



**Друзь Ольга,**

студентка IV курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (групи ВТПб-1-22-4.0д.), спеціальності «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво», Факультету української філології, культури і мистецтва Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

 [oadruz.fufkm22@kubg.edu.ua](mailto:oadruz.fufkm22@kubg.edu.ua)

### Науковий керівник:

**Є. О. Малюк**, кандидат культурології, доцент, доцент кафедри інформаційних комунікацій Факультету української філології, культури і мистецтва Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

УДК 007:316.77:314.151

## ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНТЕНТУ ПРО АДАПТАЦІЮ УКРАЇНСЬКИХ МІГРАНТІВ НА ПРИКЛАДІ YOUTUBE-КАНАЛУ «УКРАЇНЦІ В НІМЕЧЧИНІ» (2022–2026)

**У** статті здійснено спробу проаналізувати еволюцію тематичного наповнення YouTube-контенту про українську міграцію на прикладі каналу «Українці в Німеччині» Міли Артюшенко. Дослідження демонструє, що тематика відео змінювалася синхронно з новими потребами українців: від кризового ви-

живання на початку війни до питань адаптації, працевлаштування та рефлексії над соціальним статусом. YouTube у таких випадках виступає своєрідним індикатором етапів інтеграції мігрантів, фіксуючи перехід від стану виживання до формування нових моделей самореалізації.

**Ключові слова:** YouTube-контент; міграція; медіа; адаптація; комунікація.

**Постановка проблеми в контексті сучасної науки.** YouTube-контент про міграцію останніми роками трансформувалася з допоміжного інструмента у повноцінний «живий архів», що потребує комплексного аналізу як форма цифрового відображення міграційного досвіду. Цей феномен залишається недостатньо дослідженим у межах медіадосліджень, проте його аналіз є важливим для розуміння того, як життєвий досвід блогерів формує альтернативний інформаційний простір, що доповнює та частково заміщує традиційні джерела інформації про міграцію. Зокрема, варто звернути увагу на те, як змінюється тематика контенту: від питань виживання на початку війни до тем адаптації, працевлаштування та життя українців за кордоном. У цьому контексті для аналізу було обрано YouTube-канал «Українці в Німеччині», який є показовим прикладом персоналізованого міграційного нарративу. Авторка каналу Міла Артюшенко розпочала його ведення з початку повномасштабного вторгнення у 2022 році та систематично документує власний досвід перебування за кордоном. Така хронологічна безперервність дозволяє простежити еволюцію тематичних і смислових акцентів контенту – від первинної адаптації до більш стабілізованих практик повсякденного життя, що робить цей канал релевантним емпіричним матеріалом для дослідження. Додатковим аргументом на користь його вибору є кількісні показники каналу – понад 50,4 тис. підписників і більше 500 відео, що свідчить про стабільність контент-виробництва, сформовану аудиторію та високий рівень залученості, а отже, репрезентативність для аналізу сучасного міграційного YouTube-дискурсу.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання):** проаналізувати тематичні зміни у відеоматеріалах YouTube-каналу «Українці в Німеччині» Міли Артюшенко протягом 2022–2026 років; систематизувати ключові етапи еволюції тематичного наповнення цього каналу та встановити, як ця еволюція синхронізується з етапами адаптації українських мігрантів у приймаючій країні.

Для підбору індексу УДК авторка зверталася за консультацією до штучного інтелекту Grok (розроблений компанією xAI). Остаточний вибір класифікаційного

індексу УДК здійснено авторкою самостійно після критичного аналізу запропонованих варіантів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання означеної проблеми і на які опирається автор.** Загальне розуміння міграції як складного соціального явища подано в енциклопедичному довіднику за редакцією В. Євтуха (Євтух, 2012: 214), де вона розглядається в контексті етнічних і глобалізаційних процесів. Це дозволяє розглядати міграцію не лише як демографічний чи економічний процес, а як соціальний досвід, що відображається у медіапросторі.

Важливим напрямом сучасних досліджень є трансформація медіапростору та зміна моделей споживання інформації. Зокрема, аналітичні звіти під керівництвом Н. Ньюмена (Newman, 2024) демонструють процес «платформізації» новин, у межах якого аудиторія дедалі частіше звертається до цифрових платформ, зокрема YouTube, як до основного джерела інформації. Це створює передумови для зміщення довіри від традиційних медіа до індивідуальних контент-мейкерів, що є ключовим для розуміння ролі YouTube-блогерів у висвітленні досвіду українських мігрантів.

Окремий блок досліджень присвячений аналізу YouTube як середовища репрезентації повсякденного досвіду міграції. Зокрема, С. Кая Кітінур (Kaya Kitinur, 2025) дослідила, як влогери трансформують щоденне життя в еміграції у наративи культурної адаптації, формуючи нові моделі самоідентифікації. Подібний підхід дозволяє розглядати YouTube-контент як форму цифрової саморепрезентації, що поєднує особистий досвід і публічну комунікацію. У свою чергу, К. Хорсті (Horsti, 2016) аналізує роль візуальних медіа у формуванні колективної пам'яті про міграцію, підкреслюючи значення аудіовізуальних образів у конструюванні суспільних уявлень про міграційні процеси. Сучасні дослідження також звертають увагу на амбівалентний характер YouTube-контенту про міграцію. Зокрема, А. Гуліді та С. Акрам (Ghulidi, Akram, 2023) описали феномен відеоконтенту, що містить поради щодо нелегальної міграції, що свідчить про функціонування платформи не лише як інформаційного, а й як інструментального ресурсу для потенційних мігрантів. Це підкреслює необхідність критичного аналізу контенту та його впливу на аудиторію.

**Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням авторських положень.** Повномасштабне російське вторгнення на територію України 24 лютого 2022 року спричинило масштабну хвилю вимушеної міграції, що стала однією з

найбільших у Європі з часів Другої світової війни. У цих умовах суттєво зросла роль цифрових платформ, зокрема YouTube, який перетворився на один із ключових каналів отримання інформації та обміну досвідом для українських мігрантів (ЕСРМФ, 2023: 27). Поширення соціальних медіа у структурі медіаспоживання біженців свідчить про зміну комунікативної моделі – від вертикальної, інституційної, до горизонтальної, заснованої на довірі до особистого досвіду (Alencar, 2017).

У цьому контексті YouTube-контент про українську міграцію доцільно розглядати не лише як інформаційний ресурс, а як динамічну систему, що відображає етапи адаптації мігрантів. Показовим для підтвердження цього положення є аналіз каналу «Українці в Німеччині», авторкою якого є Міла Артюшенко. Динаміка тематичного наповнення цього каналу дозволяє простежити не лише зміну інформаційних запитів аудиторії, а й глибші процеси адаптації українських мігрантів у новому соціальному середовищі.

На початковому етапі повномасштабної війни контент каналу мав виразно інструктивний характер. Відео були сконцентровані навколо базових питань легалізації та виживання: оформлення тимчасового захисту за «параграфом 24», алгоритмів реєстрації, пошуку житла, отримання соціальних виплат. Уже самі назви відео – «Як оформитись в Німеччині, параграф 24», «Як знайти житло в Німеччині» – демонструють прагнення до максимальної практичності та чіткості. У цьому контексті канал функціонує як своєрідний «цифровий навігатор», що допомагає користувачам зорієнтуватися у критичній ситуації.

Однак із часом відбувається зміщення змістових акцентів. У 2023 році контент поступово виходить за межі інструктивності та починає відображати повсякденний досвід мігрантів. Тематика відео охоплює питання медичного страхування, шкільної освіти, мовної адаптації, взаємодії з локальними інституціями. Водночас змінюється і комунікативна функція каналу: якщо на початковому етапі він переважно виконував роль джерела практичної інформації, то згодом посилюється його роль як простору для обговорення, де поступово формуються елементи спільноти. Таким чином, індивідуальний досвід блогерки поступово набуває колективного значення.

Подальша трансформація контенту у 2024 році пов'язана зі змінами у соціально-економічних умовах перебування українців за кордоном. Зменшення обсягів соціальної підтримки актуалізує питання економічної самостійності, що безпосередньо відображається у відео. Контент наповнюється порадами щодо працевлаштування, написання резюме, визнання дипломів, започаткування

власної справи. Отже, канал починає виконувати функцію інструмента соціально-економічної інтеграції, сприяючи переходу від стану залежності до активної участі на ринку праці.

Найбільш показовою є сучасна стадія розвитку контенту (2025–2026 роки), у межах якої тематика відео набуває виразно рефлексивного характеру. Авторка звертається до питань довготривалих життєвих стратегій, аналізує досвід інтеграції українців у місцеві громади, а також порушує проблему повернення на батьківщину. Назви відео – «Біженці з України для ЄС: тягар чи здобуток?», «Умови повернення українців додому» – свідчать про перехід від практичних інструкцій до осмислення соціального статусу та ідентичності мігрантів.

**Висновки й перспективи подальших розвідок у визначеному напрямі.** Отже, на прикладі каналу «Українці в Німеччині» можна простежити трансформацію YouTube-контенту від тематики виживання до тем самореалізації та адаптації. Це дозволяє розглядати подібні медіапрактики як індикатор етапів інтеграції мігрантів. Водночас контент каналу не лише відображає ці процеси, а й впливає на них, формуючи уявлення аудиторії про можливі сценарії адаптації. Аналіз також свідчить про поступове посилення комунікативної складової, зокрема формування простору обговорення та взаємодії між користувачами. Подібні YouTube-канали можуть виконувати функцію цифрових спільнот, у межах яких відбувається обмін досвідом і соціальною підтримкою.

### Список використаних джерел

- Артюшенко, М. (б.д.). Українці в Німеччині: YouTube-канал. [https://www.youtube.com/@Mila\\_Artiushenko](https://www.youtube.com/@Mila_Artiushenko).
- Євтух, В. Б. (2012). Етнічність: енциклопедичний довідник. Київ: Фенікс, 2012. С. 214–215.
- European Centre for Press and Media Freedom (ECPMF). (2023). Споживання медіаконтенту українською аудиторією в Німеччині: дослідження. Berlin, <https://www.ecpmf.eu/social-media-is-the-main-source-of-information-for-ukrainian-refugees-in-germany/>.
- Alencar, A. (2017). Refugee integration and social media: a local and experiential perspective. *Information, Communication & Society*. Vol. 21, №. 11, 1588–1603. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2017.1340500>.
- Ghulidi, A., Akram, S. (2023). YouTube migration videos are reshaping how people move. *Wired*. <https://www.wired.com/story/youtube-migration-videos>
- Horsti, K. (2016). Visual representations of migration and the politics of imagery. *International Communication Gazette*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1750698016640614>
- Kaya Kitinur, S. (2025). Cultural Adaptation on YouTube: Migrant Vlogs in Taiwan as Digital Storytelling. *M/C Journal*, 28(4). <https://doi.org/10.5204/mcj.3193>
- Newman, N. (2024). Digital News Report 2024: Executive Summary. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/dnr-executive-summary>

## References

- Alencar, A. (2017). Refugee integration and social media: a local and experiential perspective. *Information, Communication & Society*. Vol. 21, №. 11, 1588–1603. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2017.1340500>.
- Artiushenko, M. (b.d.). *Ukrainci v Nimechchyni*: YouTube-kanal. [https://www.youtube.com/@Mila\\_Artiushenko](https://www.youtube.com/@Mila_Artiushenko).
- European Centre for Press and Media Freedom (ECPMF). (2023). *Spozhyvannia mediakontentu ukrainskoiu audytoriiem v Nimechchyni: doslidzhennia*. Berlin, <https://www.ecpmf.eu/social-media-is-the-main-source-of-information-for-ukrainian-refugees-in-germany/>.
- Ghulidi, A., Akram, S. (2023). YouTube migration videos are reshaping how people move. *Wired*. <https://www.wired.com/story/youtube-migration-videos>
- Horsti, K. (2016). Visual representations of migration and the politics of imagery. *International Communication Gazette*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1750698016640614>
- Kaya Kitinur, S. (2025). Cultural Adaptation on YouTube: Migrant Vlogs in Taiwan as Digital Storytelling. *M/C Journal*, 28(4). <https://doi.org/10.5204/mcj.3193>
- Newman, N. (2024). *Digital News Report 2024: Executive Summary*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/dnr-executive-summary>
- Yevtukh, V. B. (2012). *Etnichnist: entsyklopedychnyi dovidnyk*. Kyiv: Feniks, 2012. S. 214–215.

## THE TRANSFORMATION OF CONTENT ON THE ADAPTATION OF UKRAINIAN MIGRANTS: A CASE STUDY OF THE YOUTUBE CHANNEL ‘UKRAINIANS IN GERMANY’ (2022–2026)

**Olga Druz**, a fourth-year student specialising in “Audiovisual Arts and Production” at the Faculty of Ukrainian Philology, Culture and Arts, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University.

This article analyses the evolution of the thematic content of YouTube videos on Ukrainian migration, using the channel “Ukrainians in Germany” by Mila Artiushenko as a case study. The research demonstrates that the video themes have evolved in sync with the changing needs of Ukrainians: from crisis survival in the early stages of the war to issues of adaptation, employment, and reflection on social status. In such cases, YouTube serves as a distinctive indicator of the stages of migrant integration, capturing the transition from a state of survival to the formation of new models of self-realisation.

**Keywords:** YouTube content; migration; media; adaptation; communication.