багатofункціональний інструмент, що надає широкі можливості для поширення, популяризації та споживання україномовного контенту.

Підсумовано, що розвиток україномовного сегмента ТікТок сприяє підтримці національної ідентичності, культури та мови. Вітчизняні блогери використовують платформу для популяризації національних цінностей, соціальних ініціатив і мобілізації громадської думки в умовах російської військової агресії. Аналіз динаміки розвитку ТікТок дає підстави прогнозувати посилення його впливу на інформаційний простір нашої держави.

Ключові слова: ТікТок; соціальні мережі; соціальні комунікації; україномовний контент; блогінг

Постановка проблеми. Сучасний інформаційний простір значною мірою формується завдяки популярним соціальним медіа. Однією з найвідоміших і найшвидших за динамікою розвитку аудіо-візуальних платформ, яка стрімко набула популярності у світі та в Україні, є ТікТок. Цей соцмедійний застосунок спершу асоціювався з нетривалими розважальними відеороликами, а згодом перетворився на майданчик для трансляції різноманітного контенту. Особливо цікавими для дослідження вважаємо аспекти такої трансформації в Україні.

Дослідження порушеної теми актуальне з огляду на роль соціальних медіа в сучасному інформаційному просторі, зокрема в контексті впливу ТікТок на українське суспільство. Важливим є вивчення потенціалу сервісу як комунікативного засобу, здатного охопити широке коло користувачів.

Аналіз досліджень і публікацій. Етапи, особливості розвитку й становлення ТікТок вивчали К. Баш, В. Патерсон, Дж. Фера, Ц. Цзен, Ч. Баш, Ш. Сун, Ю. Жао, Ц. Чжу та інші. Поміж вітчизняних учених, які досліджували цей застосунок, варто виокремити К. Кислюка, О. Мусієнко, І. Свідницьку, І. Мудру та ін. Науковці розглядали етапи розвитку ТікТок, аналізували особливості його роботи, алгоритми та потенціал для багатьох суспільних сфер діяльності, зокрема в комерції, освіті, політиці, медицині тощо, з'ясували переваги й недоліки як рекламного та

інформаційно-комунікаційного засобу, можливості та загрози, що можуть виникати під час використання платформою особистих даних чи даних щодо інтересів і поведінки споживачів.

Водночас, попри значну кількість праць, присвячених ТікТок, є низка недостатньо вивчених питань, насамперед щодо функціонування українського сегмента сервісу. Зокрема, малодослідженою є динаміка використання україномовного контенту на платформі, який відображає глобальні та локальні тенденції, а також культурні особливості місцевої аудиторії.

Мета статті — дослідження динаміки розвитку україномовного сегмента на платформі ТікТок з акцентом на його еволюцію та аналіз сучасних викликів.

У статті надано оцінку впливу соцмедійного застосунку на формування інформаційного простору в Україні, виявлено основні тенденції та зміни в україномовному контенті від його появи на платформі до сьогодні.

Відповідно до мети статті окреслено такі **завдання:** 1) дослідити аспекти створення, розвитку та специфіки функціонування платформи ТікТок у світовому та українському інформаційних просторах; 2) з'ясувати особливості створення й поширення україномовного контенту в ТікТок; 3) проаналізувати контент українських блогерів у ТікТок та з'ясувати його потенціал як засобу освітньої, культурної та соціальної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Платформа TikTok, контент якої насамперед спрямовано на молодіжну аудиторію, надає можливість завантажувати короткі відеоролики різної тематики, супроводжуючи їх аудіо, часто з використанням популярних музичних композицій. Створені користувачами відеоматеріали базуються на трендових темах і містять багато різних елементів (історії, гумористичні скетчі, маски, фільтри тощо). Для продукування контенту використовують зручний, інтуїтивно зрозумілий відеоредактор. Також цю медіаплатформу часто розглядають як окрему субкультуру, представниками якої є відомі й популярні особистості (тіктокери).

Соцмедійний застосунок TikTok під назвою Douyin було розроблено 2016 р. китайською компанією ByteDance. У 2018 р. вона придбала вже відому на той час платформу для створення коротких відеороликів Musical.ly, що суттєво вплинуло на розвиток сервісу на міжнародному рівні. Цей етап став імпульсом для жвавого поширення TikTok за межами Китаю, особливо в США, де Musical.ly вже здобув популярність. Завдяки інноваційному підходу до контенту та орієнтуванню на мобільних користувачів TikTok стрімко став однією з найвпливовіших соціальних медіаплатформ у світі, особливо серед молодого покоління.

У перших публікаціях мету TikTok характеризували як "повернення веселощів до соціальних медіа", застосунок став асоціюватися з позитивним та радісним контентом. Саме розважальну атмосферу, яку створювала та пропонувала платформа, вважають одним із головних чинників швидкого зростання популярності TikTok, зокрема під час пандемії коронавірусу [9].

У статті "Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences" А. Шеллевалд акцентує на властивостях цієї платформи не нав'язувати, а налаштовувати способи взаємодії з користувачами. З огляду на це вподобання певних матеріалів має окреме значення та надає неоднакові можливості користувачам у різних умовах. Споживачі застосунку є "активними" в розумінні інтерпретації, коментування, обговорення чи створення власного медіаконтенту. TikTok збільшує можливості для залученості користувачів та розкриття їхньої креативності. Алгоритм роботи соцмедійного застосунку здебільшого передбачає моніторинг, виокремлення й посилення споживчих уподобань, проте водночас має на меті правильне налаштування та взаємодію користувачів, аби TikTok залишався "місцем втечі від буденності", яке

викликає зацікавлення, захоплення та якнайдовше утримує увагу. Автор зазначає, що контент TikTok вважають "автентичним" порівняно з іншими сервісами. Платформа гарантує анонімність, адже дозволяє використовувати псевдоніми. Це створює умови, за яких люди почуваються комфортніше, розміщуючи контент про себе, який є більш "сирим" (непрофесійним) та емоційним порівняно з тим, яким би вони ділилися в інших соцмережах. Користувачі звертаються до TikTok, щоб отримати мить "для себе", насолоджуються його контентом ще й тому, що він налаштований "саме для них". Прокручування стрічки з контентом і "читання для персоналізації" також збагачує не лише власну ідентичність користувачів, а і їхні соціальні відносини з іншими людьми [9].

Дослідники [7], які проаналізували 542 журнальні статті про TikTok із бази даних Scopus, за допомогою бібліометричного дослідження з'ясували, що науковці з різних галузей використовували багато підходів до вивчення проблем загального застосування соціальних медіаплатформ. Як багатокористувацька соціально-технологічна платформа TikTok став предметом академічних дискусій щодо його маркетингу, управління, застосування у бізнесі, а також в інших секторах, як-от освіта, охорона здоров'я або туризм. Наприклад, науковці пропонують інноваційну методику викладання з використанням цього соціального медіа в аудиторії, що може захочувати до навчання здобувачів освіти, зробити заняття цікавішими та стимулювати розвиток таких навичок, як креативність.

Відео в TikTok є сучасним неформальним і цікавим способом для студентів бути обізнаними щодо навчальної інформації, допомагаючи зменшити розрив між ними й педагогами. Ця онлайн-платформа має потенціал стати корисним інструментом розвитку освітніх середовищ, адже сприяє розгортанню діалогу через коментарі та відповіді користувачів. У сфері охорони здоров'я науковці обговорюють потенціал TikTok для поширення корисної інформації серед широкої громадськості та медичних фахівців. Вивчається також зв'язок між впливовими особистостями TikTok, брендами та їхніми послідовниками. Результати дослідження свідчать, що авторитетні блогери TikTok допомагають компаніям збільшувати упізнаваність, що сприяє успішності на ринку.

Кількість наукових статей, пов'язаних з TikTok, значно зросла: з 2 у 2019 р. до 25 у 2020 р., 123 у 2021 р. та 252 у 2022 р., що свідчить про постійне підвищення інтересу до вивчення платформи. Перші дві публікації щодо TikTok у

Web of Science були опубліковані De Veirman та ін. (2019) і Scribano & Jingting (2019) та отримали 65 цитувань. Зокрема, De Veirman та ін. вивчали мотивацію й механізми впливу соціальних медіаінфлюенсерів на юних послідовників і наголошували на потребі додаткового наукового аналізу TikTok і його значення для молодого покоління [8].

TikTok в Україні, як і у всьому світі, стрімко набирає популярності, і нині є однією з найвпливовіших соціальних мереж. Спочатку застосунок привертав увагу молоді завдяки динамічності та легкості використання, розважальному контенту, а сьогодні вітчизняні блогери та інфлюенсери послуговуються ним і з просвітницькою метою, поширюючи інформацію про важливі соціальні та політичні події в країні, що стало особливо актуальним під час російського повномасштабного вторгнення.

Отже, в Україні ця соціально-технологічна платформа слугує не лише для розваги, а й для вираження думок, обміну інформацією, підтримки бізнесу, культурного обміну; сервіс продовжує зростати та розвиватися, відіграючи важливу роль у сучасному інформаційному просторі нашої країни.

Порівняно з іншими впливовими в Україні соціальними медіа та мережами TikTok активно транслює тему української ідентичності. Суспільно важливою у цьому контексті є практика використання української мови та її усвідомлена популяризація в мережевій активності. Застосунок можна вважати одним з альтернативних каналів для підтримки мовно-культурної ідентичності українців в умовах згортання "лагідної українізації" (2014—2019) [4].

З появою в Україні TikTok став майданчиком для активного поширення україномовного контенту. "Українській революції" в соцмережі, як визначали це явище окремі медіа, посприяли ініціативні молоді українські блогери ще до повномасштабного вторгнення РФ. Наприклад, відеоблогер Д. Гайдамаха (псевдонім Чорнобровий), демонстративно перейшов на українську мову й став ділитися цим досвідом у TikTok, наводив аргументи чому кожному українцю слід розмовляти рідною мовою. Тітокер декламував вірші, співав пісні українською тощо; разом із блогерами-початківцями створив патріотичний клуб "Галас". Члени організації щодня розміщували якісний контент різноманітної тематики, але обов'язково українською мовою. Щодо діяльності "Галасу" в напрямі українізації TikTok, варто виокремити цікаві проекти клубу, наприклад зустрічі із зірковими гостями. Фактично

це було реаліті-шоу, в якому учасники дізнавалися про гостя під час ефіру, а тому мали імпровізувати. Вибір запрошених учасників здійснювали за критеріями патріотичності та ідейності. Серед гостей "Галасу" — письменниця та громадська діячка Л. Ніцой, ветеранка Маруся Звіробій, мовознавець О. Авраменко тощо.

Тітокер А. Шимановський (його ще називають "вчителем мови в TikTok") публікував на платформі навчальні відеоролики щодо практичного застосування правил української мови.

Вітчизняних блогерів у період до повномасштабного російського вторгнення можна умовно поділити на дві частини: одні популяризували українську мову, культуру, жартували про стереотипи щодо нашої країни та демонстрували багатовекторність українських традицій, а інші — зневажливо ставилися до української мови та прямо чи опосередковано підтримували наративи країни-агресора. Конфлікти, що виникали в TikTok, ставали інфоприводами для загальнонаціональних та іноземних ЗМІ. Навіть у той період соцмедійний застосунок вийшов за межі розважальної платформи та став повноцінним джерелом інформації. Користувачі TikTok також висвітлювали тему окупації Криму й Донеччини. Це були переважно жартівливі відео, зокрема про життя в умовах окупації, але навіть нейтральні ролики містили певний наратив, який віддзеркалював позицію щодо воєнного конфлікту та України загалом [1].

Генерація україномовного контенту в TikTok стала важливим кроком до перетворення застосунку на платформу для популяризації української самобутності й культури. Такий успіх значною мірою був зумовлений специфікою алгоритмів соцмедійного сервісу, оскільки головною є стрічка, в якій демонструється контент не тих, на кого підписані користувачі (як в Instagram чи Facebook), а відеоролики, які потенційно мають зацікавити. Отже, якщо учасник платформи переважно дивиться та ставить уподобайки україномовному контенту, то саме він і з'являтиметься у стрічці. Принципи роботи таких алгоритмів тітокери з "Галасу" пояснювали у своїх відео та закликали користувачів ставити вподобайки та поширювати україномовний контент. Успіху українізації платформи сприяло й те, що 2020 р. TikTok за кількісними показниками зростання аудиторії став найпопулярнішою соцмережею у світі. Спочатку контенту було небагато, і щоб стрічка не закінчувалася, користувачам демонстрували відеоролики інших регіонів. Тепер, коли контенту вистарало, "географія" алгоритмів звузилася, і

користувачі з України з потенційно більшою ймовірністю отримують контент своєї країни, а не РФ, Казахстану тощо. Мова також визначала й аудиторію, а мовний перехід навіть спричинив певну напругу між російськомовними та україномовними блогерами в TikTok. Якщо раніше був лише російськомовний контент і зрідка виходило україномовне відео, то згодом тітокерам почали ставити запитання: "Чому не державною?" [2].

Є. Назаренко у статті "Політично-комунікаційний дискурс в українському сегменті TikTok під час повномасштабної війни" проаналізував контент популярних тітокерів за 2021—2022 рр. Згідно з результатами дослідження, станом на вересень 2021 р. автори відеороликів використовували переважно російську мову. Звісно, були й винятки, як, наприклад, тітокерка Л. Сулейманова (на той час брала участь у російському Dream Team House). У двох відеороликах гумористичного характеру блогерка розмовляла українською, хоча це більше було намаганням подати розважальний матеріал, ніж любов'ю до української мови. Станом на вересень 2022 р. 6 із 10 тітокерів почали створювати україномовний контент (А. Трінчер, О. Волошин, І. Рудський, М. Ткачов, Н. Дорофєєва та О. Машуковський). Показовим є приклад М. Ткачова з м. Бучі, який переклав усі свої ролики 2021 р. українською та знову їх опублікував. Окрім того, багато вітчизняних тітокерів почали активно використовувати та просувати вербальні патріотичні маркери ("Слава Україні! Героям Слава!", "Зеленський" тощо). Нецензурні маркери також мали популярність. Скажімо, О. Машуковський застосував нецензурний маркер щодо російського президента 15 разів за вересень 2022 р. Найменш популярними були маркери, пов'язані з історією України, оскільки пріоритетним тематичним напрямом платформи є розваги. Маркери, пов'язані з історією нашої країни, за вересень 2022 р. тітокери використали 17 разів, і найпопулярнішим із них був "Бандера" [6].

Потужним чинником популяризації української мови в соціальних мережах і в аудіовізуальному просторі України загалом стало повномасштабне вторгнення РФ. У TikTok набув поширення такий контент:

1) уривки українських патріотичних музичних творів (Kalush Orchestra — "Stefania"; Spiv Brativ — "maskva"; О. Пономарьов, Т. Тополя, М. Хома, Є. Кошовий, П. Чорний, Ю. Ткач — "Україна переможе"; Karta Svit — "Пес Патрон"; Misha Scorpion — "За териконами" тощо);

2) поради щодо вивчення та поліпшення рівня української мови ("Словолуб" — @slovo_lub; "Прокачай свою українську" — @shymanovski тощо);

3) події з історії України ("Канал про історію України" — @history.fedj.ukraine; "Часопис улюбленого міста" — @kyivvibe.history тощо);

4) культурознавчий контент ("Все про український фольклор, культуру та мову" — @folklore.ua; "Популяризую українські традиції, пісні" — @ukrainka_.a);

5) букток ("Читаю букток" — @alinkareads; "Книжковий блог" — @ksuy.books тощо);

6) контент з українською символікою та україномовними написами ("Прикраси з українським характером" — @oksana.boriyчук; "Машинна вишивка" — @vilna.state тощо).

Окрім того, характерною ознакою, як зазначалося, став перехід багатьох блогерів на українську мову.

Українська мова стає найбільш зрозумілим маркером "українськості" та національним ідентифікатором "свій—чужий". Зростає кількість охочих вивчати рідну мову за кордоном. Українська національна ідентичність стає важливим засобом впливу через мову, а репрезентація україномовного контенту — окремим тематичним напрямом. Цікавим є поширення аудіовізуальних матеріалів за тематикою "Ukrainian reaction" (демонстрація представників різних країн світу, які слухали українські пісні, інформаційні відео та спілкувалися українською мовою. Ефективним засобом підтримки мовної та культурної ідентичності українців слугують матеріали відеоблогерів, які популяризували Україну серед іноземців. Важливим напрямом аудіовізуальної репрезентації національної ідентичності в умовах повномасштабного вторгнення РФ стала тема захисту Батьківщини [5].

Однак, попри значні зусилля з українізації платформи TikTok, російськомовний контент, на жаль, переважає, зокрема таких висновків дійшов К. Кислюк. Дослідник навів рейтинг найпопулярніших тітокерів України на основі даних сервісу tlist.net. Позиції в рейтингу, кількість підписників і вподобайок було скореговано на момент перегляду (3.02.2023).

К. Кислюк констатує, що хоча tiktok-акаунти вели здебільшого представники "покоління незалежності", загальний рівень їхньої українізованості виявився найнижчим з-поміж інших соціальних платформ і становив 30%. Протягом досліджуваного періоду (листопад 2022 — лютий 2023 р.) сплеску проукраїнської активності, крім переходу одного з профілів на українську мову, у

топових вітчизняних tiktok-акаунтах не спостерігалося. Проукраїнські відеоблогери найбільше розміщували матеріали саме в перші дні повномасштабного вторгнення. Аналіз акаунтів тіктокерів другої та третьої десятки рейтингу в листопаді 2022 р. та лютому 2023 р. свідчить, що здебільшого вони демонстрували пасивну підтримку України у війні через зміну мови, заставки чи слогану та рідко доповнювали ці дії суспільно важливим контентом. Порівнюючи результати з десяткою найпопулярніших профілів TikTok європейських країн, складеною сервісом tlist.net, автор констатував, що єдиним показником громадянської позиції та ідентичності є мова [3].

У рамках пропонованого дослідження (на 30 січня 2024 р.) було проаналізовано акаунти 50 тіктокерів із найбільшою кількістю підписників, які зазначили своєю локацією Україну. Рідною мовою послуговувалися 17 (34%) тіктокерів (окремі блогери зробили цей вибір після повномасштабного вторгнення або нещодавно), російською мовою — 17 (34%), англомовні — 9 (18%), використовували англійську, українську та російську в різних відео — 6 (12%), польську — 1 (2%). Всі акаунти з найбільшою кількістю підписників спеціалізувалися на розважальному контенті.

Серед сегмента брендів, які мають велику кількість підписників, більшість створює україномовний контент ("Алло", "Xiaomi Ukraine", "Фокстрот", "Монобанк", "Розетка", "Епіцентр", "Цитрус"). Подібна тенденція зберігається й у сегменті шоубізнесу: Н. Дорофєєва, М. Поплав-

ський, С. Притула, О. Цибульська, І. Федішин, Н. Каменських, Потап, Альона Альона, Тіна Кароль, MAMARIKA, Jerry Heil, гурт "Антитіла", які мають велику кількість підписників у TikTok, продукують україномовний контент.

Складається враження, що 34% україномовного контенту серед тіктокерів України з найбільшою кількістю підписників — це замало, про що зазначав К. Кислюк, проте насправді цей показник не варто використовувати для висновків, адже блогери з великою кількістю підписників часто орієнтують свої відео не лише на аудиторію нашої країни. Локаційно вони можуть бути українськими, але українська аудиторія взагалі їх може не знати. Водночас велика кількість тіктокерів, які не потрапляють в рейтинги, готують багато цікавого україномовного контенту й завдяки алгоритмам TikTok можуть мати мільйонні перегляди відео навіть за невеликої кількості підписників. Зрозуміти, скільки реально генерується україномовного контенту, наприклад, у день, важко, але його цілком вистачає, аби бути на постійній основі у стрічці. Який контент переважатиме у стрічці здебільшого залежить від дій і зацікавлень користувача.

Нині в TikTok достатньо україномовного контенту за найрізноманітнішими категоріями. Популярні теми варіюються, але часто відображають культурні, соціальні та політичні тенденції України. Найпопулярніші теми станом на 2024 р. згруповано в табл. 1.

Таблиця 1

Тематика та особливості контенту

Тематика	Особливості	Приклади
Щоденне життя	Відеоролики, які демонструють побут, різні життєві події тіктокера; влоги з власної квартири чи будинку, подорожі, зустрічі з друзями, сімейні будні, приготування їжі, хобі та захоплення	@dashaevtuh_official @maxim_sergiyovych @anyuta.gorun
Життя відомих людей	Ролики відомих українських блогерів, акторів, музикантів, які діляться подробицями зі свого життя, дають інтерв'ю або комунікують із фанатами	@poplavskiy.m @lesianikitiuk @nazargrabar)
Військова тематика	Сюжети з нашими військовими, ситуація на фронті, огляди й аналітика щодо російської агресії; ролики з особистими історіями військових, репортажі з лінії фронту, інформаційні сповіщення щодо воєнних дій, роз'яснення військової тактики та стратегії	@nazarvolynets @ukrainian_witness @user74srflqpbw)
Гумор та розваги різної тематики	Комедійні скетчі, пародії та розважальні відео, які спрямовані на веселощі, відпочинок і розваги	@volkova.alla @mothers.star @las_chicas_show)
Українська культура, історія, традиції	Відео в TikTok щодо цих тем демонструють народні обряди, пісні й танці, огляди історичних подій, життєпис видатних постатей української історії, а також освітні матеріали про важливі події в історії України. Також популярними є відео про українські	@poetry_of_ukraine @vitosikvidosik @ukrainka_a

Тематика	Особливості	Приклади
	свята й традиції, розповіді про місцеві легенди та казки, демонстрація унікальних культурних артефактів, національного одягу, традиційних страв	
Музика та хореографія	Танцювальні челенджі, музичні кавери та відео з українською музикою	@lyuksi @ukrmuzichka @fcuamc0
Освітній контент	Відео, що навчають української мови, історії, а також присвячені популярним науковим і технічним темам	@bohdan_kohut_ @olexandravramenko @kirill.akterka
Політика та суспільні питання	Відеоролики про політику, законодавчі ініціативи, діяльність політичних сил і суспільні питання, які турбують громадськість	@grishchukroma @razumkov.official @ulizhku
Саморозвиток	Контент із порадами щодо розвитку певних навичок і вмінь, наприклад, методики з тайм-менеджменту, ефективного навчання, розвитку лідерських якостей, самомотивації, а також способи та методи самопізнання й самовдосконалення	@binanceukraine @beinprogresss @ineskaaai
Спорт і здоров'я	Сюжети про популярні спортивні події, зокрема футбол, бокс та інші види спорту, де Україну представляють видатні спортсмени; відео про здоровий спосіб життя, фітнес-челенджі, йогу, дієтичні поради та вправи	@ua.football1 @rukhankoman @jimmymaikided
Туризм	Відеоролики, які демонструють красу України, історичні пам'ятки, туристичні об'єкти, а також подорожі іншими країнами світу	@komarov_world @locationsua @bomba_tour
Стиль, мода та краса	Контент, що репрезентує останні тенденції в моді, макіяжі та красі	@nicolas_karma_official @snazzyliss @svit_lana_korol
Хобі та ремесла (рибалка, будівництво тощо)	Відеоматеріали щодо ручної праці, домашніх проєктів, відео "зроби сам", які навчають нових навичок або надають ідеї для творчості	@ideya_khobi @kolir1992 @gleblevart
Кулінарія та рецепти	Відео з кулінарними порадами, рецептами, кулінарні челенджі	@misha_katsurin @live_and_cooking @recepti_dariko
Технології та інновації	Контент, в якому демонструють новітні гаджети, надають технологічні поради, здійснюють огляди програмного забезпечення, штучного інтелекту та апаратних новинок	@michael.fedorov @andronews_official @lusuy_sharit
Авто та транспорт	Відео про автомобілі, мотоцикли, велосипеди, а також обговорення транспортних тем	@s.tsybulskyy @aspirantauto @veloplanetaukraine
Тварини та домашні улюбленці	Контент про тварин дикої природи, а також домашніх улюбленців	@simbikorm @iamkeska @flora_aniram
Діти	Розважальні відеоролики з дітьми, демонстрація кумедних ситуацій, досвіду виховання	@nadin202121 @irinazaruk1 @emma.businka
Огляди, рекомендації (лайфхаки)	Огляди та рейтинги фільмів, серіалів, книг, різних установ та організацій; поради щодо побутової чи іншої діяльності	@_top_kino_ua @jabko.ua @asya_kobzar
Експертний контент, професії	Відеоматеріал щодо видів діяльності від людей, які компетентні у певній сфері та можуть поділитися професійним досвідом	@dariya.pro @budivelnatoloka @macpawtech

На основі результатів проведеного дослідження можна констатувати, що україномовний контент на платформі TikTok є різноманітним та охоплює широке коло тем, які віддзеркалюють культурні, соціальні й політичні аспекти життя в Україні. Широка тематика свідчить про доступність україномовного контенту в TikTok, який відповідає різним інтересам та запитам аудиторії.

Висновки. У наш час соціальні медіа відіграють важливу роль у формуванні інформаційного простору, особливо щодо поширення й сприйняття контенту. TikTok, який швидко здобув популярність на глобальному рівні, є показовим прикладом такого впливу, зокрема в контексті розвитку україномовного сегмента. Розгляд еволюції україномовного контенту в TikTok дає змогу визначити глобальні й локальні чинники, які віддзеркалюють реальне життя в Україні, розуміння потреби збереження та захисту української мови та культури всупереч російській військовій агресії й прагненню знищити національну самобутність нашого народу.

Дослідження свідчить, що в Україні TikTok розвинувся з російськомовної платформи, спрямованої винятково на розважальний контент, до багатофункціонального інструменту, що охоплює національні, освітні, культурні, соціальні та політичні аспекти й надає широкі можливості для поширення, популяризації та споживання україномовного контенту.

Аналіз активності українських блогерів і змін у контенті свідчить про зростання ролі TikTok не лише як місця для розваг, а й важливого інструменту для інформування та культурного розвитку.

Отже, TikTok в Україні став не лише платформою для комунікації та розваг, а важливим соціокультурним феноменом, якому належить вагоме місце в поширенні україномовного контенту, підтримці національної ідентичності та патріотизму, культури та мови. Українські блогери використовують платформу для промоції національних цінностей, соціальних ініціатив, мобілізації громадської думки.

Список бібліографічних посилань

1. Бондаренко С. В., Свідницька І. В. Соціально-комунікативні технології в умовах інформаційно-психологічних війн (на прикладі TikTok). *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2021. 13. Т. 1. С. 187—192.
2. Громяк І. "Мене дістав російськомовний контент". Як молодь оголосила у TikTok українську революцію. 30.11.2020. *Media Sapiens*. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/26086/2020-11-30-mene-distav-rosiyskomovnyy-kontent-yak-molod-ogolosyla-u-tiktok-ukrainsku-revolutsiyu/>.
3. Кислюк К. В. Особливості репрезентації української ідентичності в соціальному медіа "TikTok". *Культура України*. 2023. № 79. С. 7—18.
4. Кислюк К. В. (2021). Особливості репрезентації української ідентичності в соціальному медіа "TikTok". *Культура України*. 2021. Вип. 73. С. 41—47.
5. Мусієнко О. В. Новітні аудіовізуальні інструменти репрезентації української ідентичності на відеохостингах в умовах російсько-української війни. *Культура України*. 2022. № 78. С. 30—37.
6. Назаренко Є. О. Політично-комунікаційний дискурс в українському сегменті TikTok під час повномасштабної війни. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2023. 1 (15). URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/13711>.
7. Rejeb A., Rejeb K., Appolloni A., Treiblmaier H. (2023). Foundations and knowledge clusters in TikTok (Douyin) research: evidence from bibliometric and topic modelling analyses. *Multimedia Tools and Applications*. University of Rome Tor Vergata; MODUL University Vienna.
8. Reje, A., Rejeb K., Appolloni A., Treiblmaier H., Iranmanesh M. (2023). Mapping the scholarly landscape of TikTok (Douyin): An exploratory study on the research topics and trends. *SSRN Electronic Journal*. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4504483.
9. Schellewald A. (2023). Understanding the Popularity and Affordances of TikTok through User Experiences. *Media, Culture & Society*. 2023. 45 (8). P. 1568—1582.

Ihor Parfeniuk,

PhD of Social Communications,

Associate Professor at the Department of Journalism and Public Relations,

Kyiv National University of Culture and Arts

The dynamics of development of the Ukrainian-language segment on TikTok: evolution and contemporary challenges

This article examines the dynamics of development of the Ukrainian-language segment on the TikTok platform, evaluates the influence of this social media application on the formation of Ukraine's information space, and identifies key trends and changes in Ukrainian-language content from its inception on the platform to the present day. The study

explores the emergence, development, and peculiarities of the TikTok platform in the global and Ukrainian information space, identifying factors contributing to the creation and dissemination of Ukrainian-language content on TikTok. Research delves into the content produced by Ukrainian bloggers on TikTok and considers its potential impact. It is found that TikTok initially served predominantly as a Russian-language entertainment platform upon its introduction to Ukraine, evolving later into a multifunctional tool facilitating the widespread dissemination and consumption of Ukrainian-language content. The growth of the Ukrainian-language segment on TikTok contributes to the formation of national identity and culture, as well as the strengthening of the state language. Ukrainian bloggers utilize the platform to promote Ukrainian values, social initiatives, and mobilize public opinion amidst Russian military aggression. Analysis of TikTok's development dynamics provides grounds to anticipate its increasing influence on our country's information space.

Keywords: TikTok; social networks; social communications, Ukrainian-language content; blogging

References

1. Bondarenko S. V. & Svidnytska I. V. (2021). Sotsialno-komunikatyvni tekhnolohii v umovakh informatsiino-psykholohichnykh viin (na prykladi TikTok). *Visnyk studentskoho naukovoho tovarystva Donetskoho natsionalnoho universytetu imeni Vasylia Stusa*, 13 (1), pp. 187—192.
2. Hromlyuk I. (2020). "Mene distav rosiyskomovnyi kontent". Yak molod holosyla u TikTok ukrainsku revoliutsiiu. *Media Sapiens*. Available at: <https://ms.detector.media/trendi/post/26086/2020-11-30-mene-distav-rosiyskomovnyy-kontent-yak-molod-ogolosyla-u-tiktok-ukrainsku-revoljutsiyu/>.
3. Kysliuk K. V. (2023). Osoblyvosti reprezentatsii ukrainskoi identychnosti v sotsialnomu media "TikTok". *Kultura Ukrainy*, 79, pp. 7—18.
4. Kysliuk K. V. (2021). Osoblyvosti reprezentatsii ukrainskoi identychnosti v sotsialnomu media "TikTok". *Kultura Ukrainy*, 73, pp. 41—47.
5. Musiienko O. V. (2022). Novitni audiovizualni instrumenty reprezentatsii ukrainskoi identychnosti na videokhostynkh v umovakh rosiysko-ukrainskoi viiny. *Kultura Ukrainy*, 78, pp. 30—37.
6. Nazarenko Ye. O. (2023). Politychno-komunikatsiyni dyskurs v ukrainskomu sehmenti TikTok pid chas povnomasshtabnoi viiny. *Visnyk studentskoho naukovoho tovarystva DonNU imeni Vasylia Stusa*, 1 (15). Available at: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/13711>.
7. Rejeb A., Rejeb K., Appolloni A. & Treiblmaier H. (2023). Foundations and knowledge clusters in TikTok (Douyin) research: evidence from bibliometric and topic modelling analyses. *Multimedia Tools and Applications*. University of Rome Tor Vergata; MODUL University Vienna.
8. Rejeb A., Rejeb K., Appolloni A., Treiblmaier H. & Iranmanesh M. (2023). Mapping the scholarly landscape of TikTok (Douyin): An exploratory study on the research topics and trends. *SSRN Electronic Journal*. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4504483.
9. Schellewald A. (2023). Understanding the Popularity and Affordances of TikTok through User Experiences. *Media, Culture & Society*, 45 (8), pp. 1568—1582.

Надійшла до редакції 4 липня 2024 року



БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА

УДК 015(477):001.89]:[311:519.23]](045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2024.7(336).26-32

Леонід Костенко,

кандидат технічних наук,

старший науковий співробітник НБУВ,

e-mail: kosten209@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7629-1228>

Олександр Жабін,

науковий співробітник НБУВ,

e-mail: azhabin57@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5693-2155>

Національна бібліометрика України: проблеми формування

У статті проаналізовано вітчизняне наукометричне середовище та зроблено висновок, що наразі в ньому домінує інформаційно-аналітична система "Бібліометрика української науки". Наголошено, що в системі не представлено у хронологічному та географічному аспектах сегмент історичного надбання національної бібліографії України, в якому присутні видатні діячі освіти та культури. З'ясовано, що наявні вітчизняні

© Костенко Л., Жабін О., 2024