

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБІНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ВІДЕОХОСТИНГ YOUTUBE У СОЦІАЛЬНИХ
КОМУНІКАЦІЯХ: КОНТЕНТ, ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Студента II курсу, групи 2-ЖМ
Освітньої програми *Журналістика*.
Галузі знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *магістра*
Данчевського Михайла Анатолійовича

Науковий керівник: **Каленич В. М.**,
доцент, кандидат філологічних наук

Розширена шкала _____
Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени Екзаменаційної комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

АНОТАЦІЯ

Данчевський М. А. Відеохостинг YouTube у соціальних комунікаціях: контент, функціонування. Спеціальність 061 Журналістика. Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2024.

У кваліфікаційній роботі розглянуто роль відеохостингу YouTube в соціальних комунікаціях, його контентну складову та особливості функціонування. YouTube являється днією з найважливіших платформ для обміну відеоконтентом, що сприяє поширенню інформації, культурних і соціальних тенденцій, а також є інструментом взаємодії між користувачами. Завдяки можливостям створення персональних каналів, публікації відео, участі в дискусіях через коментарі та лайки, а також впровадженню алгоритмів рекомендацій, YouTube активно сприяє формуванню суспільних думок та соціальних мереж навколо певних тем. Дослідження YouTube є важливим інструментом для формування сучасних соціальних комунікацій, де взаємодія між користувачами та поширення відеоконтенту значною мірою визначають медіасередовище.

У першому розділі наукової роботи окреслено теоретичні аспекти соціальних комунікацій на відеохостингу YouTube, зокрема, висвітлено особливості сучасного функціонування інтернет-медіа та їх вплив на інфопростір. Розглядається роль YouTube у формуванні нових комунікаційних практик, а також етичних питань та стандартів журналістики, що відкриваються в контексті роботи з відеоконтентом.

У другому розділі проаналізовано своєрідність контенту та функціонування YouTube-каналів України, таких як: «Hromadske», «BIBUS Info», «Телебачення Торонто» та «Yanina Sokolova».

Ключові слова: соціальні комунікації, YouTube, інтернет-медіа, інфопростір, контент, новинні канали, відеохостинг.

Danchevskiy M. A. YouTube video hosting in social communications: content, functioning. Specialty 061 Journalism. Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskiy State Pedagogical University. Vinnytsia, 2024.

The qualifying work examines the role of video hosting YouTube in social communications, its content component and features of functioning. YouTube is one of the most important platforms for sharing video content, which promotes the spread of information, cultural and social trends, and is also a tool for interaction between users. With the ability to create personal channels, publish videos, participate in discussions through comments and likes, as well as the implementation of recommendation algorithms, YouTube actively contributes to the formation of public opinion and social networks around certain topics. In addition, content monetization and affiliate programs make the platform attractive to creators and businesses, which in turn affects the variety and quality of videos. Thus, YouTube is an important tool for shaping modern social communications, where the interaction between users and the distribution of video content largely define the media environment.

The first chapter of the scientific work outlines the theoretical aspects of social communications on YouTube video hosting, in particular, investigates the peculiarities of the modern functioning of Internet mass media and their impact on the information space. The role of YouTube in the formation of new communication practices, as well as ethical issues and standards of journalism, which are revealed in the context of working with video content, is considered.

The second chapter analyzes the originality of the content and functioning of YouTube channels of Ukraine, such as «Hromadske», «BIHUS Info», «Television Toronto» and «Yanina Sokolova».

Keywords: social communications, YouTube, Internet media, infospace, content, news channels, video hosting.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ВІДЕОХОСТИНГ YOUTUBE У СУЧАСНІЙ МЕДІАСФЕРІ ..8	
1.1. Особливості функціонування сучасних інтернет-медіа та їхній вплив на інфопростір.....	8
1.2. Роль відеохостингу YouTube у сучасних соціальних комунікаціях.....	18
РОЗДІЛ 2. НОВИННІ YOUTUBE-КАНАЛИ УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ Й ФУНКЦІОНУВАННЯ	31
2.1. YouTube-канал «Hromadske», як незалежний проект українських журналістів.....	31
2.2. Специфіка журналістських розслідувань на YouTube-каналі «VINUS Info».....	39
2.3. Своєрідність подачі новинного контенту на YouTube-каналі «Телебачення Торонто».....	45
2.4. Особливості авторського YouTube-каналу «Yanina Sokolova».....	50
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасний світ переживає період стрімких технологічних змін. Цифрова ера кардинально трансформувала способи, джерела та канали поширення інформації, відкриваючи нові горизонти для створення унікального контенту. Це спричинило формування нових медіа, які, на відміну від традиційної журналістики, активно використовують нетипові формати та сучасні технології.

Соціальні платформи, блоги та новинні онлайн-ресурси стали важливими інструментами масової комунікації, формуючи основу сучасного інформаційного простору. Нові можливості цифрових технологій та свобода взаємодії з аудиторією дозволяють кожному не тільки споживати контент, а й самостійно його створювати. Платформи, такі як YouTube, відіграють ключову роль у цьому процесі, надаючи авторам безпрецедентні можливості для розвитку власного контенту та прямого спілкування з глядачами. Постійний розвиток і вдосконалення медіасередовища потребує ретельного аналізу, щоб зрозуміти нові тенденції в журналістиці, її потенціал у створенні контенту та вплив на суспільство.

Платформа YouTube фактично стала заміною телебачення. Її унікальні можливості дозволяють користувачам не лише переглядати відео матеріали, але й безпосередньо взаємодіяти як між собою, так і з авторами контенту. Це створило нові умови для інтерактивної комунікації, що раніше не були доступні на телебаченні.

Мета дослідження – проаналізувати контент та функціонування найпопулярніших українських інформаційних YouTube-каналів України.

Для реалізації мети визначено основні **завдання наукової роботи:**

– Схарактеризувати роль відеохостингу YouTube в сучасних соціальних комунікаціях;

- Визначити особливості функціонування сучасних інтернет-медіа та їхній вплив на інфопростір;
- Окреслити YouTube-канал «Hromadske», як незалежний проект українських журналістів;
- Проаналізувати специфіку журналістських розслідувань на YouTube-каналі «BINUS Info»;
- З'ясувати воєрідність подачі новинного контенту на YouTube-каналі «Телебачення Торонто»;
- Розкрити особливості авторського YouTube-каналу «Yanina Sokolova».

Об'єктом дослідження є YouTube-канали «Hromadske», «BINUS Info», «Телебачення Торонто» та «Yanina Sokolova» за 2023-2024 роки.

Предмет дослідження – особливості відеохостингу YouTube у соціальних комунікаціях, його контент та функціонування.

Вирішення поставлених завдань спричинило вибір **методів дослідження**. У роботі застосовуються загальнонаукові методи дослідження: аналіз і синтез – для вивчення контенту на YouTube, а також узагальнення – під час формування висновків. Крім того, використовуються спеціальні методи, описовий для характеристики сутності понять «відеохостинг» та «соціальні комунікації», а також для визначення особливостей платформи YouTube. Ретроспективний метод задіювався у дослідженні передумов і причин переходу журналістів на платформу YouTube, дозволяючи визначити основні чинники, які змінили професійне середовище та зумовили нові тенденції у сучасному медіапросторі.

Джерела дослідження. Сьогодні все більше українських науковців звертають увагу на дослідження в галузі інтернет-медіа. До таких досліджень належать праці: А. Бондар, З. Галаджун, А. Горчикова, А. Гусєв, А. Досенко, Т. Костирко, Т. Корольова, М. Жигалкіна.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі вивченні сучасного феномену українських YouTube-каналів, які стають важливими платформами

для журналістики та медіа-комунікації. У дослідження було вперше проаналізовано, YouTube-канал «Hromadske», як незалежний проект українських журналістів, також специфіку журналістських розслідувань на YouTube-каналі «ВІНУS Info», своєрідність подачі новинного контенту на YouTube-каналі «Телебачення Торонто», та особливості авторського YouTube-каналу «Yanina Sokolova».

Теоретичне та практичне значення роботи полягає у використанні матеріалів під час викладання різних дисциплін, пов'язаних із журналістикою, а також при створенні навчальних посібників чи книг для студентів.

Апробація результатів наукової роботи – Результати дослідження апробовані на Всеукраїнській науково-практичній онлайн-конференції з міжнародною участю «Регіональна журналістика в Україні: історія, реалії, виклики, перспективи» (м. Полтава, 5–6 жовтня 2023 р.). Всеукраїнській студентській науково-практичній онлайн-конференції «Інтернет журналістика та новітні технології в сучасних медіа», Вінниця 24 квітня 2024р.

Публікації – Данчевський М. HROMADSKЕ ЯК ОБЛИЧЧЯ НЕЗАЛЕЖНОЇ ЖУРНАЛІСТИКА НА YOUTUBE // Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа: зб. матеріал. Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції /за ред. В.О.Гандзюка. Вінниця: ВДПУ імені М. Коцюбинського, 2024. С.132-136.

Структура роботи обумовлена внутрішньою логікою розкриття теми дослідження, метою та основними завданнями роботи і складається зі вступу, двох розділів, шести підрозділів, висновків, списку використаних джерел (40 позиції). Обсяг роботи складає 59 сторінок, список використаних джерел – на 4 сторінках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар А. Соціальні мережі як інструмент формування внутрішнього і зовнішнього бренду території // Політичний менеджмент / 2015. № 1-2. С. 82–83.
2. Галаджун З. YouTube як нова форма медіакомунікації // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: журналістські науки / 2020. № 4. С. 117.
3. Гандзюк В.О. Використання можливостей мережі Інтернет в системі професійної підготовки журналістів // Сучасні інформаційні технології та інноваційні технології навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми // Зб. наук. пр. – Вип. 30 / Редкол.: І.А. Зязюн (голова) та ін. – Київ-Вінниця: ТОВ фірма «Планер», 2012. – С. 322-325.
4. Гресько О. Телерадіомовлення і новітні медіа: функціональні стратегії взаємодії // Українське журналістикознавство / Київ, 2016. Вип. 16. С. 6-7.
5. Гусев А. В. Вплив медіа на розвиток професійного спорту // Вісник Харківської держ. академії культури. Сер. Соціальні комунікації : зб. наук. пр. Вип. 46 / 2018. – С. 12-14.
6. Гусев А. Особливості PR-комунікації футбольних клубів у соціальних мережах // Держава і регіони. Серія: соціальні комунікації / 2017, № 2 – С. 128.
7. Данилюк Д. Що зробило YouTube головним відеохостингом у світі // Лекція Анастасії Григоруц. Vazilik.media. 11.12.2020»: веб-сай. URL: <http://surl.li/krrtprx>. (Дата звернення: 22.08.2024).
8. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери // Навчально-методичний посібник / К., ЦУЛ, 2021. С. 32-33.
9. Дубняк К. Соціальні мережі інтернет як засіб обміну інформацією. // Ефективність державного управління / 2017. Вип. 1(50). С. 64– 66»: веб-сай. URL: <http://surl.li/neofqq>. (Дата звернення: 23.08.2024).

10. Жила Н. Найпопулярніші соцмережі в Україні під час війни // дослідження Global Logic. 2022»: веб-сай. URL: <http://surl.li/icwjlk>. (Дата звернення: 03.09.2024).
11. Загородня К. Особливості контенту для молодіжної аудиторії в Youtube та Instagram // Київ : Національний авіаційний університет / 2020. 73 с. Веб-сай. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/44995>. (Дата звернення: 18.008.2024).
12. Комісії журналістської етики: веб-сай. URL: <http://surl.li/akgzpr>. (Дата звернення: 29.08.2024).
13. Комісії журналістської етики: веб-сай. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/>. (Дата звернення: 29.08.2024).
14. «Українська правда»: українського суспільно-політичного інтернет-ЗМІ: веб-сай. URL: <http://surl.li/xhxiyb>. (Дата звернення: 15.09.2024).
15. Кіца М. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці // Вісник Національного університету «Львівська політехніка», Журналістські науки. №896. С. 8-9.
16. Костирко Т., Корольова Т., Жигалкіна М. Основи медіа грамотності // навчальний посібник. Миколаїв : НУК / 2019. С. 80-81.
17. Крейг Р. Інтернет-журналістика // Київ: Видавничий дім «КиєвоМогилянська академія» / 2009. С. 32-33.
18. Наумова М. Нові медіа та традиційні ЗМІ: моделі співіснування // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки / 2011. № 13. С.90–92: веб-сайт. URL: <http://apspp.soc.univ.kiev.ua/index.php/home/issue/view/24>. (Дата звернення: 13.09.2024).
19. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика // навч. посіб. Львів: ПАІС / 2010. С. 107-109.
20. Процишин Ю. YouTube-канал – необхідність сьогодення. Маркетинг і цифрові технології // Збірник матеріалів IV Міжнародної наук.-практ. конф. 24–25 вересня 2020 р. ОНПУ. Одеса : ТЕС / 2020. С. 69–70: веб-

сайт. URL: <https://www.mdt-opu.com.ua/files/download/2020/sbornik-tezisov2020.pdf>. (Дата звернення: 13.09.2024).

21. Рудакова Т., Онкович А. YouTube-канали в Україні // Молодий вчений / 2022. № 1 (101). С. 45–46: веб-сайт. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-1-101-9>. (Дата звернення: 15.08.2024).

22. Стеблина Н. Етика у сфері соціальних комунікацій. Професійні стандарти у журналістиці, рекламі та PR // навч. метод. посіб. Львів : ПАІС / 2017. 27 с.

23. Ткаченко А. – «Потрібно інвестувати у технології, а не в розкрутку брендів», «1+1 медіа»: веб-сайт. URL: <https://www.imena.ua/blog/1-plus-1-video-talks>. (Дата звернення: 20.08.2024).

24. Чалабієва М. Соціальні мережі як засіб реалізації прав людини в Україні // Jurnal ul'juridicnațional: teorieș I practică / 2019. Вип. № 3. С. 48–49.

25. Чуприна А. Роль соціальних мереж у кризовій комунікації в умовах війни // Ліга. Блоги. Веб-сайт. URL: <http://surl.li/eshpuq>. (Дата звернення: 22.09.2024).

26. Шевченко В. Е. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа // Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна монографія / за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ / 2017. С. 8–17.

27. Щорічне опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2024 р.»: веб-сайт. URL: <http://surl.li/haffan>. (Дата звернення: 11.10.2024).

28. ССТР748: Media Theory and Digital Culture //Communication, Culture & Technology. – 2013: веб-сайт. URL: <http://surl.li/wqgdqa>. (Дата звернення: 11.08.2024).

29. Chaffey D. The Content Marketing Mix. Smart Insights, 2018: веб-сайт. URL: <http://surl.li/ebyzjh>. (Дата звернення: 08.10.2024).

30. Children and the Internet: the balance of relationships. [Online]. Available: веб-сайт. URL: <http://surl.li/esmejv>. Accessed on: Dec / 13, 2018. (in Ukrainian). (Дата звернення: 25.08.2024).
31. Digital 2022. Ukraine. The essential guide to the latest connected behaviours. We are social. Керіос. P. 1-2.
32. Frieden R. (2014), «Next Generation Television and the Migration From Channels to Platforms» // Liu Y. & Picard R. (Eds.), Policy and Marketing Strategies for Digital Media, pp. 60-62.
33. Google, офіційний сайт: веб-сайт. URL: <http://surl.li/ermeqv>. (Дата звернення: 19.09.2024).
34. S. Goncharenko, Pedagogical research: methodological advice for young scientists // 2-e ed. Kyev: Vinnycja, p. 187, 2010. (in Ukrainian).
35. The Most Popular Brands With Gen Z. Morning Consult: веб-сайт. URL: <https://morningconsult.com/gen-z-favorite-brands-2022>. (Дата звернення: 08.10.2024).
36. Valcke, P. & Ausloos, J. (2014), «Television on the Internet: challenges for audiovisual media policy in a converging media environment», in Liu, Y. & Picard, R. (Eds.), Policy and Marketing Strategies for Digital Media, pp. 24-25.
37. YouTube (2007), «2007 SC CNN/ YouTube Democratic Debate (Part1)», available at: веб-сайт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=4FswauQk_po. (Дата звернення: 22.08.2024).
38. YouTube, Twitch, Twitter, & Instagram Statistics – Socialblade.com: веб-сайт. URL: <https://socialblade.com> (дата звернення: 05.08.2024).
39. YouTube: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/YouTube>. (Дата звернення: 08.10.2024).
40. YouTube, офіційний сайт: веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/>. (Дата звернення: 05.10.2024).