МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Телевізійна журналістика в період російсько-української війни: платформи, жанри, тематика»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0614-ж-з
Спеціальності С7 «Журналістика»
(освітня програма «Журналістика»).
Паламарчук П.І.
Керівник: к. пед. н., доцент
Костюк В.В.
Рецензент: к. філол. н., доц.
Іванець Т.О.

Запоріжжя – 2025

ЗМІСТ

Реферат 3
Завдання 5
Вступ 7
Розділ 1. Теоретичні основи дослідження телевізійної журналістики в умовах воєнного стану 10
1.1 Телевізійна журналістика: поняття та специфіка 10
1.2 Роль медіа під час повномасштабного вторгнення 18
1.3 Психологічні та етичні аспекти роботи журналіста під час воєнного стану 25
Розділ 2. Сучасні платформи української журналістики 33
2.1 Переорієнтація українського телевізійного контенту на цифрові платформи в умовах повномасштабного вторгнення рф 33
2.2 Аналіз використання платформ медіа (на прикладі обраних телеканалів) 46
Розділ 3. Тематичне та жанрове наповнення телевізійного контенту під час воєнного стану 58
3.1 Структура контенту та основні тематичні напрями «11 каналу» 58
3.2 Особливості наповнення та тематичні акценти «ICTV» 66
3.3 Загальна характеристика і тематичне наповнення «Суспільного мовлення» 72
Висновки 80
Список використаних джерел 83
Додаток А. Ключові документи з журналістської етики (за Б. Синчаком) 88
Додаток Б. Тематичне наповнення новинного блоку «11 каналу» 89
Додаток В. Тематичне наповнення новинного блоку каналу «ICTV» 92
Додаток Г. Тематичне наповнення новиного блоку «Суспільного мовлення» 94
Декларація академічної доброчесності 96

РЕФЕРАТ

Тема магістерської роботи: Телевізійна журналістика в період російсько-української війни: платформи, жанри, тематика

Обсяг основного тексту: 75 сторінок

Кількість використаних джерел: 55

Мета дослідження: обґрунтувати та дослідити вплив російсько-української війни на функціонування телевізійної журналістики в Україні, а також визначити її трансформації щодо платформ, жанрів та тематики.

Мета роботи передбачає виконання таких **завдань**:

1) вивчити теоретичні засади функціонування телевізійної журналістики в умовах воєнних конфліктів;

2) проаналізувати вплив воєнного часу на специфіку роботи телевізійних медіа в Україні;

3) дослідити особливості використання різних телевізійних платформ для поширення інформації під час воєнного стану;

4) з'ясувати тематичні пріоритети та наративи українського телевізійного контенту в період російсько-української війни.

Об'єктом дослідження є канали «ICTV», «11 канал» та «Суспільне мовлення».

Предметом дослідження є процес функціонування та трансформації української телевізійної журналістики в умовах повномасштабної війни.

Отримані результати: здійснено аналіз трансформацій телевізійної журналістики в умовах повномасштабної війни, виявлено зміни у використанні платформ, адаптацію жанрової палітри та еволюцію тематичних пріоритетів. Досліджено вплив воєнного часу на специфіку роботи українських медіа. Обґрунтовано наукову новизну дослідження, що полягає у розширенні знань про функціонування медіа в умовах воєнного стану.

Ключові слова: телевізійна журналістика, війна, платформи, жанри, тематика, медіа, інформаційна політика, комунікації.

SUMMARY

Master's thesis topic: Television journalism during the Russian–Ukrainian war: platforms, genres, themes

Volume of the main text: 75 pages

Number of sources used: 55

Research aim: to substantiate and examine the impact of the russian–ukrainian war on the functioning of television journalism in Ukraine, as well as to identify its transformations in terms of platforms, genres, and thematic directions.

The aim of the study involves fulfilling the following objectives:

1) to study the theoretical foundations of television journalism functioning during armed conflicts;

2) to analyze the impact of wartime conditions on the specific features of television media operations in Ukraine;

3) to examine the peculiarities of using various television platforms to disseminate information under martial law;

4) to determine the thematic priorities and narratives of Ukrainian television content during the Russian–Ukrainian war.

Object of the research: the TV channels ICTV, 11 Channel, and Suspilne.

Subject of the research: the functioning and transformation processes of Ukrainian television journalism during the full-scale war.

Research findings: the study provides an analysis of the transformations in television journalism under the conditions of full-scale war, identifies changes in platform usage, the adaptation of genre structures, and the evolution of thematic priorities. It examines the influence of wartime conditions on the operational specifics of ukrainian media. The scientific novelty of the research is substantiated, consisting in expanding knowledge about media functioning under martial law.

Keywords: television journalism, war, platforms, genres, themes, media, information policy, communications.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет _____Журналістика_____
Кафедра _____Журналістики_____
Рівень вищої освіти _____Магістр_____
Спеціальність _____061 Журналістика_____
(код та назва)
Освітня програма _____ Журналістика_____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

«_____»_____20__року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТЦІ

(прізвище, ім'я, по батькові)

Паламарчук Поліні Ігорівні

1.Тема роботи «Телевізійна журналістика в період російсько-української війни: платформи, жанри, тематика»

керівник роботи Костюк В. В, к. пед. н., доцент ,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом ЗНУ від «12» березня 2025 року № 379-с

2. Строк подання студентом роботи (проєкту) 27 листопада 2025 року

3. Вихідні дані до роботи: праці вітчизняних та зарубіжних медіадослідників: О. Байкєніч, Ю. Візниця, І. Михайлина.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): вивчити теоретичні засади функціонування телевізійної журналістики в умовах воєнних конфліктів; проаналізувати вплив воєнного часу на специфіку роботи медіа в Україні; дослідити особливості використання платформ для поширення інформації під час воєнного стану; з'ясувати провідні тематичні пріоритети та наративи українського телевізійного контенту в період російсько-української війни.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Костюк В.В.	01.06.2025	09.10.2025
Розділ 1	Костюк В.В.	10.06.2025	30.07.2025
Розділ 2	Костюк В.В.	01.09.2025	30.09.2025
Розділ 3	Костюк В.В.	01.10.2025	30.10.2025
Висновки	Костюк В.В.	01.11.2025	08.11.2025

6. Дата видачі завдання 25.04.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	Червень 2025 р.	Виконано
2	Збір матеріалів для аналізу	Липень 2025 р.	Виконано
3	Підготовка Розділу 1	Липень-серпень 2025 р.	Виконано
4	Підготовка Розділу 2	Серпень-вересень 2025 р.	Виконано
5	Підготовка Розділу 3	Жовтень 2025 р.	Виконано
6	Формулювання вступу, висновків, оформлення роботи	Жовтень 2025 р.	Виконано
7	Одержання відгуку та рецензії, проходження нормоконтролю	Листопад 2025 р.	Виконано
8	Захист роботи	Грудень 2025 р.	Виконано

Студент _____ П. І. Паламарчук

(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проєкту) _____ _В.В. Костюк___

(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ __Н.В. Романюк___

(підпис) (ініціали та прізвище

ВСТУП

Сучасний медійний простір, особливо в умовах повномасштабної військової агресії, відіграє ключову роль у формуванні суспільної свідомості, інформуванні громадян та протидії дезінформації. Телевізійна журналістика, як один із найвпливовіших видів медіа, перебуває в епіцентрі цих процесів, адаптуючись до викликів воєнного стану та змінюючи свої формати, жанри та тематику. Важливість цього дослідження полягає у глибокому розумінні трансформаційних процесів у сфері медіа, а також у можливості внести свій внесок у розвиток теорії та практики журналістики в екстремальних умовах.

Актуальність теми. В умовах російсько-української війни, що триває з 2014 року, а особливо загострилася з 24 лютого 2022 року, телевізійна журналістика переживає безпрецедентні трансформації. Вона стає не лише основним джерелом інформації для мільйонів українців, але й потужним інструментом національного єднання, формування стійкості та протидії ворожій пропаганді. Водночас, війна висуває нові вимоги до професійної діяльності журналістів, актуалізуючи питання про специфіку висвітлення конфлікту, етичні дилеми, збереження балансу між інформативністю та психологічним впливом на аудиторію. Незважаючи на значну кількість досліджень у галузі медіа в умовах конфліктів, вивчення саме українського досвіду телевізійної журналістики під час поточної війни, з урахуванням зміни платформ, жанрових особливостей та тематичних пріоритетів, залишається недостатньо висвітленим у науковій парадигмі. Саме тому важливо приділяти особливу увагу зазначеному аспекту журналістикознавчої науки.

Мета кваліфікаційної роботи магістра полягає у визначенні та всебічному вивченні трансформацій телевізійної журналістики в Україні в умовах повномасштабної російсько-української війни, аналізі особливостей її функціонування на різних платформах, дослідженні жанрових змін та тематичних пріоритетів.

Відповідно до поставленої мети сформульовано такі *завдання*:

1) вивчити теоретичні засади функціонування телевізійної журналістики в умовах соціальних катаклізмів та воєнних конфліктів.

2) проаналізувати вплив воєнного часу на специфіку роботи телевізійних медіа в Україні.

3) дослідити особливості використання різних телевізійних платформ (ефірне мовлення, супутникове ТБ, онлайн-платформи) для поширення інформації під час воєнного стану.

4) з'ясувати провідні тематичні пріоритети та наративи українського телевізійного контенту в період російсько-української війни.

Об'єктом дослідження є телевізійні канали, зокрема: «ICTV», «11 канал» та «Суспільне мовлення».

Предмет дослідження – процес функціонування та трансформації української телевізійної журналістики в умовах повномасштабної російсько-української війни.

Теоретико-методологічна основа дослідження. Теоретико-методологічну основу дослідження становлять праці провідних українських та зарубіжних науковців у галузі журналістикознавства, медіакомунікацій, соціології, психології та конфліктології. Ці наукові розробки дозволяють всебічно розглянути трансформації телевізійної журналістики в умовах воєнного часу. Зокрема, були використані концепції таких авторів: О. Байкєніч [1**Error! Reference source not found.**], Ю. Візниця [7**Error! Reference source not found.**], І. Михайлина [23**Error! Reference source not found.**].

Ці наукові розробки забезпечують міцну теоретичну базу для аналізу трансформацій у телевізійній журналістиці в умовах російсько-української війни, дозволяючи поглянути на проблему з різних боків та виявити її багатоаспектність.

Наукова новизна дослідження полягає у:

1) розширенні та доповненні відомих даних про функціонування телевізійної журналістики в умовах тривалого військового конфлікту, зокрема в

контексті повномасштабної війни, що триває в Україні. Дослідження додає нові елементи до розуміння специфіки роботи медіа в екстремальних умовах;

2) уточненні та конкретизації відомих даних щодо адаптації телевізійних жанрів до викликів воєнного часу, поширенні відомих результатів аналізу медіаконтенту на новий клас об'єктів (актуальні тематичні наративи та їх подача в умовах воєнного стану);

3) розкритті впливу трансформацій медійних платформ на виробництво та розповсюдження телевізійного контенту під час військових дій.

Методи дослідження: аналіз, узагальнення, систематизація, порівняння, контент-аналіз, моніторинг медіа

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що матеріали та висновки роботи можуть бути використані:

1) журналістами та редакторами телевізійних каналів для оптимізації створення контенту в умовах воєнного часу;

2) викладачами вищих навчальних закладів при розробці лекційних курсів та семінарських занять з телевізійної журналістики, воєнної журналістики та медіакомунікацій;

3) практикуючими медіатренерами та консультантами для підвищення кваліфікації журналістів;

4) органами державної влади та громадськими організаціями для розробки стратегій інформаційної політики та протидії дезінформації.

Теоретичне значення роботи полягає у систематизації та поглибленні наукових знань про функціонування телевізійної журналістики в умовах військових конфліктів, що може стати основою для подальших комплексних досліджень у галузі медіакомунікацій та воєнної журналістики. Результати дослідження збагачують українське журналістикознавство новими емпіричними даними та теоретичними узагальненнями.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг

роботи становить 94 сторінки, включаючи 6 таблиць, 7 рисунків, 55 джерел, 4 додатки.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

1.1 Телевізійна журналістика: поняття та специфіка

Телевізійна журналістика – одна з найвпливовіших форм сучасної комунікації, що поєднує зображення, звук і текст для передачі новин, аналізу подій і формування громадської думки. Її головна перевага – візуальна присутність, яка дозволяє глядачу емоційно залучитися до подій і відчути їхню достовірність. Як зазначають М. Верьовко, В. Іванов та В. Різун, на відміну від друкованих або радіо, телебачення створює ефект «присутності» на місці подій [6].

Ключовою характеристикою є оперативність – можливість швидко транслювати події з будь-якої точки світу. Це вимагає високої професійності, відповідальності та технічної підготовки. Розвиток цифрових технологій значно розширив можливості тележурналістики, включно з прямими трансляціями, онлайн-платформами та інтерактивною взаємодією з аудиторією.

На думку З. Дмитровського, телебачення виконує низку важливих функцій:

- інформаційну – об'єктивне інформування суспільства;
- аналітичну – пояснення причинно-наслідкових зв'язків;
- соціальну – висвітлення суспільних проблем, контроль влади;
- культурно-просвітницьку – популяризація знань і культури;
- розважальну – залучення аудиторії через легкі формати [11].

Жанрова структура тележурналістики охоплює три основні групи:

Інформаційні жанри – новини, замітка, репортаж, інтерв'ю (інформаційне), хроніка. Їхнє завдання – оперативне, об'єктивне повідомлення фактів.

Аналітичні жанри – коментар, аналітична передача, ток-шоу, дискусія, огляд, кореспонденція. Ці жанри спрямовані на пояснення, аналіз і оцінку подій.

Публіцистичні жанри – документальний фільм, телевізійний нарис, портрет, есе, які поєднують журналістику з елементами художньої творчості [11].

Сучасні тенденції розвитку тележурналістики сприяють появі гібридних форм, що поєднують інформативність із аналітичними та художньо-образними засобами, наприклад, інфотейнмент, докудрама, реаліті-документальні формати тощо.

Окремо слід наголосити на соціальній відповідальності телебачення. У часи інформаційних війн журналісти мають дотримуватися стандартів достовірності, неупередженості та поваги до аудиторії. Відповідальність за вплив на суспільну свідомість зобов'язує до етичності й професійності.

Отже, телевізійна журналістика – це поєднання інформаційної глибини, технічної майстерності та високих моральних принципів, що робить її важливим інструментом у формуванні сучасного інформаційного простору.

Телебачення, як невід'ємна частина сучасного життя, постійно розвивається, породжуючи різноманітні форми, типи та жанри екранної продукції. Ця еволюція медіа відкриває нові можливості для інформування та взаємодії з аудиторією.

Дослідження наукової літератури показує, що щодо типології жанрів екранної продукції не існує єдиної, уніфікованої точки зору. Ця розбіжність у підходах свідчить про складність і багатогранність телевізійної творчості. Цей підхід є одним із найбільш поширених і визнаних у професійному середовищі.

Український дослідник І. Михайлин пропонує більш глибоке та обґрунтоване визначення поняття «жанр». На його думку, «Жанри – це комунікативні канали для певного роду інформації. Неправильно пов'язувати

жанр лише з формою журналістського твору, хоча б і такою, що склалася в глибинах історії й стабілізувалася в своїх структурних ознаках. Жанр – це змістовно-формальна єдність» [23, с. 368]. Це визначення розширює розуміння жанру за межі суто зовнішніх ознак, наголошуючи на його нерозривному зв'язку зі змістом і комунікативною метою.

Загалом, телевізійна журналістика значною мірою успадкувала свій класичний жанровий арсенал від літератури. Більшість дослідників дотримуються традиційної класифікації жанрів телевізійної журналістики, яка передбачає поділ на три основні типи: інформаційні, аналітичні та художньо-документальні. Розбіжності в думках виникають, коли мова заходить про більш детальну класифікацію та поділ цих основних груп на дрібніші форми. Проте існують і практики, які пропонують нові, іноді суперечливі для багатьох дослідників версії.

Як зазначає В. Різун, типологія жанрової структури традиційно починається з інформації. До інформаційних жанрів відносять оперативні усні повідомлення, відеосюжети, короткі інтерв'ю та репортажі. Ці форми покликані максимально швидко та фактично висвітлювати події. До аналітичних жанрів, за вченим, належать такі форми, як бесіда, коментар, огляд, дискусія, пресконференція, ток-шоу, тобто ті, що забезпечують глибше осмислення подій, розкриття контексту та інтерпретацію фактів [34].

Отже, жанрова система телевізійної журналістики є складною та багатогранною, відображаючи як традиційні підходи, так і нові тенденції, що з'являються під впливом технологічного прогресу та суспільних змін. Розуміння цієї типології є ключовим для ефективної професійної діяльності та створення якісного медіапродукту.

Замітка, яку також нерідко називають хронікальним повідомленням, є базовим інформаційним жанром журналістики. Це коротке повідомлення, яке лаконічно викладає певний факт. Як наголошує В. Різун, «…замітка – це найпростіший і водночас один із найефективніших засобів донесення

інформації до масової аудиторії. Вона формує основу для оперативної журналістики та сприяє швидкому орієнтуванню суспільства в подіях» [34].

Український дослідник І. Михайлин, погоджуючись із загальноприйнятими підходами, доповнює, що «…замітка – найпростіший жанр оперативного газетного повідомлення. Його головні властивості: стислість у подачі новини, ощадливість тексту… точність і зрозумілість його для масової аудиторії». Ці характеристики підкреслюють пріоритет оперативності та доступності інформації [23, с. 378].

Нерідко на телебаченні можна зустріти замітку у виключно вербальній формі, тобто як усне повідомлення без відеоряду. Таке рішення є виправданим у випадках, коли подія становить безумовний суспільний інтерес, але зйомки з певних причин неможливі або відеоматеріали ще не були отримані чи змонтовані. За визначенням В. Різуна, «Телевізійне усне повідомлення – це форма найшвидшої передачі факту, яка дозволяє оперативно повідомити аудиторію про подію навіть без візуального супроводу» [34]. Такий формат новини одним реченням дає відповіді на ключові запитання: хто, що, де і коли зробив. Однак причинно-наслідкові зв’язки, а також відповіді на запитання «як?» і «чому?» залишаються поза межами повідомлення. Цей журналістський жанр не передбачає глибокого аналізу. Новина, що потребує докладнішого висвітлення, отримує коментар або розширене трактування – але це вже завдання інших жанрових форм телевізійної журналістики.

Як зазначає В. Шевченко, підготовка та подача усного повідомлення в ефір зводиться до ретельного відбору, редагування та прямої передачі у кадрі. Дослідниця підкреслює, що критеріями такого відбору є «…суспільна значущість, інформаційна насиченість або пізнавальна цінність події» [50].

Наступним важливим інформаційним жанром є звіт. За визначенням І. Михайлина, «Звіт – це інформаційне повідомлення про роботу та перебіг заходу, у якому брала участь певна група людей, що вирішували суспільно важливі питання» [23, с. 379**Error! Reference source not found.**]. До таких заходів можна віднести засідання органів влади, наукові форуми, конференції

трудових колективів, спортивні події або культурні акції. Як зауважує В. Шевченко, «Звіт є способом документального інформування, який дозволяє зафіксувати хід подій, не обов’язково вдаючись до авторського оцінювання чи глибокої аналітики» [50]. Важливою умовою якісного звіту є безпосередня присутність журналіста на місці події, що дозволяє створити точну й об’єктивну передачу змісту заходу. Звіт може виходити в ефір без коментарів, особливо у випадках, коли необхідно забезпечити нейтральність і повноту демонстрації події – наприклад, трансляції офіційних виступів чи засідань.

Інтерв'ю (від англ. *interview* – буквально зустріч) – це «…жанр публіцистики, що представляє собою розмову журналіста з соціально значущою особистістю з актуальних питань» [11]. Телевізійне інтерв'ю збагатило цей жанр істотною якістю – видовищністю. Завдяки аудіовізуальному характеру телевізійної комунікації джерелом інформації стає не лише мова з усім багатством її інтонаційного та емоційного забарвлення, але й міміка, жести, поведінка співрозмовників, а нерідко й їхнє навколишнє середовище (інтер’єр приміщення, ландшафт, оточуючі люди). Отже, «…інтерв’ю для журналіста – це, з одного боку, спосіб отримання інформації шляхом безпосереднього спілкування з людиною, яка володіє цією інформацією, а з іншого – жанр у формі бесіди, діалогу, в якому журналіст на екрані за допомогою системи запитань допомагає співрозмовнику якомога повніше, логічно розкрити задану тему в процесі телевізійної передачі» [11]. О. Костенко висуває дещо ексцентричну думку: «Інтерв’ю завершує піраміду інформаційних жанрів, це ще не аналітика, але – верхівка інформаційних жанрів» [16]. Ця думка має право на існування, оскільки в ній є частка істини, адже інтерв'ю може містити елементи аналізу, хоча його основна функція все ж інформаційна.

Водночас у системі телевізійної журналістики аналітичні жанри посідають особливе місце, оскільки їхнє призначення полягає не лише в інформуванні, а й у глибокому осмисленні подій, виявленні причинно-наслідкових зв’язків та формуванні експертних оцінок. Ці жанри вимагають від

журналіста не просто фіксації фактів, а й здатності до аналізу, узагальнення та прогнозування [8].

Також виділяють репортаж – жанр журналістики, що забезпечує оперативне й наочне відтворення події крізь призму світогляду автора як її учасника або очевидця. Його основою є метод спостереження, тому безпосередня присутність журналіста на місці подій є необхідною умовою. Репортаж передбачає послідовну фіксацію перебігу події, виокремлення ключових етапів та спостереження за поведінкою учасників і свідків [52].

Першим у групі аналітичних жанрів є коментар. Це одна з форм оперативного аналітичного матеріалу, що пояснює суть актуальної суспільно-політичної події, документа, явища тощо. Як зазначає В. Різун, «Коментар у тележурналістиці – це насамперед авторська аналітика, нерідко представлена у форматі виступу в кадрі» [34]. Коментар належить до аналітики саме тому, що коментатор, дотримуючись своєї головної мети, виявляє причинно-наслідкові зв'язки між подіями, розглядає потенційні наслідки того, що відбувається. В основі жанру лежить виразна авторська позиція, що ґрунтується на глибокому аналізі та розумінні контексту. Як і деякі інші жанри, коментар може органічно входити до структури більших програм – від новинних блоків до авторських телепроєктів.

Огляд – ще одна ключова форма аналітичної журналістики. І. Михайлин так визначає його: «Жанр, метою якого є ознайомлення аудиторії з перебігом подій за тривалий проміжок часу або за певним тематичним принципом» [23, с. 381-382]. Такий жанр вимагає від журналіста не тільки знань, але й вміння аналізувати, групувати факти, знаходити між ними зв'язки. За словами Т. Шевченко, «…огляд у телевізійній журналістиці – це жанр, де фактологічна основа поєднується з авторським осмисленням, а події подаються в системі координат часу, простору й соціального значення» [50].

По-перше, огляд відрізняється фактологічною основою: факти ретельно добираються, структуруються і подаються відповідно до певної логіки. По-друге, оглядач висвітлює факти у взаємозв'язку, виявляючи неочевидні

тенденції. По-третє, жанр характеризується масштабністю: на відміну від коментаря, огляд охоплює ширший простір тематики та часу. По-четверте, інформація в огляді часто структурується за хронологічним принципом, що сприяє кращому розумінню динаміки подій.

Серед актуальних жанрів тележурналістики особливе місце займає ток-шоу. На жаль, класичні дослідники жанрів журналістики не приділяють цьому формату належної уваги. Проте фахівці, зокрема Н. Романенко та А. Москаленко, розглядають ток-шоу як «…різновид розмовного жанру, адаптованого до телебачення, запозиченого із західної культури, але глибоко інтегрованого в український інформаційний простір» [26; 35].

На думку дослідників, ток-шоу – це синтетичний жанр, який поєднує елементи інтерв'ю, дискусії, полеміки, інколи навіть художньої імпровізації. У ньому беруть участь експерти, фахівці, політики, зірки, а також представники громадськості. Комунікація між ними зазвичай модерується ведучим – медіа-модератором або медіа-посередником.

Ток-шоу має персоніфікований характер, оскільки харизма, інтелектуальні та комунікативні здібності ведучого відіграють ключову роль у сприйнятті передачі. Саме тому, як зазначає В. Шевченко, «…ток-шоу формує зірок, і водночас зірки формують жанрову специфіку ток-шоу» [50].

В останні роки цей жанр набуває нових рис – підвищується емоційність, загострюється конфліктність, формується атмосфера шоу. Проте його головною функцією залишається соціальна комунікація – обговорення актуальних тем з різних поглядів і формування суспільної думки в прямому чи відкладеному ефірі.

Наступним аналітичним жанром дослідники виділяють прес-конференцію. Пресконференція – «…різновид інтерв'ю з великим числом інтерв'юерів, які задають питання одному або декільком добре обізнаним в якійсь області особам… Короткий інструктаж для журналістів, що орієнтує їх у програмі тієї або іншої важливої події та бажаних аспектах його освітлення, називається брифінгом» [40]. Однак не слід розуміти брифінг лише як спробу

представників урядової установи вплинути на хід висвітлення тієї чи іншої кампанії. Будь-яка пресконференція може стати одночасно телевізійною передачею – у тому випадку, якщо її тема представляє загальний інтерес. Телевізійна пресконференція, яка вимагає, як і кожна студійна передача, режисерського монтажу, зазвичай не піддається скороченням або йде у прямий ефір. Пресконференція володіє певними усталеними традиціями та правилами, які кожен її учасник повинен знати і неухильно дотримувати.

Окреме місце в аналітичній публіцистиці посідає кореспонденція, хоча цей термін не набув широкого поширення на телебаченні. Подібно іншим аналітичним жанрам, кореспонденція прийшла на телебачення з газети та радіомовлення. На телебаченні замість «кореспонденція» прийнято говорити просто: «передача». Це аналітичний жанр, який розробляє на конкретному матеріалі ту чи іншу актуальну проблему, взяту в досить обмеженому масштабі. Тематика практично безмежна: сільське господарство, мистецтво, бізнес, винахідництво, події міжнародного життя тощо. По суті, «…телевізійна передача – екранний еквівалент газетно-журнальної кореспонденції чи проблемної статті» [24].

Таким чином аналітичні жанри телевізійної журналістики є ключовим інструментом для глибокого осмислення суспільних подій, надання контексту та формування обґрунтованих висновків, забезпечуючи аудиторію не лише інформацією, а й розумінням складних процесів.

Наступна група жанрів, яку ми розглянемо, – це художні жанри. Хоча вони, можливо, не є центральними для нашої основної теми, пов’язаної з телевізійною журналістикою в умовах воєнного стану, їхнє розуміння є важливим для повного уявлення про багатогранність телевізійної продукції. Ці жанри часто перетинаються з публіцистикою, додаючи їй глибини та емоційного забарвлення.

Особливе місце в екранній публіцистиці посідає сатиричний розділ програми. Своєрідність сатиричних жанрів у телевізійній програмі пояснюється тим, що саме сатира покликана виконувати надзвичайно важливу функцію

соціального «чистильника», викриваючи суспільні пороки, вади та недоліки. Документальна природа телебачення багаторазово збільшує дієвість сатиричних телепередач і одночасно вимагає величезної відповідальності журналіста, його граничної чесності як перед тими, кого він критикує, так і перед глядачами.

Сучасний глядач потребує чогось нового, «свіжого», нестандартного та різноманітного, тому телевізійні журналісти постійно намагаються створити щось універсальне для вибагливих споживачів. Ця універсальність досягається завдяки поєднанню старих жанрів. Взаємодія цих компонентів народжує унікальний телевізійний продукт. Нові дослідники та практики додають до традиційних жанрів частинки розважальності, різних емоцій та певних настроїв, що призводить до появи таких гібридних форм, як інфотейнмент (поєднання інформації та розваги), тележурнал, скетч-шоу, реаліті-шоу та багато інших. Це підкреслює динамічність розвитку телевізійної журналістики та її постійну адаптацію до потреб аудиторії та технологічних можливостей.

1.2 Роль медіа під час повномасштабного вторгнення

В умовах повномасштабної війни роль медіа кардинально змінюється, набуваючи критичного значення для національної безпеки, суспільної єдності та міжнародної позиції держави. Медіа не лише інформують суспільство про події на фронті та в тилу, а й відіграють ключову роль у формуванні національної єдності, протидії ворожій пропаганді та забезпеченні міжнародної підтримки. Зміни до Наказу №73 Головнокомандувача Збройних сил України «Про організацію взаємодії між Збройними силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану» [32], які почали діяти в лютому 2024 року, мають на меті спростити доступ акредитованих журналістів до роботи в зоні бойових дій, чітко розмежувавши зони доступу: червону, жовту та зелену. Ці зміни безпосередньо впливають на практичне застосування теоретичних засад роботи

медіа в умовах воєнного стану, які включають інформаційну, мобілізаційну, контрольну, комунікаційну та соціокультурну функції.

Головною новацією Наказу № 73 є спрощення доступу акредитованих журналістів до роботи в зоні бойових дій. Це критично важливо для реалізації інформаційної функції медіа. Раніше, незважаючи на необхідність оперативного висвітлення подій, журналісти часто стикалися з бюрократичними перешкодами. Новий наказ дозволяє медійникам швидше та ефективніше отримувати інформацію, що є запорукою достовірності та своєчасності повідомлень.

Наприклад, робота в «червоній зоні» охоплює пункти управління військ, військові позиції та місця виконання бойових завдань. Раніше ця зона була повністю закритою для журналістів. Тепер, хоча і з обмеженнями, можливість роботи там з'явилася. Остаточне рішення ухвалює командувач відповідного угрупування військ, а журналісти мають звертатися до Управління зв'язків з громадськістю ЗСУ або Управління преси та інформації МО. Це дозволяє медіа документувати та поширювати інформацію про воєнні злочини та дії агресора безпосередньо з місця подій, що посилює комунікаційну функцію на міжнародному рівні. Важливою умовою є узгодження відзнятого матеріалу, що дозволяє уникнути розголошення інформації, яка може загрожувати безпеці операцій.

Робота в «жовтій зоні» охоплює пункти постійної дислокації, райони відновлення боєздатності та райони виконання бойових завдань загальновійськових підрозділів. Доступ до неї значно спрощується, особливо у населених пунктах, куди можуть вільно заїхати цивільні. Журналісти можуть працювати без супроводу пресофіцера в межах погодженого маршруту. Це дозволяє медіа більш оперативно та самостійно висвітлювати життя цивільного населення в прифронтових містах, наслідки обстрілів та роботу волонтерів, що посилює їхню роль у наданні психологічної підтримки та мотивації до участі у волонтерському русі. Супровід пресофіцера залишається обов’язковим лише для роботи з військовими або на військових об’єктах.

Наказ № 73 також визначає чіткі правила взаємодії між журналістами та військовими, що безпосередньо впливає на мобілізаційну та консолідуючу функції медіа. Узгодження інтерв'ю з військовими тепер спрощене: для спілкування з командиром роти не потрібен дозвіл головнокомандувача, достатньо згоди його прямого командира [32].

Ще одним важливим аспектом є пересування в комендантську годину. Прескарта ЗСУ дає право медійникам працювати в районах проведення бойових дій та вільно пересуватися під час комендантської години в зоні бойових дій, але не в тилу.

Зміни в Наказі №73, спрощуючи роботу журналістів, опосередковано підсилюють і соціокультурну та комунікаційну функції медіа. Більша присутність журналістів на фронті та в прифронтових районах дозволяє глибше занурюватися в теми, що стосуються збереження національної ідентичності, документування людських історій та протидії російським наративам. Чим більше якісних, достовірних матеріалів з місця подій, тим ефективніше українські медіа можуть доносити правду до світової спільноти та формувати проукраїнські настрої [32].

Фундаментальна інформаційна функція медіа в умовах воєнного стану набуває особливої гостроти. Потреба суспільства в оперативній та достовірній інформації про хід бойових дій, наслідки обстрілів, дії уряду та міжнародну підтримку зростає численно. Однак ця оперативність має бути врівноважена вимогами достовірності та перевірки фактів. В умовах гібридної війни, де дезінформація та пропаганда є потужною зброєю агресора, медіа стають ключовим бар'єром проти фейків та маніпуляцій. Журналісти мають не лише повідомляти про події, а й надавати контекст, пояснювати їхні причини та можливі наслідки. Це включає оперативне висвітлення подій – швидку передачу новин з фронту, інформацію про безпекову ситуацію в містах, повідомлення про дії влади, що життєво важливо для цивільного населення, яке потребує вказівок щодо безпеки та евакуації. Водночас, в умовах інформаційного хаосу, викликаного військовими діями, поширенням фейків та чуток, медіа зобов'язані

ретельно перевіряти кожен факт, перш ніж подавати його в ефір чи на шпальти. Співпраця з офіційними джерелами, такими як Генеральний штаб, Міністерство оборони, органи влади, стає обов'язковою, але при цьому важливо зберігати незалежність та критичне мислення. Медіа також мають активно виявляти та викривати ворожу пропаганду, пояснювати аудиторії її механізми та цілі, що може бути реалізовано через фактчекінг-рубрики, аналітичні матеріали, що розвінчують міфи, та освітні програми з медіаграмотності. Окрім того, документування та поширення інформації про воєнні злочини, злочини проти людяності та порушення міжнародного права є надзвичайно важливою місією медіа для притягнення винних до відповідальності та формування міжнародної підтримки [2].

Незважаючи на обмеження та специфіку воєнного часу, медіа не втрачають своєї контрольної функції. Вони продовжують виконувати роль «четвертої влади», хоча й з урахуванням нових реалій. Це передбачає моніторинг діяльності влади, під час якого медіа стежать за ефективністю дій уряду, місцевих адміністрацій, правоохоронних органів щодо забезпечення потреб армії та цивільного населення, боротьби з корупцією, розподілу гуманітарної допомоги. Це допомагає запобігти зловживанням та підвищити ефективність управління в умовах воєнного стану. Журналісти виявляють і висвітлюють проблеми та виклики, що виникають у суспільстві та на фронті (наприклад, логістичні труднощі, нестача певного обладнання, бюрократія), привертаючи до них увагу та сприяючи їх вирішенню. Забезпечення платформи для громадської дискусії щодо важливих питань, пов'язаних з війною, хоча й з певними обмеженнями, зумовленими військовою цензурою та безпековими міркуваннями, також є частиною цієї функції. Це може стосуватися обговорень щодо відбудови, соціальної адаптації ветеранів, розвитку волонтерського руху. Медіа зобов'язані захищати права людини, висвітлюючи випадки порушення прав громадян, зокрема тих, хто постраждав від бойових дій, внутрішньо переміщених осіб, військовослужбовців та їхніх родин [2].

В умовах повномасштабного вторгнення комунікаційна функція медіа виходить далеко за межі внутрішнього інформування, стаючи інструментом міжнародної дипломатії та позиціонування держави. Українські медіа, співпрацюючи з іноземними кореспондентами та з міжнародними медіа, відіграють ключову роль у донесенні правди про війну до світової спільноти. Це допомагає формувати проукраїнські настрої, спонукати уряди інших країн до надання допомоги та посилення санкцій проти агресора. Аналітичні матеріали, що розкривають геополітичні процеси, позиції різних країн, цілі та стратегії міжнародних акторів, допомагають громадянам краще розуміти місце України у світі та значення міжнародної підтримки. Також важливою є активна робота з іноземною аудиторією для протидії російським наративам за кордоном, розвінчування пропаганди, пояснення справжніх причин та характеру воєнного стану, донесення фактів про злочини агресора.

Навіть в умовах воєнного стану медіа зберігають свою соціокультурну та освітню функції, хоча їхній характер може змінюватися. Таким чином, функції медіа в умовах воєнного часу є багатогранними та критично важливими. Вони виходять за межі простого інформування, перетворюючись на потужний інструмент консолідації суспільства, протидії ворожій пропаганді, забезпечення міжнародної підтримки та збереження національної ідентичності. Ефективне виконання цих функцій вимагає від журналістів не лише високої професійної майстерності, а й глибокого розуміння контексту, етичних принципів та почуття соціальної відповідальності. Успіх у відстоюванні національних інтересів значною мірою залежить від того, наскільки якісно та відповідально медіа виконують свою місію в найскладніші часи.

За результатами моніторингового дослідження, проведеного Інститутом масової інформації у жовтні 2024 року, висвітлення мобілізаційних процесів у провідних українських онлайн-медіа стало помітно емоційнішим. Хоча більшість публікацій зберігає нейтральний тон, спостерігається зростання частки матеріалів як негативного, так і, меншою мірою, позитивного характеру [14].

Дотримання журналістами нейтрального тону ускладнюється через низку негативних подій, які створюють складний інформаційний фон. Зокрема, регулярні звіти правоохоронних органів про корупційні схеми у мобілізаційній системі та часті публічні сутички між представниками ТЦК і цивільними особами наповнюють інформаційний простір негативом, який майже неможливо повністю нейтралізувати при подачі новин. Така ситуація негативно позначається на моральному стані населення країни, що перебуває у стані війни, а велика кількість повідомлень про корупцію поглиблює суспільну недовіру щодо існування справедливої мобілізації.

Дослідження також акцентує на пасивній позиції державних органів у комунікації: влада нехтує створенням позитивного наративу про мобілізацію. Тоді як атмосфера тиску на ухилянтів підтримується, вияви позитивної мотивації для вступу до Сил оборони трапляються вкрай рідко. Спроби посадовців критикувати хабарників і обіцяти викорінення корупції також рідко дають позитивний результат, оскільки загальний контекст їхніх заяв найчастіше залишається негативним.

Крім того, зафіксовані й проколи з боку самих медіа. Моніторинг виявив випадки, коли різні видання подавали новини про один і той самий факт з протилежним емоційним навантаженням, що може свідчити або про недостатнє редакційне опрацювання, або про вплив особистого ставлення журналіста/редактора, що є порушенням стандартів якісної журналістики. На загальну емоційну картину також негативно вплинули маніпулятивні матеріали, спрямовані на лобіювання змін у правилах бронювання, та нечисленні замовні публікації, що експлуатують тему благодійності для покращення іміджу комерційних структур, що є свідомим обходом професійних стандартів 13.

Загальний стан висвітлення мобілізаційних процесів вказує на відсутність ініціативи влади щодо формування єдиної та скоординованої інформаційної політики, яка б цілеспрямовано сприяла позитивному іміджу мобілізації в умовах воєнного часу.

Міжнародне гуманітарне право надає журналістам, які перебувають у зонах конфлікту, загальний захист, як цивільним особам, проте містить і низку спеціальних норм. Договірне МГП, що регулює міжнародні збройні конфлікти, передбачає лише дві ключові норми: пункт 4 статті 4А Женевської конвенції III (щодо поводження з військовополоненими) та стаття 79 Додаткового протоколу I (щодо захисту жертв міжнародних збройних конфліктів). Ці положення визначають належність журналістів до категорій осіб, які підлягають захисту (цивільні або військовополонені).

На відміну від цього, для неміжнародних збройних конфліктів відсутні спеціальні конвенційні норми захисту журналістів як окремої категорії. Їм надаються загальні гарантії як особам, які не беруть або припинили брати безпосередню участь у воєнних діях (Спільна стаття 3 Женевських конвенцій).

Більш універсальною є Норма 34 Звичаєвого міжнародного гуманітарного права, яка застосовується до обох типів конфліктів: вона гарантує, що цивільні журналісти у професійних відрядженнях мають право на повагу та захист, поки вони безпосередньо не беруть участі у воєнних діях.

Сучасна доктрина МГП виділяє дві основні категорії журналістів, які працюють у зонах бойових дій, причому обидві вважаються цивільними особами під захистом Женевської конвенції IV та Додаткового протоколу I [13]:

1. Воєнні кореспонденти (прикомандировані): Це журналісти, які акредитовані при збройних силах (за сучасними термінами, «прикомандировані»). Вони мають формальний зв'язок зі збройними силами, прирівнюються до осіб, що супроводжують війська, та можуть бути взяті у полон зі статусом військовополоненого (Женевська конвенція III). Критерієм є наявність належно оформленого дозволу на слідування за збройними силами та посвідчення особи.

2. Незалежні професійні журналісти: Ця категорія відрізняється відсутністю формального зв'язку зі збройними силами. Вони розглядаються як цивільні особи, які перебувають у небезпечних професійних відрядженнях. Стаття 79 Додаткового протоколу I підтверджує, що вони користуються тим же

ступенем захисту, що й мирні жителі. Напад на такого журналіста, як і на будь-яку цивільну особу, кваліфікується як воєнний злочин. Вони можуть отримати посвідчення «журналіста, який перебуває у небезпечному відрядженні», що лише засвідчує їхній статус, але не надає особливих прав.

Крім того, доцільно виділяти військових журналістів, які входять до складу Збройних сил, але є некомбатантами. Вони не є об'єктом нападу, якщо не беруть безпосередньої участі у воєнних діях.

Ключовою умовою для отримання ефективного захисту за нормами МГП є заборона безпосередньої участі журналіста у воєнних діях. Участь у бойових діях, навіть для прикомандированих чи незалежних журналістів, не надає їм статусу комбатанта, але призводить до втрати імунітету від нападу (пункт 3 статті 51 Додаткового протоколу I), перетворюючи їх на законну ціль на період участі. Після припинення участі журналіст знову набуває права на захист 2.

При цьому здійснення професійної діяльності (включно з пропагандистськими матеріалами) та самооборона не вважаються безпосередньою участю у воєнних діях.

Журналіст зобов'язаний ідентифікувати себе як цивільна особа. Симулювання статусу журналіста з метою нападу на супротивника може бути кваліфіковано як віроломство (Стаття 37 Додаткового протоколу I), що тягне за собою відповідальність. Журналісти також можуть нести кримінальну відповідальність за сприяння у вчиненні міжнародних злочинів (геноцид, воєнні злочини, злочини проти людства).

1.3 Психологічні та етичні аспекти роботи журналіста під час воєнного стану

Повномасштабне вторгнення Росії кардинально змінило український медіапроцес і медіапростір. Як зазначає Ю. Візниця, запровадження воєнного стану в Україні створило якісно нові умови для створення та поширення інформації [7]. У перші тижні воєнного стану було ухвалено низку нормативних

актів, що регулюють діяльність українських медіа та поширювачів інформації, зокрема Закон України «Про правовий режим воєнного стану» [33]. Водночас, як підкреслює дослідниця, ці документи не завжди відображали етичні норми роботи журналістів в умовах воєнного стану, залишаючи відповідальність за дотримання професійних стандартів на самих журналістів та редакції.

Журналістська діяльність має відповідати певним стандартам. У нашому дослідженні ми спираємося на визначення М. Тимошика, який трактує стандарти журналістики як каскадний набір критеріїв, принципів та правил для професійних журналістів та причетних до медіа. Ці норми містяться у міжнародних, національних, крайових та редакційних кодексах, посібниках, а також в інших правових чи етичних документах. Вчений згрупував ці стандарти за двома критеріями: типологією (декларації, кодекси, канони, принципи, закони) та юрисдикцією (міжнародні, національні, корпоративні, редакційні документи) [46].

Окрім стандартів, в умовах воєнного стану важливо враховувати принципи інформаційної політики, які суттєво впливають на формування етичних аспектів роботи журналістів. Сьогодні українські дослідники виокремлюють такі ключові принципи:

- системність та об'єктивність подання інформації;
- досягнення балансу інтересів між забезпеченням свободи слова та захистом прав і законних інтересів особи, суспільства і держави, а також їхня взаємна відповідальність;
- гарантування захисту персональних даних та прав, пов'язаних з їхнім обігом;
- контрольованість та вибірковість поширення «чуттєвої» інформації;
- захист національних інтересів, зокрема в сфері інформаційної безпеки;
- забезпечення системності та координації дій органів державного управління і регулювання в інформаційній сфері;

- охорона і захист інформації, зокрема запобігання розголошенню інформації з обмеженим доступом (принцип дотримання вимог державної та військової таємниці);

- недопущення зловживання свободою діяльності засобів масової інформації на шкоду правам і свободам людини [49].

Незважаючи на існування цих стандартів і принципів інформаційної політики, їхня формальна декларованість, нечітке прописування етичних норм та відсутність реальних механізмів притягнення до відповідальності окремих журналістів чи редакційних колективів призвели до того, що чинний в Україні «Кодекс етики українського журналіста» неодноразово піддавався критиці як з боку самих журналістів, так і з боку громадських інституцій.

Українські науковці, такі як О. Кузнєцова [20], Я. Ширченко [**Error! Reference source not found.**], Г. Миролюбенко [22], та інші, ґрунтовно досліджували тему етичних норм у журналістиці, зосереджуючись на моральних і професійних принципах роботи.

О. Кузнєцова представила цілісне бачення українських етичних парадигм у професії, підкреслюючи гуманізм як їхню невід'ємну складову. С. Криворучко однією з перших у незалежній Україні систематизувала підходи до явища журналістської етики, розглядаючи питання з позицій професійної етики в умовах розвитку демократії. Вона наголошувала, що важливість професійної етики полягає у впливі журналістики на мораль суспільства та формування його культури в «перехідний період до демократії» 20.

На думку О. Маруховського, основними етичними засадами професійної діяльності журналіста мають бути: «високий професіоналізм та об'єктивність, освіченість та глибина інтелекту, чесність та порядність, законність та неупередженість, соціальна відповідальність, патріотизм і повага до незалежності та територіальної цілісності України» [21]. Це твердження, як вважає автор, є основою для формування етичних норм роботи журналіста як у звичайних умовах, так і в межах правового режиму воєнного стану

Окрему увагу сьогодні варто приділяти відповідальності за недотримання професійних стандартів у мережі Інтернет. Раніше, як зауважували Х. Мураль та Х. Білограць, через відсутність законодавчого закріплення правового статусу Інтернет-ЗМІ, відповідальність за зміст, достовірність та об'єктивність їхньої продукції була значно меншою, ніж у традиційних медіа [28]. Ця ситуація сприяла перетворенню Інтернету на «інформаційне звалище». Частково вирішити проблему покликаний новоприйнятий Закон «Про медіа» (набрав чинності з 31 березня 2023 року), хоча він і не передбачає обов'язкової реєстрації онлайнових медіа.

У цьому контексті Г. Сафроньєва звертає увагу на проблеми дотримання етичних вимог журналістами, маніпулювання громадською думкою та завуальовану пропаганду цінностей, що відповідають лише груповим, а не загальнолюдським інтересам [36, с. 332-334].

Б. Синчак у своєму дисертаційному дослідженні (Додаток А) визначив низку медійних проблем, які включають перевірку фактів, виправлення неправдивої інформації, антропоцентризм у журналістиці, олігархізацію медіаринку, свободу вибору та медіаграмотність. Автор прямо пов'язує етичні норми діяльності журналіста з питаннями журналістського обов’язку. У дослідженні «Деонтологія журналістської діяльності: виклики, дилеми, тенденції» він також згрупував основні міжнародні та українські нормативно-правові документи з журналістської етики, що використовуються в практиці роботи медіа [37].

Професійні стандарти, закріплені в міжнародних та українських документах і рекомендаціях, формують теоретичну основу для дослідження належного дотримання журналістами професійних норм. Хоча ці стандарти здебільшого мають рекомендаційний характер, діяльність журналістів і медіа також регламентується нормативно-правовою базою, що включає Конституцію України, Закони України «Про інформацію» та «Про медіа», а також Кримінальний кодекс України. Статті цих документів прямо чи опосередковано регулюють діяльність медіа в контексті етичних норм і висвітлення інформації.

У роботі журналіста, особливо з огляду на етичні норми, критично важливими є перевірка інформації та врахування її психологічного впливу на аудиторію та формування суспільної думки. З початком повномасштабного вторгнення РФ і веденням активної гібридної інформаційної війни та пропаганди, особливого значення набувають фактчекінг та верифікація даних.

Вважається, що фактчекінг як явище бере початок із 2007 року, коли з'явився ресурс PolitiFact для перевірки заяв американських політиків. У контексті сучасного дослідження, найактуальнішим є визначення, запропоноване групою дослідників у межах проєкту «БезБрехні» [10].

Фактчек (фактчекінг) – це напрямок журналістики розслідувань, сфокусований на перевірці фактів у публічних заявах (політиків, експертів, топперсон) з метою виявлення та викриття фейків, неправди, маніпуляцій і пропаганди. На відміну від класичної розслідувальної журналістики, у фактчекінгу використовуються лише дані з відкритих офіційно визнаних джерел. Експертна думка може бути лише додатковим елементом доказу, а інсайдерські дані або ті, на які може вплинути людський фактор, не використовуються як аргументи [10].

Методологія фактчекінгу в сучасному світі розвинулася, поширившись на встановлення достовірності фото- та відеоконтенту, а також як окремий напрямок – перевірка виконання обіцянок. Для здійснення перевірки активно використовуються різні програмні засоби та спеціалізований софт [10].

Ефективна перевірка достовірності інформації вимагає від журналіста медійної грамотності, досвіду виявлення неправдивої інформації, знання ознак потенційно неправдивих повідомлень та ресурсів, що спеціалізуються на фейках. Журналіст повинен постійно моніторити офіційні джерела. Хоча більшість цифрових даних можна перевірити у відкритих офіційних джерелах та на агрегаторах фактичних даних, найбільшою проблемою залишаються фото та відеоматеріали. Для їхньої перевірки використовують спеціальні програмні продукти, такі як Tineye.com, Izitru.com, або інструменти, як-от «Google»-зображення, що допомагають знайти першоджерело фото та дату зйомки [51].

Найбільш універсальні показники надійності інформації – це наявність підтверджень у кількох незалежних і авторитетних джерелах та відсутність суперечностей між окремими частинами повідомлення. Експерт Лондонського бюро розслідувальної журналістики К. Блек пропонує власний набір характеристик достовірних даних:

- автор матеріалу – оцінювання його попередніх публікацій, взаємодії з професійною спільнотою та медіа;
- джерельна база – уникнення покликань на Вікіпедію й опора лише на офіційні відкриті ресурси;
- верифікація зображень – детальна перевірка фото на справжність: відповідність дати, погодних умов, ландшафту, зображених людей, одягу, напрямку тіней тощо;
- контекстуальність – уважне ставлення до власників сайту та їхніх політичних інтересів; неприпустимість виривання цитат із загального контексту;
- розмежування жанрів – чітке відокремлення фактичних даних від суб'єктивних оцінок автора чи співрозмовників;
- методика перевірки – використання цитат для пошуку першоджерельної інформації, залучення профільних експертів, звернення до архівів і внимливе опрацювання кожної деталі [3].

В умовах воєнного стану питання верифікації даних набуває критичного значення. Хоча останніми роками в українських медіа спостерігається позитивна динаміка щодо подання правдивої інформації, спричинена збільшенням моніторингових груп, залишається факт надмірного просування фейків, висвітлення етично неприйнятної інформації та нехтування загальноприйнятими нормами етики.

Повномасштабне вторгнення РФ мало кардинальний вплив на медіапроцес. Журналісти щодня стикаються з етичними дилемами збору та розповсюдження інформації, яка, з одного боку, може нести велику суспільну

вагу, а з іншого – завдавати шкоди окремим жертвам воєнних злочинів та інформаційній безпеці держави в цілому.

Проведений аналіз демонструє, що наразі в Україні не існує сталого формального документа, який би регулював усі аспекти професійної діяльності журналіста в умовах воєнного стану, зокрема роботу з постраждалими внаслідок військової агресії. Наявні міжнародні та національні стандарти не дають вичерпного визначення етичних норм у цій специфічній ситуації.

У контексті воєнного стану необхідно враховувати етичні аспекти роботи та принципи інформаційної політики, які передбачають такі вимоги: системність та об'єктивність подання інформації; аланс інтересів (свобода слова vs права особи, суспільства та держави); захист прав та персональних даних; контрольованість та вибірковість розповсюдження «чутливої» інформації з метою запобігання паніці; захист національних інтересів у сфері інформаційної безпеки, що включає запобігання розголошенню інформації з обмеженим доступом [39].

Етичні аспекти вимагають від журналіста поваги до прав людини, об'єктивності, точності та уникнення поширення пропаганди й маніпуляцій. Водночас важливо запобігати зловживанню свободою діяльності медіа шляхом дотримання правових обмежень.

Отже, воєнний стан вимагає від журналістів не лише високого професіоналізму, а й особливої обережності, етичності та відповідальності. У цих умовах кожне рішення журналіста, кожне слово та публікація набувають підвищеної значущості, адже вони можуть безпосередньо впливати на суспільну думку, моральний стан населення та міжнародну репутацію держави. Тому медійники зобов'язані керуватися загальноприйнятими стандартами журналістики, принципами інформаційної політики та чинним законодавством [31; 32].

Одним із ключових аспектів професійної діяльності журналіста під час воєнного стану є забезпечення об'єктивності, точності та збалансованості поданої інформації. Це означає, що медійник має уникати упередженості, не

допустити перекручування фактів або маніпуляцій, навіть у ситуаціях сильного емоційного тиску та високого ризику. Дотримання цих принципів не лише сприяє формуванню довіри суспільства до медіа, але й допомагає протидіяти інформаційній агресії, що є невід'ємною частиною сучасних конфліктів [49].

Крім того, журналісти повинні суворо дотримуватися етичних норм, що включають захист прав і свобод людини. Це стосується не лише цивільного населення, яке постраждало від бойових дій, а й військовослужбовців та медиків. Публікація персональних даних, фотографій постраждалих або загиблих без належного погодження з родичами є неприпустимою і суперечить міжнародним стандартам журналістики [13].

Важливою складовою роботи журналіста під час воєнного стану є також аналітична та освітня функції. Журналісти повинні не лише передавати інформацію, а й надавати глядачам та читачам контекст, пояснювати причини та наслідки подій, аналізувати хід конфлікту, дії влади та міжнародної спільноти. Це дозволяє суспільству отримувати цілісну та достовірну картину подій, формує критичне мислення та протидіє впливу пропаганди [13].

Не менш важливим є психологічний аспект роботи медійника. Перебування у зоні бойових дій, постійний тиск дедлайнів, спостереження за масштабними руйнуваннями та людськими стражданнями створюють високий рівень стресу та емоційного навантаження. У зв'язку з цим журналісти повинні мати доступ до професійної психологічної підтримки, регулярного відпочинку та практик управління стресом, що дозволяє зберігати стійкість і продуктивність роботи [20].

Таким чином, діяльність журналістів у воєнний час вимагає інтегрованого підходу, який поєднує професіоналізм, етичність, психологічну підготовку та високий рівень відповідальності. Забезпечення об'єктивності, точності та збалансованості інформації, а також захист прав і свобод людини, у поєднанні з системним фактчекінгом та верифікацією даних, є ключовими інструментами протидії гібридній інформаційній війні та пропаганді. Саме через дотримання цих принципів медіа виконують свою критично важливу роль у підтримці

національної безпеки, суспільної єдності та міжнародної репутації держави. Отже, такими є психологічні та етичні аспекти роботи журналіста під час воєнного стану.

РОЗДІЛ 2
СУЧАСНІ ПЛАТФОРМИ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

2.1 Переорієнтація українського телевізійного контенту на цифрові платформи в умовах повномасштабного вторгнення РФ

В умовах повномасштабного вторгнення РФ в Україну, що розпочалося в лютому 2022 року, українська телевізійна журналістика зазнала суттєвих змін. Традиційні медіа, які протягом багатьох років функціонували за стандартними схемами планового мовлення, опинилися перед необхідністю миттєво адаптуватися до нових реалій. У ситуації постійної небезпеки для населення швидкість та доступність інформації стали ключовими чинниками довіри до медіа. Цей процес сприяв значному зростанню популярності онлайн-платформ та ютуб-каналів, які швидко перетворилися на основні джерела інформації для широкого кола користувачів.

Особливо помітною ця тенденція стала серед молодої аудиторії, яка вже до воєнного стану демонструвала схильність до споживання контенту через цифрові платформи. З початком бойових дій традиційні телевізійні канали були змушені шукати нові формати подачі інформації, водночас онлайн-сервіси пропонували значно більшу гнучкість: можливість трансляцій у реальному часі, оперативне оновлення новинних матеріалів, інтерактивні відео та аналітичні сюжети [19].

До 24 лютого 2022 року українське телебачення функціонувало за усталеною схемою: чіткий розклад програм, регулярні вечірні випуски новин, розважальні шоу та серіали. Війна призвела до того, що така модель стала недостатньо ефективною. Потреба населення в безперервному інформуванні спонукала медіа до створення єдиного інформаційного марафону «Єдині новини», який забезпечував цілодобове покриття подій. Проте, хоча марафон і надавав регулярний потік новин, він не міг забезпечити гнучкість та миттєвість реакції, які вимагала аудиторія.

Перехід телевізійного контенту на онлайн-майданчики призвів до виникнення нових жанрів та форматів. Класичні випуски новин трансформувалися у короткі відеоролики, що швидко доносили ключові факти та обставини подій. Значну популярність отримали прямі ефіри з фронту та репортажі очевидців, інтегровані у стрічку ютубу та соціальних мереж. Крім того, аналітичні матеріали та коментарі експертів почали подаватися у форматі мультимедійних відео з інфографікою, що значно полегшує сприйняття складних тем [40].

Особливу роль відіграє інтерактивність контенту. Глядачі можуть коментувати відео, ставити запитання журналістам, ділитися власними свідченнями та брати участь в опитуваннях, що створює ефект двосторонньої комунікації. Ця зміна структури медіа дозволяє залучати аудиторію до активного споживання інформації та підвищує довіру до джерел.

Таким чином, повномасштабне вторгнення Росії стало каталізатором трансформації телевізійного контенту в Україні. Онлайн-платформи, зокрема ютуб-канали не лише замінили частину традиційного телебачення, а й створили нові стандарти подачі інформації: гнучкі формати, оперативність, інтерактивність та мобільність. Ці зміни демонструють, що цифрові платформи стали не просто додатковим каналом, а ключовим елементом сучасної медіасфери в умовах кризи, здатним ефективно реагувати на надзвичайні обставини та потреби аудиторії.

Основними чинниками такої переорієнтації стали:

- мобільність аудиторії, значна частина якої перебувала в укриттях чи переміщувалася країною;
- зростання попиту на оперативну інформацію, яка швидше поширюється саме в інтернеті;
- необхідність міжнародної комунікації, яку ефективніше здійснювати через глобальні цифрові платформи;
- багатоканальність споживання, коли медіа інтегрує відео, текст, аудіо, стріми в єдиному інформаційному просторі [27].

Тому українські медіа почали активно розвивати цифрові сервіси, розширювати присутність на платформах відеохостингу й запускати окремі онлайн-продукти.

Онлайн-платформи та ютуб-канали запропонували вирішення цих проблем. Відсутність обмежень ефірного часу дозволила миттєво публікувати новини, прямі трансляції з місць бойових дій та аналітичні матеріали. Час між подією та її висвітленням значно скоротився, що підвищило оперативність і актуальність медіа.

Ютуб швидко став головним майданчиком для розповсюдження інформації під час воєнного стану. Причини цього явища комплексні. По-перше, ютуб не вимагає ліцензій на мовлення, що дозволяє створювати контент невеликим командам або окремим журналістам. По-друге, платформа надає потужні інструменти для аналітики та монетизації, що сприяє розвитку незалежних медіа. По-третє, алгоритми ютубу сприяють поширенню важливого контенту, забезпечуючи широке охоплення аудиторії як в Україні, так і за її межами.

Крім того, багато каналів активно використовують короткі відеоформати (shorts), аналітичні блоки з інфографікою та пояснювальні відео. Це дозволяє користувачам швидко орієнтуватися в подіях і водночас отримувати глибоку аналітику. Мультиплатформова стратегія, інтеграція з соціальними мережами та мобільними додатками дозволяє максимізувати охоплення аудиторії.

Під час воєнного стану українські ютуб-канали продемонстрували значне зростання популярності. Дані аналітики свідчать, що відео інформаційного та аналітичного характеру часто збирають мільйони переглядів, особливо серед молоді 18-35 років. Прямі трансляції та репортажі з фронту стають одними з найбільш популярних відео, що підтверджує високий запит на оперативну інформацію [38].

Аналітика показує, що глядачі віддають перевагу коротким відеоновинам та форматам «пояснювальних відео», що дозволяють швидко зрозуміти ситуацію. Платформа також активно просуває контент через рекомендації, що

забезпечує його широку доступність навіть для тих користувачів, які не підписані на канали.

Онлайн-платформи та ютуб-канали запропонували вирішення цієї проблеми. Відсутність обмежень ефірної сітки дозволила миттєво публікувати новини, пряму трансляцію з місць бойових дій, аналітичні матеріали та репортажі очевидців. Завдяки цьому час між подією та її висвітленням значно скоротився, що підвищило оперативність і релевантність медіа.

Мобільність стала ще одним критично важливим фактором. Люди, які перебували в укриттях, на евакуації або в регіонах із частковим покриттям телебачення, могли отримувати інформацію безпосередньо зі смартфонів та планшетів. Це створило унікальну ситуацію, коли цифрові платформи фактично стали первинним джерелом новин, тоді як класичне телебачення відійшло на другий план як додатковий канал комунікації [3].

Особливу роль відіграє інтерактивність контенту. Глядачі можуть коментувати відео, ставити запитання журналістам, ділитися власними свідченнями та брати участь у опитуваннях, що створює ефект двосторонньої комунікації. Ця зміна структури медіа дозволяє залучати аудиторію до активного споживання інформації та підвищує довіру до джерел.

Таким чином, повномасштабне вторгнення Росії стало каталізатором трансформації телевізійного контенту в Україні. Онлайн-платформи та ютуб-канали не лише замінили частину традиційного телебачення, а й створили нові стандарти подачі інформації: гнучкі формати, оперативність, інтерактивність та мобільність.

Інстаграм залишається однією з найпопулярніших соціальних мереж серед молоді та людей середнього віку, що обумовлено її зручністю, мобільністю та акцентом на візуальний контент. Платформа орієнтована на фото, короткі відео (Reels), сторіс, інфографіку, що робить її ефективним інструментом для поширення коротких новин, емоційних історій, закулісних матеріалів і швидких оновлень. У сучасних умовах інстаграм перетворився з розважального застосунку на повноцінний канал комунікації, який активно використовують

медіа, громадські організації, екстрені служби, лідери думок та державні інституції.

У період повномасштабної війни зросла потреба аудиторії в оперативних оновленнях, і інстаграм став одним із провідних джерел інформації. Формат Stories дозволяє миттєво публікувати важливі сповіщення: зміни безпекової ситуації, попередження про ракетні удари, адреси укриттів, оновлення від місцевих адміністрацій. Завдяки цим особливостям Stories часто виконують роль «гарячої стрічки новин», де інформація з'являється швидше, ніж на традиційних сайтах чи у телевізійних ефірах. Багато офіційних структур – від міських рад до ДСНС – використовують інстаграм саме для передачі коротких, життєво важливих повідомлень, адже платформа дає можливість швидко охопити велику кількість підписників, які постійно онлайн.

У воєнний час інтаграм також виконує функцію емоційної підтримки. Через фотоісторії, персональні блоги журналістів, нотатки волонтерів, розповіді військових і тих, хто пережив окупацію чи евакуацію, формується відчуття спільноти та єдності. Платформа дозволяє не лише передавати інформацію, а й ділитися досвідом, емоціями, переживаннями – тим, що формує людський вимір подій. Саме тому інстаграм став середовищем, де медіа та аудиторія перебувають у неформальному, більш наближеному контакті. Журналісти можуть показати процес підготовки матеріалів, коментарі в момент подій, короткі включення, що додає довіри та прозорості до інформаційного контенту.

Аудиторія інстаграм переважно молодша (16-40 років), активна, мобільна, зорієнтована на контент, який легко споживати на смартфоні. У цьому середовищі найкраще працюють короткі відеоновини, візуальні пояснення у форматі «каруселей», суб'єктивні репортажі, трансляції з місць подій, емоційні відео-коментарі. Все більш популярними стають Reels, які дають змогу подати новину або пояснення за 15-30 секунд, у динамічній і візуально привабливій формі. Швидкість, компактність і зрозумілість таких відео сприяють їх широкому поширенню та повторним переглядам, що збільшує охоплення.

Журналісти та редакції використовують мережу «Інстаграм» також для публікації «людських історій» – портретів військових, волонтерів, постраждалих, рятувальників. Такі матеріали особливо цінні в умовах війни, оскільки персоналізують події, роблять їх ближчими й емоційно зрозумілішими для аудиторії. Візуальна подача допомагає краще сприймати складні теми, а емоційні історії підсилюють згуртованість і підтримують громадянський дух.

Окремої уваги заслуговує інтерактивність інстаграму. Платформа дозволяє проводити опитування, голосування, збирати запитання через спеціальні стікери. Це перетворює аудиторію на активного учасника комунікації, а не пасивного споживача інформації. Редакції можуть швидко отримати зворотний зв'язок, визначити найбільш актуальні теми та адаптувати контент під запити користувачів. Для медіа в умовах війни це важливо, адже дозволяє оперативно реагувати на потреби суспільства.

Інстаграм також має високий потенціал віральності. Популярні публікації поширюються через репости в Stories або групові чати, що збільшує охоплення інколи в кілька разів. У кризові моменти – наприклад, під час масованих обстрілів – це дозволяє поширювати важливу інформацію дуже швидко.

Таким чином, інстаграм у період війни виконує одразу кілька функцій: інформаційну, емоційно-підтримувальну, комунікативну та соціальну. Завдяки високій емоційності платформи формується довіра та психологічна близькість між медіа і їхньою аудиторією. Це – простір персоналізації журналістики, де важливу роль відіграють не лише факти, а й людські переживання, що робить інстаграм одним із ключових майданчиків сучасного українського медіапростору.

На відміну від інстаграму, фейсбук орієнтований насамперед на текстово-аналітичний контент і використовується переважно аудиторією 25-55 років та старше. Платформа характеризується високою концентрацією професійних спільнот, до яких входять журналісти, аналітики, державні службовці, громадські активісти, експерти та лідери думок. Саме ця специфіка робить Facebook центральним майданчиком для суспільних дискусій, обміну

аналітичною інформацією та поширення офіційних заяв. Платформа поєднує функції соціальної мережі і простору для експертного обговорення, що дозволяє користувачам отримувати не лише новини, а й оцінку подій із різних точок зору.

У період повномасштабної війни фейсбук став ключовим каналом для публікації офіційних заяв державних органів, пояснень від міських та обласних адміністрацій, звітів, пресрелізів, а також аналітичних матеріалів. Його особливість полягає в здатності об'єднувати різні типи контенту в єдиному потоці: тексти, фотографії, відео, графіки, документи та посилання на сторонні ресурси. Це дозволяє користувачам отримувати комплексну картину подій, порівнювати різні точки зору і робити власні висновки. Фейсбук є простором формування експертного дискурсу, де користувачі можуть коментувати політичні рішення, аналізувати бойові дії, оцінювати ризики та обговорювати прогнози розвитку ситуації.

Контент, який найкраще працює на фейсбуці, включає кілька основних категорій. По-перше, це розгорнуті текстові пости та лонгріди, які дозволяють детально пояснити складні явища, політичні або військові події, дати контекст і науково-пояснювальні матеріали. По-друге, це аналітичні огляди та новинні пояснення, що містять оцінки експертів, порівняння фактів, статистичні дані та візуалізацію інформації у вигляді графіків та схем. По-третє, на платформі ефективно працюють відео зі стрімів, пресконференцій, інтерв'ю та репортажі, які додають динаміки контенту та забезпечують більш живе сприйняття подій. Крім того, документи, офіційні повідомлення та графіки сприяють підвищенню довіри до джерел, адже користувачі бачать підтвердження інформації з первинних офіційних ресурсів. Нарешті, фейсбук стимулює обговорення та дискусії у коментарях, що дозволяє аудиторії активно взаємодіяти з контентом, ставити запитання, висловлювати власну думку та брати участь у громадських дискусіях.

Особливо важливим аспектом мережі «Фейсбук» є формування тематичних спільнот і груп за інтересами, які об'єднують користувачів з певними професійними чи суспільними інтересами. У воєнний час ці спільноти

стають платформою для обговорення тактичних ситуацій, гуманітарних ініціатив, обміну досвідом та порадами щодо виживання в кризових умовах. Користувачі отримують можливість не лише отримувати інформацію, а й бути учасниками процесу її обробки та аналізу. Це створює відчуття залученості і підвищує рівень довіри до контенту, який публікують медіа та громадські організації.

Алгоритми фейсбуку додатково сприяють поширенню контенту серед користувачів з подібними інтересами, забезпечуючи ефективне таргетування та максимальне охоплення аудиторії. Це дозволяє медіа швидко донести важливу інформацію до зацікавлених груп, навіть якщо вони не підписані на конкретний канал або сторінку. У кризові періоди така можливість стає критичною, оскільки дозволяє поширювати офіційні повідомлення, оперативні новини та рекомендації без затримок.

Фейсбук також виконує важливу соціальну функцію, сприяючи підтримці громадянського дискурсу та формуванню колективного розуміння подій. Завдяки широкому набору функціоналу – від текстових постів до відео та документів – платформа дозволяє створювати контент, який одночасно інформує, аналізує та залучає аудиторію до активної участі. Це робить аналізовану соціальнумережу не лише джерелом новин, а й ефективним інструментом комунікації для державних органів, медіа та громадських ініціатив.

У підсумку, «Фейсбук» у сучасних умовах є багатофункціональною платформою для текстово-аналітичного та мультимедійного контенту, що забезпечує широкий спектр можливостей для поширення інформації, формування експертного дискурсу, організації суспільних дискусій та залучення активної аудиторії. Платформа відіграє ключову роль у підтримці інформаційної стабільності та розвитку громадянського суспільства, особливо в умовах воєнного стану, коли потреба в достовірній та перевіреній інформації надзвичайно висока.

«Тікток» – це платформа, яка орієнтована на короткі вертикальні відео тривалістю від 15 секунд до 3 хвилин, і її головна особливість полягає у швидкому та інтерактивному споживанні контенту. На відміну від інстаграму та фейсбуку, тікток більше концентрується на мобільному відеоформаті та алгоритмічному підборі контенту, що дозволяє користувачеві отримувати відео, максимально відповідні його інтересам, без необхідності підписки на конкретні канали. Основна аудиторія платформи – молодь 16-30 років, яка цінує швидкі, динамічні та розважально-пізнавальні матеріали.

Під час воєнного стану тікток активно використовується як майданчик для поширення оперативної інформації, документування подій, емоційних історій та вірусних флешмобів на підтримку України. Короткі відео дозволяють швидко передати ключові факти про ситуацію на фронті, гуманітарні ініціативи, евакуаційні маршрути, волонтерські проєкти та інші актуальні теми. Особливість тікток полягає у високій швидкості поширення контенту: відео часто набирають десятки тисяч переглядів всього за кілька годин після публікації, що робить платформу ефективним інструментом для досягнення великого охоплення у критично короткі терміни.

Контент, який найбільш ефективно працює на тікток, включає кілька ключових типів:

- короткі новини та оперативні повідомлення, подані в динамічному форматі з ключовими фактами та підкресленням важливих моментів через текстові вставки та інфографіку;
- емоційні історії та людські портрети, які створюють сильний емоційний ефект та допомагають формувати відчуття солідарності та підтримки серед користувачів;
- освітні та пояснювальні відео, які роз’яснюють складні політичні, соціальні чи військові теми у простій та доступній формі;
- вірусні флешмоби та челенджі, що привертають увагу широкої аудиторії та підвищують рівень взаємодії, залучаючи нових користувачів до перегляду важливої інформації.

Алгоритми тіктоку активно просувають відео, орієнтуючись на інтереси користувача, що забезпечує органічне охоплення навіть тих користувачів, які не підписані на конкретні акаунти. Це особливо важливо у кризові періоди, коли швидке та масове донесення інформації є критичною необхідністю. Військові, журналісти та волонтери використовують платформу для того, щоб передати максимально стислу, наочну та зрозумілу інформацію про ситуацію в Україні для молодої аудиторії, яка традиційно менше орієнтується на довгі текстові формати.

Інтерактивність тіктоку також є однією з його ключових переваг. Користувачі можуть ставити лайки, коментувати, брати участь у челленджах, створювати ремікси та дуети, що дозволяє аудиторії активно взаємодіяти з контентом та поширювати його серед своїх підписників. Це формує ефект двосторонньої комунікації, коли інформація не просто транслюється, а активно обговорюється та поширюється користувачами, підвищуючи рівень залученості та впливу повідомлень.

Особливо актуальним тікток став для залучення молодої аудиторії до суспільних та гуманітарних тем. Завдяки інтеграції музики, графічних елементів та динамічного монтажу, відео виглядають не лише інформативно, а й естетично привабливо. Це дозволяє медіа та громадським організаціям ефективно донести критично важливі повідомлення без ризику, що вони будуть проігноровані або залишені без перегляду.

У підсумку, тікток у сучасних умовах є унікальною платформою для поширення оперативної інформації, формування громадської думки та залучення молодої аудиторії до активного інформаційного споживання. Короткі відео, динамічні формати та алгоритмічна рекомендаційна система забезпечують швидке охоплення та високий рівень взаємодії, роблячи тікток важливим інструментом медіа-комунікації під час воєнного стану. Платформа дозволяє поєднувати інформаційні, емоційні та освітні функції, створюючи новий стандарт подачі контенту для молодіжної аудиторії в кризових умовах.

«Телеграм» – це платформа, яка відрізняється високою швидкістю поширення інформації, конфіденційністю та зручністю для мобільного користування. Основною особливістю телеграму є поєднання функцій месенджера та публічної платформи, що дозволяє створювати як закриті чати для обмежених груп користувачів, так і відкриті канали для широкого розповсюдження контенту. Це робить цю мережу унікальним майданчиком, де інформація може передаватися швидко, без втрати достовірності, та при цьому залишатися доступною для масового споживання. Аудиторія телегарму в Україні переважно складається з користувачів віком 18-45 років, серед яких значна частка – активні цифрові користувачі, журналісти, волонтери та професійні спільноти.

У період повномасштабної війни телеграм став одним із найважливіших каналів для оперативного інформування населення. Платформа активно використовується для публікації важливих повідомлень від державних структур, новинних ресурсів, волонтерських організацій та незалежних журналістів. Канали мережі «Телеграм» дозволяють швидко донести інформацію про зміну безпекової ситуації, оновлення щодо евакуаційних маршрутів, адреси укриттів, попередження про обстріли та інші життєво важливі сповіщення. Завдяки відсутності обмежень на обсяг контенту та можливості прикріплювати медіафайли, текстові пояснення, посилання та інфографіку, телеграм став ефективним інструментом для передачі великого обсягу інформації у зручному форматі.

Контент, який найкраще працює на телеграмі, включає, на нашу думку, кілька ключових типів:

- текстові новини та аналітика, які дозволяють надавати повну інформацію про події, включаючи деталі, посилання на джерела та статистичні дані;

- інфографіка, схеми та графіки, що полегшують сприйняття складної інформації та допомагають користувачам швидко орієнтуватися у ситуації;

- медіафайли – фото та відео, які демонструють актуальні події на місцях, репортажі з фронту, гуманітарні ініціативи, волонтерські проєкти;
- оперативні сповіщення, які можна надсилати через канали або боти, забезпечуючи миттєве поширення важливих повідомлень серед великої аудиторії.

Особливу увагу слід приділити інтерактивності телеграму. Боти та спеціальні інструменти платформи дозволяють не лише отримувати інформацію, а й взаємодіяти з нею: голосувати у опитуваннях, залишати коментарі, отримувати персоналізовані сповіщення, формувати власні стрічки новин за інтересами. Ця функціональність сприяє підвищенню залученості користувачів та створює ефект двосторонньої комунікації, коли аудиторія стає активним учасником інформаційного процесу, а не пасивним споживачем.

Телеграм також відзначається високим рівнем довіри серед користувачів, що особливо важливо у воєнний час. Відсутність цензури та алгоритмічних обмежень на поширення інформації дозволяє медіа, волонтерам та офіційним структурам оперативно донести важливі повідомлення без ризику їх блокування або затримки. Крім того, користувачі можуть перевіряти достовірність інформації, порівнюючи повідомлення різних каналів, що підвищує рівень критичного сприйняття контенту.

Важливою перевагою телеграм є можливість організації тематичних каналів і чатів, які об’єднують користувачів за професійними, регіональними або суспільними інтересами. У контексті воєнного стану такі канали стали платформою для обговорення оперативних новин, координації гуманітарної допомоги, обміну порадами щодо безпеки та волонтерської діяльності. Це дозволяє швидко поширювати інформацію серед цільових груп, підвищуючи ефективність комунікації та рівень організованості суспільства.

Таким чином, телеграм у сучасних умовах є критично важливим інструментом медіа-комунікації, що поєднує швидкість, надійність та багатофункціональність. Платформа дозволяє оперативно інформувати населення, залучати аудиторію до активної участі, поширювати аналітичні та

візуальні матеріали, забезпечувати безперервний зв’язок між медіа, державними структурами та громадянським суспільством. Телеграм відіграє особливо важливу роль під час воєнного стану, коли потреба в достовірній та оперативній інформації є критичною, а швидкий доступ до неї може впливати на безпеку та життя людей.

Узагальнюючи аналіз основних соціальних платформ, можна констатувати, що сучасні медіа в Україні активно використовують різноманітні канали для ефективного поширення інформації під час воєнного стану. Кожна платформа має власні особливості, що визначають стратегію контенту та формат подачі матеріалів.

Ютуб відзначається потужними можливостями для довготривалого та короткого відеоконтенту, прямими ефірами, аналітичними блоками з інфографікою та пояснювальними відео. Платформа дозволяє забезпечити широкий охоплення аудиторії, оперативність публікацій та інтерактивність за рахунок коментарів і обговорень. Особливо популярною є молодіжна аудиторія 18-35 років, що віддає перевагу швидкому доступу до новин та аналітики.

Інстаграм сфокусований на візуальному контенті: фото, Reels, Stories, каруселі та інфографіки. Платформа ефективна для поширення емоційних історій, закулісних матеріалів та оперативних сповіщень. Вона забезпечує високий рівень персоналізації та психологічної близькості між медіа та аудиторією, орієнтованою на швидке споживання контенту на мобільних пристроях.

Фейсбук є ключовим майданчиком для текстово-аналітичного контенту, офіційних заяв, пресрелізів, дискусій і професійних спільнот. Платформа підходить для залучення аудиторії 25-55+, формування суспільного дискурсу та поширення аналітики. Алгоритми сприяють створенню тематичних груп та залученню користувачів до активного обговорення подій.

Тікток спеціалізується на коротких вертикальних відео, які швидко споживаються та поширюються серед молодіжної аудиторії 16-30 років. Платформа ефективна для оперативних повідомлень, емоційних історій,

вірусних флешмобів і пояснювальних відео. Алгоритмічне просування забезпечує широке органічне охоплення та високий рівень взаємодії з контентом.

Телеграм поєднує функції месенджера та публічної платформи, що дозволяє швидко поширювати текстові новини, аналітичні матеріали, фото- та відеоконтент, оперативні сповіщення та інфографіку. Платформа особливо цінна для аудиторії 18-45 років завдяки високому рівню конфіденційності, швидкості розповсюдження інформації та можливості організації тематичних каналів і чатів.

Загалом ефективна стратегія сучасних медіа базується на мультиплатформовому підході, інтеграції відео, тексту, аудіо та інфографіки, адаптації контенту під особливості кожної платформи та потреби аудиторії. Поєднання оперативності, інтерактивності та мобільності дозволяє медіа не лише підтримувати інформаційний потік у кризових умовах, а й підвищувати довіру, залучати активну аудиторію та формувати нові стандарти подачі контенту в умовах воєнного стану. Таким чином, сучасні соціальні мережі стали не просто додатковим каналом комунікації, а критично важливим елементом медіасфери, здатним ефективно реагувати на надзвичайні обставини та інформаційні потреби суспільства.

2.2 Аналіз використання платформ медіа (на прикладі обраних телеканалів)

У межах нашого дослідження здійснено ґрунтовний аналіз цифрової присутності низки українських телевізійних каналів, зосереджуючись виключно на їхніх новинних програмах. Обґрунтуванням такого підходу є те, що новинний контент є найбільш динамічним сегментом медіапродукції, здатним швидко реагувати на зміни в інформаційному полі та забезпечувати актуальне інформування населення. Особливо це актуально в умовах воєнного стану, коли оперативність та достовірність інформації є критичними для

прийняття рішень на рівні держави, локальних громад та окремих громадян. Новини формують не лише інформаційний порядок денний, але й суспільну реакцію на події, підтримують національну солідарність і протидіють дезінформації, яка у воєнний час стає потужним інструментом. Саме тому дослідження зосереджене на вивченні того, як українські телеканали адаптують свої новинні програми до цифрового середовища, які платформи використовують для поширення контенту, а також які формати та стратегії застосовуються для залучення аудиторії.

Для аналізу обрано три медіа: «11 канал» (м. Дніпро), «Факти ICTV», а також «Суспільне Новини». Всі три канали є провідними учасниками українського інформаційного ринку і мають значну аудиторію як у традиційних телевізійних ефірах, так і в цифрових просторах. При цьому кожен канал демонструє власну стратегію присутності у цифровому середовищі, яка залежить від масштабу діяльності, орієнтації на регіональні або національні ринки, ресурсного потенціалу та цільової аудиторії. Аналіз цифрової присутності дозволяє оцінити ефективність поширення інформації, визначити канали взаємодії з користувачами та розкрити інструменти залучення аудиторії до новинного контенту.

«11 канал» як регіональний мовник зосереджує увагу на подіях Дніпра та Дніпропетровської області, пропонуючи глядачам оперативну, локально орієнтовану інформацію. Новинний контент каналу активно поширюється через різні цифрові платформи, що дозволяє поєднувати традиційне телевізійне мовлення із сучасними цифровими форматами. Офіційний сайт каналу (Рис 2.1) є основним майданчиком для розміщення повних новинних матеріалів, аналітичних статей та відеоархіву, що забезпечує користувачам доступ до детальної інформації та дозволяє повторно переглядати важливі події.

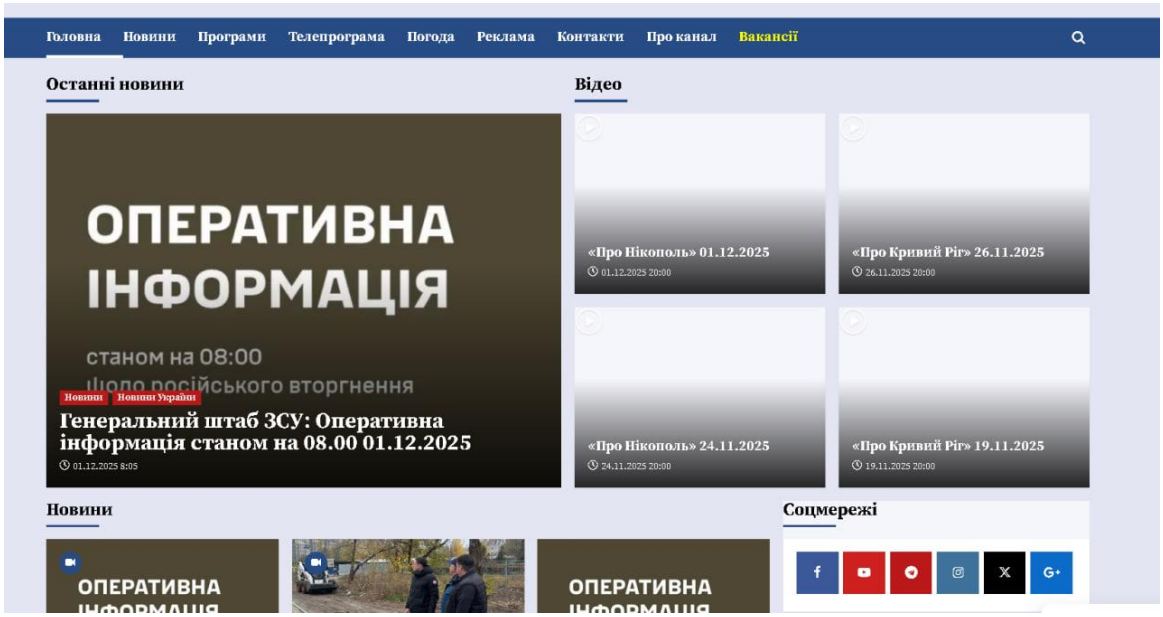


Рис. 2.1. Головна сторінка сайту «11 каналу»

Паралельно інстаграм використовується для оперативного інформування аудиторії через короткі відеоролики, сторіс та графічні матеріали, що орієнтовані на швидке сприйняття і підвищують емоційне залучення глядачів, особливо молоді. Фейсбук є комунікаційним майданчиком для публікації сюжетів, прямих включень та обговорень, що формує локальну спільноту користувачів. Ютуб стає ключовим інструментом відеопоширення: окремі сюжети новинних програм доступні як короткі відео, так і у вигляді повних випусків новин. Через телеграм-канал користувачі отримують миттєві повідомлення про важливі події, а тікток дозволяє презентувати новини в коротких динамічних форматах, що сприяє вірусному поширенню контенту. Крім того, підключення «11 каналу» до Google News (Рис 2.2) забезпечує широку видимість його матеріалів та інтеграцію в міжнародний медіапростір [54].

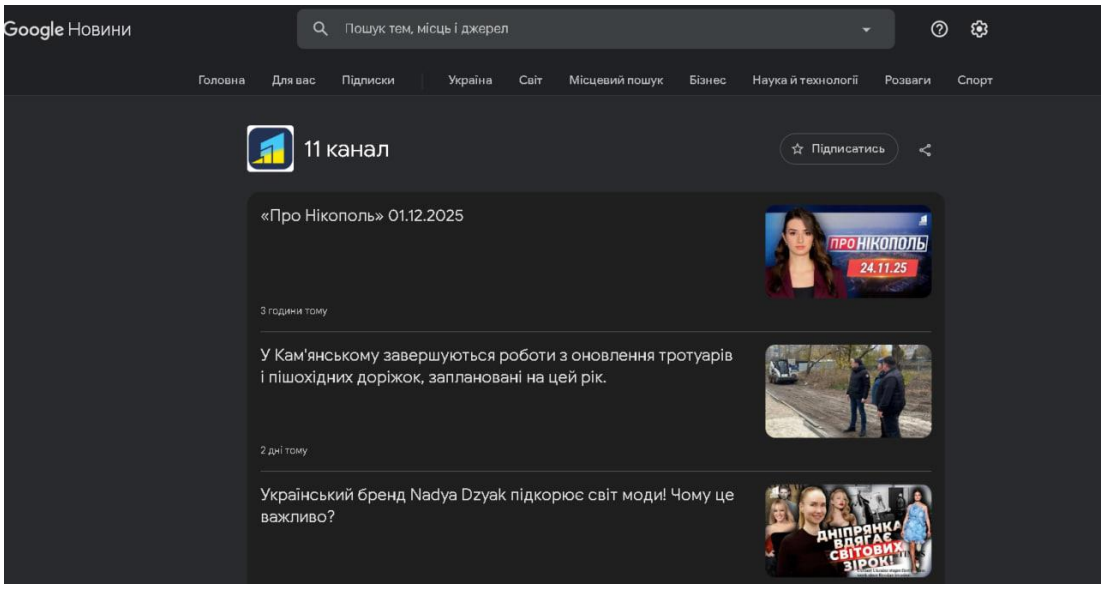


Рис. 2.2. «11 канал» на Google News

Для оцінки ефективності цифрової присутності 11 каналу було проаналізовано основні платформи, на яких поширюється його новинний контент. З огляду на сучасні тенденції медіаспоживання, новинні програми каналів стають більш інтерактивними та адаптованими до специфіки кожної платформи. Основними критеріями для нашого аналізу були охоплення аудиторії з відкритих джерел, частота публікацій, основана на аналізі мовлення в ефірний час та основний акцент контенту: показники віральності або залучення користувачів. Результати подаємо в таблиці, наведеній нижче (Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Аналіз цифрової присутності 11 каналу за платформами та основними показниками

Платформа	Аудиторія (підписники, тис.)	Ключова функція	Частота контенту (в ефірний час)	Залучення
«Ютуб»	353,0	Дистрибуція повнометражних відео, прямі ефіри	Висока (щогодинні випуски наживо та опубліковані окремо)	Найбільша база лояльної аудиторії
«Тікток»	206,7	Віралізація, короткі відео, воєнкор	Щодня залежно від кількості подій	4,7 млн вподобань

«Фейсбук»	148,0	Новинні публікації, взаємодія, прямий ефір	Щодня залежно від кількості подій	Широка демографічна група
«Телеграм»	7,51	Оперативне інформування, новинна стрічка	Дуже висока (публікація поточних новин в реальному часі та записаних випусків)	Швидка доставка повідомлень
«Інстаграм»	7,35	Візуалізація, локальні новини (Stories)	Щодня (залежно від кількості подій)	Залучення місцевої спільноти

Аналіз показує, що ютуб залишається основною платформою для дистрибуції повнометражних новинних відео та прямих трансляцій, забезпечуючи найбільшу базу лояльної аудиторії. Тікток та інстаграм орієнтовані на швидкі віральні формати та візуалізацію локальних новин, що дозволяє залучати молодіжну аудиторію та стимулювати інтерактивну взаємодію. Фейсбук виконує функцію комбінованого каналу для публікацій, обговорень та прямих ефірів, охоплюючи широку демографічну групу. Телеграм демонструє високу ефективність у швидкому інформуванні користувачів у реальному часі, що особливо важливо у військових умовах та під час кризових подій. Таким чином, комплексне використання різних платформ дозволяє «11 каналу» ефективно адаптувати телевізійний контент до потреб цифрового середовища та підтримувати постійну комунікацію з аудиторією.

Національний масштаб та загальноукраїнську аудиторію охоплює новинна програма «Факти ICTV», яка інтегрує телевізійний ефір із цифровим поширенням контенту. Основна увага зосереджена на оперативних та термінових новинах, що стосуються політики, економіки та соціальних подій. Сайт каналу виконує функцію централізованого інформаційного хаба, де публікуються текстові новини, аналітичні матеріали, відеосюжети та прямі включення. В інстаграмі публікуються короткі відеоуривки сюжетів, оперативні повідомлення та інфографіка, що забезпечує візуальну наочність та швидке сприйняття. Фейсбук функціонує як платформа для поширення повного спектру новинних матеріалів, включно з прямими ефірами та аналітичними

публікаціями. У верхній частині голвного екрану міститься загальна інформація про канал (Рис. 2.3).

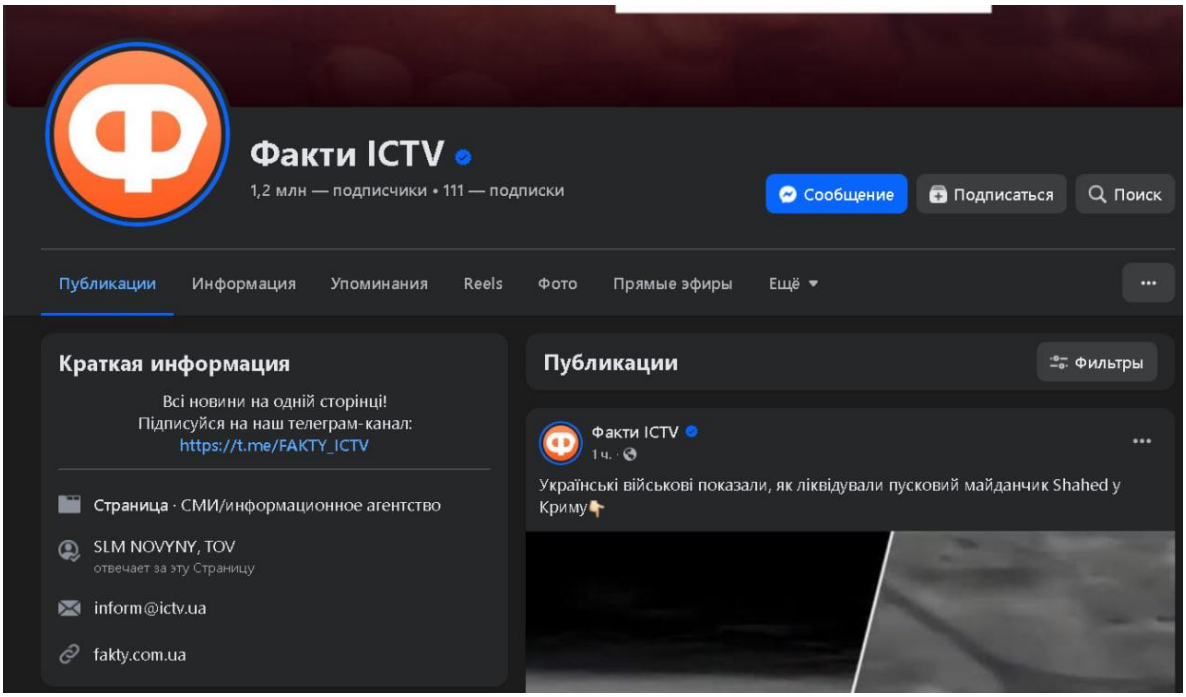


Рис. 2.3. Головна сторінка «Фактів ICTV» на фейсбук

Телеграм-канал забезпечує миттєве інформування користувачів у реальному часі. Ютуб відіграє ключову роль у розміщенні повних випусків новин і окремих сюжетів, що дозволяє аудиторії обирати зручний для себе формат перегляду.

Для молодіжної аудиторії тікток пропонує адаптовані відеоролики з динамічним монтажем, субтитрами та короткими аналітичними поясненнями.

Для аналізу цифрової присутності телеканалу «Факти ICTV» розглядаються ключові платформи, на яких поширюється його новинний контент. Особливий акцент зроблено на оперативність, віральність та здатність каналів охоплювати широкі сегменти аудиторії. У межах дослідження оцінено кількість підписників, частоту публікацій в ефірний та позаефірний час, ключові функції контенту та метрики залучення користувачів з відкритих джерел. Це дозволяє визначити ефективність використання кожної платформи для просування новинного продукту (Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 – Аналіз цифрової присутності «Факти ICTV» за платформами та основними показниками

Платформа	Аудиторія (Підписники)	Ключова функція / акцент	Частота контенту (в ефірний час)	Метрика віральності / залучення
Ютуб	3,67 млн	Довготривалий контент, щоденні прямі ефіри	Середня (4 -5 рази на тиждень залежно від графіку)	Лідер за кількістю підписників
Фейсбук	1,2 млн	Новинний хаб, соціальні та волонтерські кампанії	Висока (щоденні пости в залежності від кількості подій)	Масове охоплення
Телеграм	59 134	Кризова комунікація, оперативні сповіщення (тривоги)	Дуже висока (щоденні пости в залежності від кількості подій)	Миттєве інформування
Тікток	88,3 тис.	Віралізація, короткий динамічний контент	Середня–висока (2-4 рази на добу залежно від подій)	1,2 млн вподобань
Вебсайт	-	Первинне джерело	Надзвичайно висока (24/7)	-

Аналіз показує, що ютуб є провідною платформою для «Фактів ICTV», забезпечуючи щоденні прямі трансляції та довготривалий відеоконтент, що підтримує лояльність аудиторії. Фейсбук є масовим новинним хабом, поєднуючи оперативні новини з соціальними та волонтерськими кампаніями, що дозволяє охоплювати широку демографічну аудиторію. Телеграм забезпечує швидку кризову комунікацію, миттєво інформуючи підписників про термінові події та тривоги. Тікток сприяє віральності контенту та залученню молодіжної аудиторії через короткі динамічні відео. Вебсайт каналу виконує функцію первинного джерела новин, працюючи як тематичний агрегатор із безперервною роботою 24/7.

Отже, інтегроване використання всіх цифрових платформ дозволяє «Фактам ICTV» ефективно транслювати новини, підтримувати взаємодію з різними сегментами аудиторії та швидко реагувати на зміни інформаційної ситуації.

«Суспільне Новини» як українська суспільна телерадіокомпанія забезпечує незалежне, збалансоване висвітлення подій і значну увагу приділяє достовірності новин. Аналіз цифрової присутності каналу показує, що його новинні програми активно поширюються через сайт, де публікуються як текстові, так і відеоматеріали, а також через соціальні платформи. Мережа «Фейсбук» використовується для розміщення прямих трансляцій, відеосюжетів та оперативних новин, що забезпечує широке охоплення аудиторії. Інстаграм орієнтований на візуальний контент: короткі відеоролики, фотозвіти та інфографіка, що підвищують емоційне залучення. Через телеграм-канал інформація надходить у режимі реального часу, а ватсап-канал дозволяє швидко повідомляти підписників про найважливіші події. Для молодіжної аудиторії використовується тікток, де публікуються адаптовані короткі відеоролики новинного формату, пояснювальні сюжети та репортажі. Головну «шапку» сторінки демонструємо нижче (Рис 2.4). Опубліковані навіть декілька голин тому новини набирають тисячі переглядів завдяки правильним акцентам та монтажу.

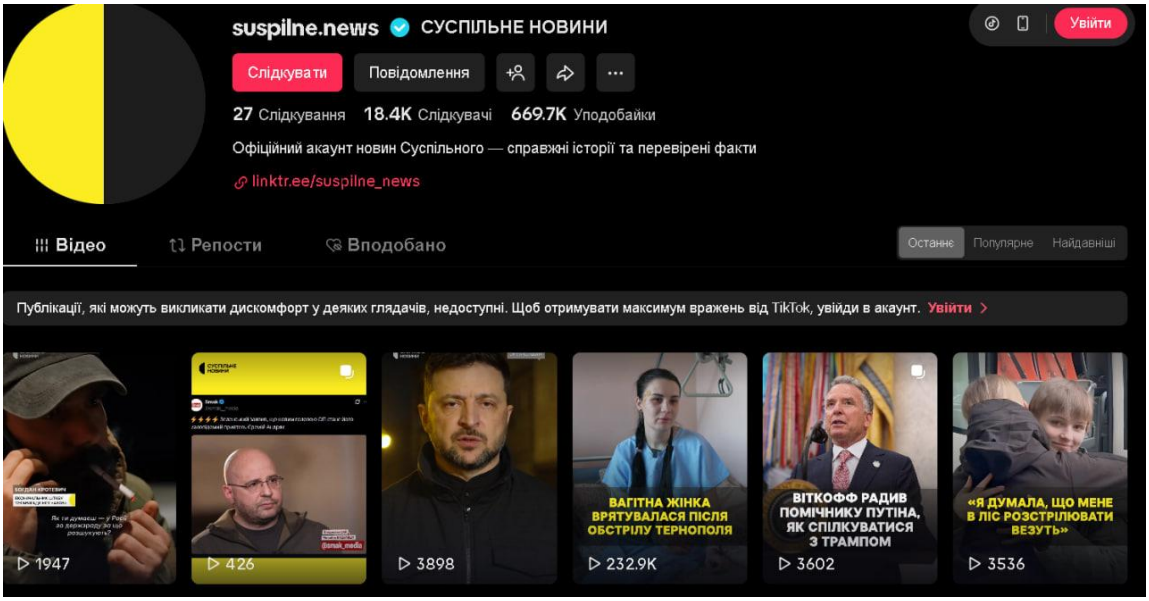


Рис. 2.4. Сторінка «Суспільне Новини» в тікток

А от цифрову присутність на всіх платформах наочно можна побачити в Таблиці 2.3. До уваги беремо масштаб аудиторії, обрані акценти для привернення уваги глядача та кількість опублікованого контенту.

Таблиця 2.3 – Аналіз цифрової присутності «Суспільне Новини» за платформами та основними показниками, беручи до уваги ефірний час

Платформа	Аудиторія (Підписники, тис.)	Ключова функція / акцент	Частота контенту (за оцінкою)	Метрика віральності / залучення
Фейсбук	586,0	Масовий новинний хаб, широка аудиторія	Висока	Найбільша аудиторія
Телеграм	270,0	Кризова комунікація, оперативні сповіщення (тривоги)	Дуже висока	Швидкість доставки, агрегація новин
Тікток	18,3	Соціалізація новин, людські історії	Середня–висока	666,2 тис. вподобань (висока віральність)
Інстаграм	15,1	Корпоративний імідж, анонси проєктів, регіони	Середня	Демонстрація прозорості та бекстейджу
Ватсап	0,087	Таргетовані анонси, допоміжний канал	Низька (за потребою)	Прямий контакт

Аналіз демонструє, що фейсбук залишається головним каналом для масового охоплення новинної аудиторії, забезпечуючи найширше охоплення та високий рівень взаємодії. Телеграм виконує ключову роль у кризовій комунікації та швидкому інформуванні населення особливо під час тривог і термінових повідомлень. Тікток орієнтований на соціалізацію новин та людські історії, що дозволяє залучати молоду аудиторію та забезпечувати високий рівень віральності контенту. Інстаграм використовується для демонстрації корпоративного іміджу, анонсів проєктів та регіональної діяльності, що сприяє підвищенню довіри та прозорості. Ватсап застосовується як допоміжний канал для таргетованих анонсів та прямого контакту з аудиторією.

Таким чином, комплексне використання різних платформ дозволяє «Суспільному мовленню» України ефективно поширювати новинний контент,

підтримувати постійну комунікацію з різними сегментами аудиторії та швидко реагувати на зміни інформаційної ситуації в умовах воєнного стану.

Порівняльний аналіз цифрової присутності трьох телеканалів свідчить, що всі вони застосовують мультимедійний підхід і прагнуть охопити різні сегменти аудиторії. «11 канал» (м. Дніпро) активно використовує мережі «Ютуб», «Тікток», «Фейсбук», «Телеграм» та «Інстаграм». Основний акцент робиться на прямих ефірах та відеоконтенті, що дозволяє оперативно інформувати глядачів про місцеві та загальнонаціональні події. Ютуб-канал має найбільше охоплення серед платформ – понад 350 тис. підписників, щодня виходять трансляції та відео новин. Тікток використовується для коротких вірaльних відео та оперативних репортажів (понад 200 тис. підписників). Фейсбук і інстаграм спрямовані на взаємодію з аудиторією та локальні новини, частота публікацій – щодня, у телеграмі контент оновлюється максимально оперативно для швидкого інформування (близько 7 тис. підписників).

«Факти ICTV» демонструють широку присутність на ютубі (3,67 млн підписників), де основним акцентом є довготривалий контент та щоденні прямі ефіри. Фейсбук (1,2 млн підписників) слугує масовим новинним хабом, де публікуються соціальні кампанії та волонтерські ініціативи. Телеграм використовується для кризової комунікації та оперативних сповіщень (близько 59 тис. підписників), тікток – для короткого динамічного контенту, що сприяє віральності (понад 88 тис. підписників). Вебсайт каналу працює 24/7 і слугує основним агрегатором новин, що дозволяє користувачам швидко отримувати повну інформацію. Частота публікацій на всіх платформах дуже висока – щодня публікуються декілька новинних матеріалів.

«Суспільне Новини» поширює контент через фейсбук (586 тис. підписників), телеграм (270 тис.), тікток (18,3 тис.), інстаграм (15,1 тис.) та ватсап (87 підписників у каналі). Основний акцент робиться на кризовій комунікації, оперативних сповіщеннях (тривоги), соціалізації новин та демонстрації корпоративного іміджу. Найчастіше оновлюється телеграм, що забезпечує миттєве інформування аудиторії. Фейсбук використовується як

основний масовий новинний канал із щоденними публікаціями, тікток орієнтований на віральний короткий контент, інстаграм демонструє бекстейдж та регіональні новини. Ватсап застосовується для прямого таргетованого інформування.

Загалом усі три телеканали активно адаптують телевізійний контент під специфіку цифрових платформ, забезпечують високу частоту публікацій та охоплення різних сегментів аудиторії. Основні акценти зміщуються від традиційних телевізійних форматів до оперативного відеоконтенту, коротких вірaльних матеріалів, прямих ефірів та кризової комунікації, що дозволяє підтримувати постійний контакт із глядачем і швидко реагувати на зміни інформаційного поля.

РОЗДІЛ 3
ТЕМАТИЧНЕ ТА ЖАНРОВЕ НАПОВНЕННЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО КОНТЕНТУ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

3.1 Структура контенту та основні тематичні напрями «11 каналу»

Класичні телеканали залишаються важливим джерелом новин для українського суспільства, незважаючи на стрімкий розвиток цифрових платформ, соціальних мереж та онлайн-медіа. Їхня традиційна роль як надійного джерела інформації базується на високому рівні професійної журналістики, перевірених фактах та оперативній подачі новин.

В умовах кризової ситуації, коли поширюється велика кількість неперевіреної або маніпулятивної інформації, наявність стабільного та надійного джерела новин стає надзвичайно важливою. Класичні телеканали, такі як «ICTV», «11 канал» та «Суспільне мовлення», забезпечують цей рівень достовірності, підтверджуючи отримані дані за допомогою власних кореспондентів та експертів.

Крім того, традиційне телебачення виконує соціально-психологічну функцію, підтримуючи громадян у складні періоди. У воєнний час люди особливо потребують стабільності та надійності, а новини, подані професійно та об’єктивно, допомагають зменшити рівень паніки, тривожності та дезорієнтації серед населення. Класичні телеканали активно висвітлюють гуманітарні ініціативи, соціальні програми підтримки, а також інформацію про міжнародну допомогу, що сприяє формуванню у громадян відчуття безпеки та обізнаності.

Важливо також підкреслити, що телебачення під час воєнного стану залишається доступним навіть у тих регіонах, де інтернет-покриття обмежене або перебуває під ризиком перебоїв. Це робить класичні телеканали універсальним та масовим каналом комунікації, що дозволяє охопити всі соціальні та вікові групи. До того ж, вони служать платформою для державних

меседжів та офіційних повідомлень, які допомагають протидіяти дезінформації та підтримувати консолідацію суспільства.

Таким чином, роль класичних телеканалів у сучасних умовах є незаперечною. Вони не лише надають оперативну та достовірну інформацію, а й формують громадську думку, підтримують психологічну стійкість населення та сприяють єдності українського суспільства в умовах воєнного стану. Вплив цих медіа залишається важливим фактором для забезпечення інформованості громадян, що, в свою чергу, підвищує рівень готовності та адаптивності суспільства до надзвичайних ситуацій.

Першим для аналізу ми обрали «11 канал». Він транслює новини та інші програми, включаючи спонсорські матеріали та соціальну рекламу. 11 канал – Дочірнє підприємство «Телерадіокомпанія «Стерх» Товариства з обмеженою відповідальністю «Starlight Media». Це український регіональний телеканал із Дніпра. Вперше вийшов у ефір 6 липня 1994 року. З 1998 року веде цілодобове мовлення. З 2018-го, на момент припинення аналогового мовлення, мав статус регіонального. «11 канал» є одним із найпопулярніших телеканалів у Дніпропетровській області. Канал відіграє важливу роль у інформуванні громадян та формуванні громадської думки в регіоні [43].

«11 канал» транслює широкий спектр програм, включаючи новини та інформаційні програми. Він також має власні програми, які зосереджені на місцевих новинах та подіях. Наприклад, аналітична програма «Васильєв гостро», випуски «Новини 11 каналу», «Про Кривий Ріг», «Про Нікополь» та «Новини тижня», розважальна «LIFE ». Розглянемо їх особливості.

1. Аналітична програма «Васильєв гостро» – авторська програма головного редактора інформаційного мовлення «11 каналу» Бориса Васильєва. Регулярність виходу – щовівторка. Програма виходить у записі на платформі «Ютуб». Тривалість різна – в середньому від 7 до 45 хвилин [4]. Теми, які висвітлюються, також різні та торкаються усіх аспектів життя, зокрема актуальних подій в Україні та області: закон про мобілізацію, спорт під час воєнного стану, освіта.

Формат програми: у студії ведучий та запрошений гість. Здебільшого це офіційні представники муніципальних структур (міської та районної рад), а також експерти з певних галузей. Іноді до розмови запрошують двох чи трьох додаткових експертів, яких підключають через платформу відеозв'язку Zoom.

Цільова аудиторія: чоловіки від 40 до 60 років різної освіти та соціального статусу [4].

2. Програма «Про Кривий Ріг» – спецпроєкт каналу з осені 2023 року. Авторка і ведуча Тетяна Заєць. Випуски виходять щосереди. Тривалість програм коливається від 15 до 20 хвилин. Тематичне наповнення поєднує оперативні новини про безпекову ситуацію (обстріли, наслідки атак), екологічні проблеми Криворіжжя (забруднення води й повітря), надзвичайні події, а також культурно-освітні сюжети про ініціативи в громадах, дітей, конкурси, благодійні акції. Програма орієнтована на мешканців Криворізького району, освітян, екологів, родини з дітьми та ширшу аудиторію, яка стежить за життям регіону під час воєнного стану. Формат спрямований на поєднання оперативної інформації, суспільно важливих тем і людських історій, завдяки чому випуски виконують просвітницьку та інформаційно-захисну функцію, показуючи, як громада адаптується до викликів воєнного стану та екологічних загроз.

3. «Про Нікополь» – спецпроєкт, започаткований в липні 2022 року, після початку обстрілів громади. У ньому журналісти розповідають про життя міста та навколишніх громад. Регулярність виходу: двічі на тиждень – понеділок та п'ятниця. Тривалість випусків в середньому 10 хвилин. Автори та ведучі щотижня чергуються: Катерина Нічик та Вікторія Вахрушина. Основна тематика – ситуація на прифронтовій Нікопольщині: щоденні обстріли, наслідки руйнувань, гуманітарна допомога, робота служб і волонтерів, життя громади під вогнем, попередження та інструктажі з безпеки, а також короткі позитивні сюжети про культурні події, спорт чи допомогу тваринам. Програма орієнтована на мешканців Нікопольського району, прифронтових громад та внутрішньо переміщених осіб, а також на глядачів, які хочуть отримати достовірну, локальну інформацію про ситуацію в регіоні. Завдяки поєднанню офіційних зведень,

соціальних історій і порад із безпеки проєкт має інформативно-громадський характер і виконує роль щоденного хронікера життя прифронтового регіону.

4. Програма «Воєнкор» – це аналітично-репортажний телепроєкт, який поєднує елементи новинного сюжету, репортажу та інтерв'ю з експертами. Ведучим і автором матеріалів є журналіст Євген Коптєв, який представляє інформацію в динамічному, документальному форматі з посиланнями на ексклюзивні аналітичні дані від OSINT-групи DeepStateUA та коментарі військових чи фахівців. Тематика програми охоплює актуальні події на фронті, використання сучасної техніки, тактику російських військ, роботу українських оборонців, ситуацію у прифронтових громадах. Основна цільова аудиторія – це глядачі, які стежать за перебігом воєнного стану та прагнуть достовірної, оперативної інформації про бойові дії та наслідки обстрілів на місцях. Тривалість випусків 25-20 хвилин. Регулярність – щочетверга.

Цільова аудиторія «11 каналу» – це жителі здебільшого Дніпропетровської області віком від 25 до 67 років. За даними офіційного сайту телеканал мовить в містах Дніпро, Нікополь, Кам'янське, Новомосковськ, Підгородне, Верхньодніпровськ, Синельникове, Жовті Води та інших населених пунктах Дніпропетровської області в радіусі 70 км. Аудиторія каналу складає близько 3-х мільйонів людей.

Це медіа є прибутковим каналом та входить в товариство з обмеженою відповідальністю «Старлайт Медіа». Відповідно до поданої структури власності за 2023 рік його бенефіціари Віктор та Олена Пінчуки. Доходи каналу надходять від реклами та спонсорства [43].

«11 телеканал» веде пряму трансляцію новин тричі на день: об 11:00, 15:00 та 17:00. На платформах каналу, зокрема на сторінці мережі «Ютуб», випуски новин публікують о 12:00 та 18:00. Канал поєднує оперативні щоденні новини з аналітичними, соціально-гуманітарними та освітніми програмами (Рис. 3.1), що дозволяє глядачам отримувати комплексну картину подій у регіоні, краще розуміти локальні проблеми та їхній вплив на життя населення. Завдяки прямим

включенням із місця подій та коментарям очевидців, журналісти оперативно висвітлюють важливі новини, реагуючи на зміни ситуації.

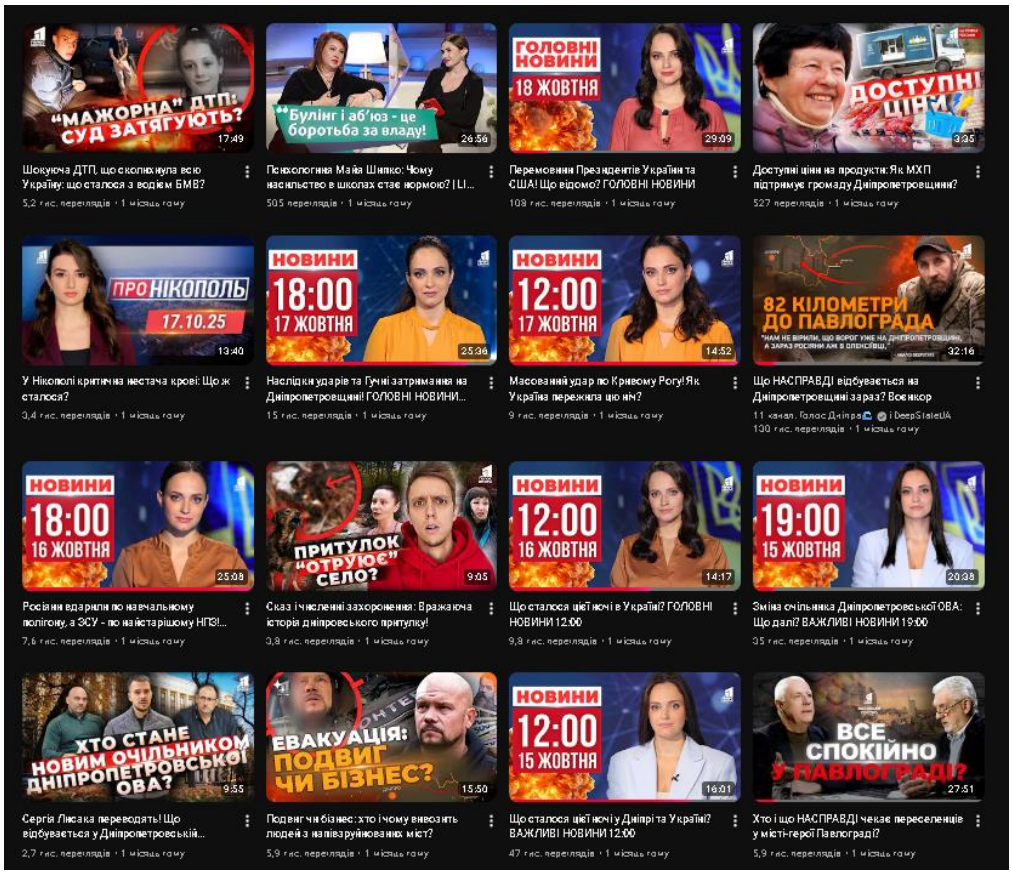


Рис. 3.1. Тематичне наповнення «11 каналу» на ютубі

«11 канал» приділяє найбільшу увагу щоденним новинам і спецпроєктам, що відповідає інформаційним потребам регіональної аудиторії під час воєнного стану. Аналітичні та документальні програми доповнюють оперативну інформацію, дозволяючи глядачам глибше розуміти причини та наслідки подій. Музичні, освітні та дитячі програми розширюють спектр контенту та залучають різні вікові групи аудиторії, що підвищує її загальну залученість.

Водночас канал стикається з низкою викликів, таких як близькість до фронту, ризики для журналістів, обмеження цифрового покриття та потреба оперативного реагування на соціально значущі події. Завдяки поєднанню різних форматів програм, канал зберігає баланс між швидким інформуванням,

аналітикою та соціальною підтримкою аудиторії, підвищуючи довіру та ефективність своєї інформаційної діяльності (Таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Адаптація 11 каналу до умов воєнного стану

Виклик	Спосіб вирішення	Мета
Близькість до фронту	Виїзні репортажі з місця подій у супроводі пресслужб і місцевих структур	Оперативне висвітлення подій навіть у небезпечних регіонах
Безпека журналістів	Координація з місцевою владою, тренінги з безпеки, робота у бронежилетах і касках	Зменшення ризиків під час висвітлення бойових дій
Обмеження цифрового покриття	Онлайн-трансляції у фейсбук, ютуб	Широке охоплення аудиторії як у регіоні, так і поза його межами
Необхідність локалізованого контенту	Співпраця з місцевими експертами, активістами, волонтерами	Висока релевантність та достовірність інформації для глядачів

«11 канал» успішно поєднує локальні новини, аналітичний та соціально-гуманітарний контент, а також адаптується до складних умов воєнного часу. Використання цифрових платформ і співпраця з місцевими експертами дозволяє каналу забезпечувати безперервний інформаційний потік та підтримувати довіру аудиторії. Регулярне висвітлення локальних подій і соціальних ініціатив сприяє консолідації громад, підвищенню обізнаності населення та формуванню стійкості в умовах воєнного стану.

Для аналізу тематичного наповнення новинних випусків каналу обираємо тиждень 13-19 жовтня. В ефірі випуски щогодини, з 11:00, а після 18:00 – в повторі. Для детального опису обираємо 2 випуски на день: 12:00 та 18:00.

Пропонуємо проаналізувати детальніше. У випусках за 13-14 жовтня зберігається акцент на оперативній інформації щодо обстрілів Дніпропетровщини, що доповнюється прямими включеннями. Водночас у деяких включеннях журналісти не озвучують джерела даних, що свідчить про певні порушення стандарту достовірності. Серед сюжетів домінують матеріали

соціально-проблемного характеру – зокрема, репортаж про витрату бюджетних коштів на ремонт лавок, історії поранених військових і новини криміналу. У вечірніх випусках помітне збільшення кількості повторів поперніх новин. А от 15 та 16 жовтня посилюється блок локальних соціальних тем: економія електроенергії, крадіжки майна, браконьєрство, антисанітарія у житлових будинках. Окремі матеріали демонструють нестачу позицій усіх залучених сторін, що обмежує повноту подачі. Важливо також відзначити появу масштабних проблемних сюжетів, зокрема матеріалу про діяльність притулку для тварин, який вирізняється комплексним збором думок (влада, поліція, власниця притулку) і займає центральне місце у випуску.

17 жовтня зміст випусків цього дня зміщується у бік військових історій: сюжети про бійця, який врятував побратимів, та про пораненого військового, що проходить реабілітацію. Також фіксується значний блок новин про державну безпеку, зокрема затримання агентки РФ та вироки колаборантам. Увечір відбувається розширення блоку кримінальних новин, а також посилення тематики соціальної реабілітації (проєкт підтримки жінок після війни).

Так, у будні дні тривалість випусків становить у середньому 11-16 хвилин, причому композиція є стабільною. На початку кожного випуску розміщується оперативний воєнний блок, який охоплює приблизно перші три хвилини ефіру. Після нього слідує соціально-гуманітарний та кримінальний сегмент, який формується переважно з локальних новин, проблемних матеріалів і сюжетів про повсякденні виклики регіону. Завершується випуск зазвичай позитивними історіями, новинами спорту та прогнозом погоди.

На відміну від буднів, у вихідні дні тривалість програм значно збільшується – до 30-35 хвилин. Такі випуски орієнтовані насамперед на ретрансляцію матеріалів, опублікованих протягом тижня, що схожий на формат «підсумкової добірки». Так, 18-19 жовтня випуски починаються з огляду безпекової ситуації, який зазвичай доповнюється інформацією загальнодержавного рівня (зокрема, новини про перемовини президентів України та США). Проте основна частина ефіру складається з повторів

найпомітніших сюжетів тижня, включно з темами ремонту лавок, антисанітарії, роботи медиків та реабілітації військових. Детальний аналіз наповнення новинних блоків в обраний нами час демонструємо в Додатку Б.

Отже, тривалість випуску в будні дні 11-16 хвилин, кожен сюжет займає від 1,5 до 4 хвилин. Перші 3 хвилини стабільно відводяться оперативним новинам із фронту та регіону. Далі йдуть розслідувальні чи суспільно-економічні матеріали, за якими розміщуються коротші інформаційні блоки – кримінал, суди, життя міста, спорт. Вихідними тривалість випуску збільшується до 30 хвилин. У свою чергу в ці дні відрізняється і наповнення: на початку збірний матеріал про обстріли та надзвичайні ситуації, а потім підбірка найцікавіших сюжетів, які публікували впродовж тижня.

Аналіз матеріалів дає підстави стверджувати, що редакція дотримується базових стандартів журналістики: фактична точність, баланс джерел (цитати посадовців, коментарі очевидців, офіційні повідомлення), чітке розділення новинного й оціночного контенту. Відеоряд – динамічний, містить кадри з місць подій, карти, офіційні відео пресслужб, синхрони з військовими, експертами, місцевими мешканцями. Особливо помітне прагнення поєднати інформування з емоційним контекстом через історії людей – поранених, волонтерів, героїв фронту. Також відзначаємо системну структуру випусків: чітке чергування оперативних, соціальних і позитивних блоків.

У свою чергу наявність прямих включень підвищує довіру до контенту. Регіональний фокус матеріалів засвідчує розуміння локальних потреб аудиторії. Серед слабких позицій виділяємо такі: відсутність перманентного дотримання стандарту точності та посилання на джерело. Іноді бракує аналітичного коментаря або експертної оцінки, що обмежує глибину подачі.

Таким чином, тижневий аналіз свідчить про стабільну модель регіонального новинного мовлення, орієнтовану на поєднання оперативної інформації, соціальних тем та історій людської стійкості в умовах війни, однак водночас вказує на низку аспектів, які потребують подальшого вдосконалення.

3.2 Особливості наповнення та тематичні акценти «ICTV»

Проаналізуємо «ICTV» (англ. International Commercial TeleVision – «Міжнародна комерційна телерадіокомпанія») – це загальноукраїнський телеканал, що входить до медіахолдингу Starlight Media [5]. Телекомпанія «ICTV» була заснована у 1991 році, коли її власниками стали український державний концерн РРТ та американська приватна корпорація Story First Communications. Перші програми каналу вийшли в ефір 15 червня 1992 року. «ICTV» першим в Україні розпочав переклад і озвучування іноземних фільмів, зробивши акцент на розважальних програмах. 17 вересня 1995 року на каналі вперше вийшла програма «Територія А», створена продюсером Олександром Бригинцем. Останній випуск цієї програми відбувся 17 вересня 2000 року. У 1996 році «ICTV» посів третє місце в рейтингу українських телеканалів, але почав втрачати позиції перед конкурентами. Із серпня 2000 року генеральним директором «ICTV» став Олександр Богуцький. 18 вересня 2000 року в ефір вийшов перший випуск новин «Факти». 11 листопада 2009 року «ICTV» увійшов до медіахолдингу Starlight Media, куди також увійшли телеканали «Новий канал», «СТБ», «ОЦЕ ТБ», «М1», «М2».

У березні 2014 року «ICTV» припинив мовлення в Криму та Севастополі, а з липня того ж року – частково на Донбасі. 1 червня 2015 року телеканал почав мовити у форматі 16:9. 22 вересня 2017 року до свого 25-річчя телеканал оновив слоган, логотип та ефірну графіку. 13 січня 2020 року «ICTV» почав мовлення у форматі HD.

Власником ТОВ «ТВ-Холдинг» є компанія ТОВ «СТАРЛАЙТ МЕДІА», кінцевими бенефіціарами якої є Віктор, Олена, Марія, Роман і Катерина Пінчуки.

«ICTV» володіє однією з найбільших недержавних мереж ефірного мовлення в Україні. Канал транслюється у всіх містах з населенням понад 50 тис. осіб, охоплюючи 95% населення країни, що становить майже 41 млн людей.

Найбільше охоплення аудиторії спостерігається в Києві, центральному, північному та західному регіонах України.

Основу аудиторії каналу становлять глядачі віком від 18 до 60 років, з ядром у віці 25-55 років у містах з населенням від 50 тисяч [5].

Особливої уваги заслуговують новинні програми каналу, які транслюються у щоденному та спеціальному форматах. «ICTV» бере активну участь у національному телемарафоні «Єдині новини», забезпечуючи аудиторію оперативними репортажами, ексклюзивними інтерв'ю та аналітичними матеріалами.

«ICTV» активно адаптується до викликів воєнного часу, які пов'язані з обмеженим доступом до окремих регіонів, загрозами безпеці журналістів та постійною зміною ситуації на фронті. Для забезпечення оперативного інформування телеканал організовує виїзні знімальні групи, що працюють під супроводом пресофіцерів ЗСУ, а також застосовує мобільні студії для прямих включень. Такий підхід дозволяє поєднувати безпеку журналістів із високою оперативністю та надавати глядачам актуальні дані у реальному часі (Таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 – Адаптація ICTV до умов воєнного стану

Виклик	Спосіб вирішення	Мета
Безпека журналістів	Тренінги з безпеки, координація з військовими, робота в бронежилетах і касках	Зменшення ризиків та забезпечення безперервності роботи
Інформаційна маніпуляція	Співпраця з міжнародними агентствами (Reuters, AP, AFP), фактчекінг, верифікація джерел	Підвищення достовірності та довіри аудиторії
Обмежене цифрове покриття	Участь у телемарафоні на класичному ТБ, онлайн-трансляції на ютубі та сайті «ICTV»	Широке охоплення глядачів незалежно від місця перебування

Аби визначити структуру, тематику та особливості подачі випусків програми «Факти ICTV» у межах марафону, для аналізу ми обрали випуски за 13, 15 і 17 жовтня. В кожному з ним аналізуватимемо по три ефіри кожного дня – початок, середина й кінець шестигодинного блоку [48].

У перший проаналізовний день 13 жовтня ефір починається о 18:30. Випуск орієнтований на оперативну інформацію щодо обстрілів Харківщини, Херсонщини та Сумщини, після чого подано військовий сюжет про 115-ту бригаду. У міжнародному блоці висвітлено звіт Президента про енергетичну безпеку, засідання «Рамштайну», запрошення Зеленського до США та пресконференцію з Каєю Каллас. Завершення – матеріал про припинення війни в секторі Гази. Вже о 22:00 початок випуску зосереджений на наслідках ударів по Запорізькій області. Далі – оновлені зведення ОВА щодо загроз у низці регіонів. До випуску включено повтори попередніх сюжетів і додано матеріали про нову торговельну угоду України з ЄС, а також про програми відбудови в постраждалих областях. А от 14 жовтня о 00:00 у структурі випуску домінують уточнені дані про обстріли, новини про відновлення енергетики, оновлене зведення Генштабу та повтор військового сюжету. Новими елементами стали матеріали про евакуацію з Херсона, спростування інформації щодо опалювального сезону та міжнародна новина про аварію у Словаччині. Завершує випуск гуманітарний сюжет фонду FRIDA.

Наступний ефірний час транслювали 15 жовтня о 12:00. Випуск розпочинається блоком міжнародної політики (зустріч Юлії Свириденко зі Скоттом Бессентом, санкційна та енергетична тематика). Далі розглянуто заяву Дональда Трампа, засідання Ради Україна-НАТО та результати «Рамштайну». Завершальний блок – наслідки ударів по кількох регіонах України. За три години перший блок присвячено безпековій та енергетичній ситуації. Далі представлено сюжет про військових дивізіону «Сталева зграя». Серед міжнародних новин – фінансування дронів Нідерландами та нові квоти ЄС. Регіональний блок містив новини про кадрові рішення в Одеській МВА та уряді. Актуальним є сюжет про страйкбольні тренувальні майданчики як інструмент

базової військової підготовки. А о 17:30 розвивають міжнародну тему – очікуваннями від чергового засідання у форматі «Рамштайн». Далі подано інформацію про ситуацію на Харківщині. У кінцевій частині – низка коротких міжнародних новин (газова політика Іспанії, позиція Латвії щодо програм для біженців, дискусії про призов у Німеччині), а також повтор матеріалів про призначення Сергія Лисака.

Третій ефірний день того тижня 17 жовтня о 06:00. Випуск розпочинається загальним зведенням і заявою Президента щодо міжнародної підтримки. Особливу увагу приділено повідомленням про зустріч Дональда Трампа з Володимиром Путіним, що подається у контексті безпекових ризиків для України. Далі – матеріали Генштабу та сюжет про ситуацію в Костянтинівці. Вже о 09:00 основний акцент – обстріли Сумщини й Запоріжжя та ранкове зведення Генштабу. Повторено сюжет про 24-ту бригаду. Випуск завершує економічний матеріал про Київський міжнародний економічний форум. А ще за 2 години початковий блок містить оновлені дані про обстріли та інформацію щодо відключень електроенергії. Далі – повтор економічного сюжету та новина Моніторингової місії ООН про збільшення кількості цивільних жертв. У міжнародному блоці акцент зроблено на відносинах Трампа й Зеленського, візиті Путіна до Китаю, рішеннях Європарламенту та соціально-демографічних тенденціях у Польщі. Завершення – сюжет про відкриття центру ментального здоров’я. Повний аналіз кожного ефірного дня подаємо в Додатку В.

Отже, у всіх випусках спостерігається стабільна тематична і структурна логіка, характерна для інформаційного телемарафону:

1. Вступний блок майже завжди починається зі зведень про обстріли, удари по регіонах, повідомлення від Генштабу або ОВА. Декілька випусків розпочинались новинами міжнародного рівня.

2. Військові сюжети та репортажі з фронту. Часто репортажі від воєнкорів, зокрема Олега Корнієнка (цього тижня він був у відрядженні на Донеччині), які розповідають про бойові дії, роботу бригад, історії військових.

3. Міжнародні новини простежуються у кожному випуску: блок про зустрічі, саміти, заяви іноземних політиків, підтримку України, енергетичну чи оборонну допомогу.

4. Соціально-економічні сюжети стосувались енергосистеми, опалювального сезону, відбудови, економічних форумів, нових угод з ЄС тощо.

5. Гуманітарні, культурні та соціальні історії пов'язані з благодійними програмами, евакуацією, ментальним здоров'ям, психологічною підтримкою військових.

Тривалість випусків – не довше 16 хвилин. Іноді можна побачити повтори сюжетів в декількох випусках за ефір. Також є новини з доповненням та уточненням. Орієнтовно 60–70% контенту – український воєнний та соціальний контекст, 30-40% – міжнародна підтримка, дипломатія, санкції, економічні рішення. Більшість подань реалізована у форматі студійних БЗ, коли ведучий начитує текст, а кадри з місця подій або офіційні відео перекривають його голос. Сюжети використовуються епізодично – переважно для регіональних тем чи соціальних історій. Також наявні синхрони (СНХ) з офіційними коментарями військових або представників місцевої влади. Середина випусків фокусується на гуманітарних наслідках воєнного стану, відновленні інфраструктури, а завершальні блоки присвячені міжнародній допомозі та культурним подіям. Випускі та окремі блоки також окремо публікуються на ютубі (Рис 3.2).

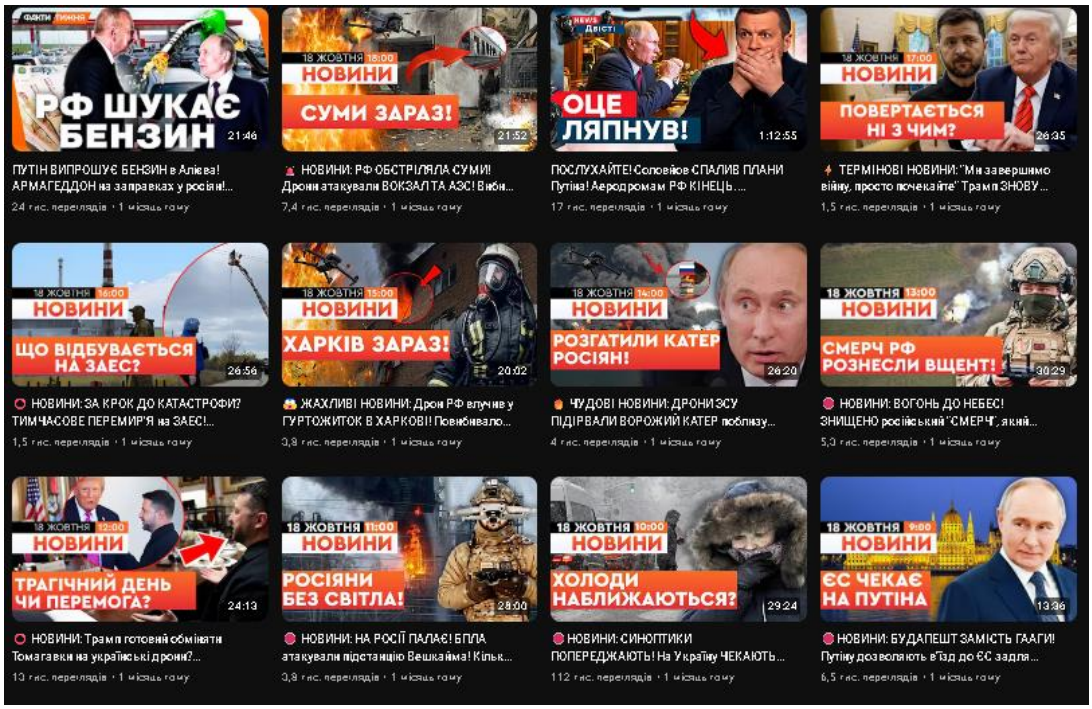


Рис.3.2. Тематичне наповнення «Факти ICTV» на ютубі

«Факти ICTV» демонструють високий рівень відповідності професійним стандартам інформаційної журналістики. Випуски побудовані таким чином, щоб оперативно інформувати глядачів про події на фронті, наслідки обстрілів у різних регіонах України та офіційні повідомлення від Генштабу і обласних військових адміністрацій. При цьому телеканал використовує повтори новин із додаванням уточнень, що забезпечує точність та актуальність інформації впродовж ефіру. Структура програм охоплює широкий спектр тем: військові сюжети та репортажі з фронту, міжнародні новини про дипломатичні зустрічі, підтримку України та санкції, економічні блоки, соціально-гуманітарні та культурні матеріали. Значна частина подачі здійснюється у студійних блоках, доповнених відеокадрами з місця подій, синхронами від офіційних осіб і репортажами воєнкорів. Мультиплатформовий підхід, що включає телевізійний ефір, офіційний сайт та мережу «Ютуб», підвищує доступність і охоплення аудиторії, зокрема молодіжної. Загалом контент телемарафону поєднує оперативність, точність і різноманітність, що відповідає стандартам професійної інформаційної журналістики та сучасним вимогам до медіа в умовах воєнного часу.

Попри обмежений ефірний час, аналіз контенту за 13, 15 і 17 жовтня 2025 року надає підставі відзначити високий рівень оперативності – швидке оновлення новин, часті уточнення. Інформаційні повідомлення характеризуються балансованістю структури, вони базуються на офіційних джерелах. У кожному випуску спостерігається візуальна єдність і чіткий темп. З негативних аспектів можемо виділити обмежений баланс думок у політичних і соціально-економічних темах. Брак аналітичної глибини: більшість сюжетів – короткі інформаційні повідомлення без контексту чи коментарів експертів.

Аналіз новинних випусків «Факти ICTV» за період 13-17 жовтня засвідчує стабільну структурну логіку й повторювану тематичну організацію, притаманну інформаційним продуктам телемарафону в умовах воєнного стану. Сукупність зібраних даних дозволяє виокремити ключові змістові лінії, особливості побудови випусків та рівень відповідності професійним стандартам інформаційної журналістики.

3.3 Загальна характеристика і тематичне наповнення «Суспільного мовлення»

«Суспільне мовлення» – найбільша незалежна медіакомпанія в Україні. Створене у 2017 році шляхом реформування державного мовлення в Україні. Працює згідно з журналістськими стандартами і створює контент для мільйонів людей, різних за віком, добробутом, географією і звичками споживання [44]. Канал поєднує національний та регіональний виміри, висвітлюючи події як на фронті, так і в тилу, а також суспільно значущі теми. Його головна мета полягає у наданні незалежної та збалансованої інформації, що допомагає формувати довіру аудиторії в умовах інформаційної нестабільності та пропагандистських атак.

Окремий напрям у роботі «Суспільного мовлення» – аналітичний та соціально-гуманітарний контент. У програмах та спецпроєктах за участі експертів подається глибший контекст військових дій, економічних процесів,

стану інфраструктури та соціальних наслідків воєнного стану. Це сприяє розвитку критичного мислення, допомагає громадянам орієнтуватися в інформаційному просторі та оцінювати події з різних точок зору, що є особливо важливим в умовах активної інформаційної війни.

Програми «Суспільного мовлення» під час війни охоплюють кілька ключових форматів, спрямованих на забезпечення оперативної та аналітичної інформації. «Суспільне Новини» виходять щогодини з 7:00 до 21:00 та подають оперативні зведення з України й регіонів, включно з фронтовою ситуацією, діями влади та коментарями очевидців. Інформаційно-аналітичний проєкт «Суспільне. Студія» транслюється після кожного випуску новин і пропонує поглиблений аналіз актуальних подій, інтерв'ю з експертами та обговорення економічних, соціальних і гуманітарних аспектів війни. Доповнює інформаційний блок «Суспільне Спорт», який у слотах 17:10–21:40 (із повторами) висвітлює оперативні спортивні новини, анонси національних і місцевих змагань та досягнення українських спортсменів.

В умовах воєнного часу «Суспільне мовлення» зіткається з низкою викликів: обмежений доступ до фронтових зон, ризики для журналістів, цифрові обмеження та потреба в релевантному локалізованому контенті. Для подолання цих проблем канал активно використовує мобільні студії, онлайн-трансляції та цифрові платформи, а також співпрацює з регіональними журналістами й експертами, що дозволяє оперативно й точно інформувати аудиторію про події як на фронті, так і в тилу (Таблиця 3.3).

Таблиця 3.3 – Адаптація «Суспільне мовлення» до умов воєнного стану

Виклик	Спосіб вирішення	Приклад
Обмежений доступ до фронту	Виїзні репортажі, мобільні студії	Можливість оперативного висвітлення подій у регіонах поблизу фронту
Безпека журналістів	Тренінги, координація з місцевими органами, використання бронежилетів та супроводу	Зменшення ризиків під час роботи; журналісти можуть безпечно висвітлювати події у небезпечних регіонах
Обмежена інфраструктура	Онлайн-трансляції, цифрові платформи, соціальні мережі	Широке охоплення аудиторії незалежно від місця проживання
Потреба в релевантному контенті	Співпраця з регіональними журналістами та експертами	Точність та актуальність матеріалів для глядачів

Аби проанаалізувати тематичне наповнення більш детально, обираємо тиждень для аналізу (13-19 жовтня). В обрані дні транслюється марафон «Суспільне мовлення». З щоденних випусків з ефірним часом 07:00-21:00 для аналізу обираємо три ефіри новин: 07:00, 12:00, 20: 00.

Так, протягом 13 жовтня в усіх випусках домінує зовнішньополітична тематика, що задає інформаційний тон тижня. Головним матеріалом стає підготовка зустрічі Володимира Зеленського та Дональда Трампа, а також міжнародна безпекова ситуація, зокрема очікування мирних домовленостей між Ізраїлем і ХАМАСом. Наступний блок – військово-безпековий: регулярні зведення Генштабу, повідомлення про обстріли (Харківщина, Сумщина, Запоріжжя) та локальні сюжети про наслідки атаки дронів. У випусках 07:00 і 20:00 спостерігається підсилення регіонального виміру: сюжети про рятувальників на Харківщині та про евакуацію цивільних на Донеччині. Особливістю дня є візит Каї Каллас, якому присвячено окремий короткий випуск (12:00). Це підкреслює оперативність та тематичну гнучкість редакційної моделі.

14 жовтня зберігається пріоритет міжнародної політики (оновлення щодо зустрічі Зеленського й Трампа), проте помітно зростає частка соціально-гуманітарних сюжетів, що фіксує ширше розгортання тематики марафону. У ранковому випуску вперше за тиждень з'являються історії, не пов’язані з війною безпосередньо: сюжет про догляд за хворим батьком та проблеми мобілізації, матеріали про вакцинацію та культурні ініціативи регіонів. Це демонструє намагання редакції відтворити багатовимірність суспільного життя під час війни. В обідньому випуску посилюється юридично-політичний блок (Труханов, Іванющенко), що вказує на розширення тематики від фронтових до правових аспектів державної політики. Вечірній випуск характеризується переорієнтацією на внутрішньополітичні події: тема припинення громадянства низки публічних діячів стає головною. Водночас зберігається увага до наслідків обстрілів і гуманітарних евакуацій.

15 жовтня характеризується посиленням міжнародного блоку, пов’язаного зі самітом НАТО та зовнішньополітичною активністю США. У випусках простежується розширене висвітлення міжнародних інституцій, включаючи прямі включення кореспондентів із Брюсселя. Другою ключовою темою дня стає енергетична безпека. Атаки на енергооб’єкти, ліквідація знеструмлень і комунальні виклики (перехід на альтернативне опалення) формують внутрішній контекст. Регіональні сюжети підтримують тематичну різноманітність: історії волонтерів, побутові сюжети, профілі військових. Увечері знову активізується політичний блок (створення Одеської МВА, призначення Сергія Лисака), що демонструє зміщення уваги до реформ і кадрових рішень.

Усі випуски 16 жовтня відзначаються схожим наповненням. Міжнародний блок продовжує фокусуватися на заяві Дональда Трампа щодо необхідності наступальних дій України та його комунікації з Путіним, що підсилює драматичність міжнародного контексту. Водночас внутрішні новини зосереджені на наслідках атак на енергетичну інфраструктуру та супутніх обмеженнях. У випусках з’являються експертні коментарі, що дещо підвищує

аналітичний рівень контенту. Крім того, день виокремлюється сюжетами з правової та правозахисної тематики:

- призначення Ольги Решетилової військовою омбудсманкою,
- судові матеріали (справа військових із Тернополя).

У день зустрічі Зеленського й Трампа, 17 жовтня, структура випусків максимально орієнтована на міжнародні події. Прямі включення з Вашингтона і експертні коментарі демонструють посилення аналітичного елементу. Подія фактично визначає інформаційне ядро доби. Другим важливим компонентом стають нічні удари по енергосистемі та впровадження екстрених відключень. Це формує спільний національний контекст, який повторюється в усіх випусках доби. Регіональні сюжети (Богданівка, Кривий Ріг, Суми) показують локальні наслідки атак та адаптацію цивільного населення. Соціально-гуманітарна тематика зберігається, але має другорядний характер: переважно реабілітаційні та культурні ініціативи.

Випуски 18 жовтня концентруються на післяподієвому аналізі результатів зустрічі, особливо наголошуючи на рішенні щодо ненадання Україні далекобійних систем. Далі стандартний безпековмй блок: обстріли, аварійні відключення, сюжети з регіонів. Водночас у контенті додають історії бійців, евакуацій, цивільних під час обстрілів. Присутні національні пам’ятні події та громадські акції (забіг «Азовсталі», історія азовця «Скрипача», акції родин полонених).

Вже 19 жовтня спостерігаємо зміщення акценту до загроз міжнародній безпеці та внутрішньої стійкості. В ранкових і денних випусках домінує тема масованої дронової атаки РФ. Паралельно транслюється інформація про внутрішньополітичні протести у США, що розширює міжнародний контекст. Ключовим сюжетним напрямом стає мовірна «мирна пропозиція» Путіна Трампу, яку редакція подає з посиланнями на міжнародні видання та з розширеними деталями у вечірньому ефірі. Завершення доби відзначається поєднанням міжнародного та гуманітарного контенту: акції «Не мовчи. Полон вбиває», реабілітаційні програми для ветеранів, культурні події. Повноцінний

аналіз ефірного часу «Суспільне Новини» протягом 13-19 жовтня подаємо в Додатку Г.

Тривалість випусків – у межах 10-16 хвилин, з чітким ритмом, візуальною єдністю, використанням офіційних відео і БЗСХ-формату (ведучий + відеоряд). На вихідних випуски коротші і виходять один раз на дві години.

Структурна логіка випусків «Суспільного мовлення» демонструє чітку ієрархію тем та блоків новин, що забезпечує системне і послідовне висвітлення подій як на національному, так і на міжнародному рівні. Кожен випуск, незалежно від ефірного часу, дотримується певної схеми: відкриття програми зазвичай присвячене міжнародним подіям, зокрема дипломатичним візитам, переговорам між світовими лідерами та військово-політичним темам, що мають прямий вплив на безпекову ситуацію в Україні. За нашою оцінкою, у відстковому співвідношенні це 30-40% контенту. Наступним блоком традиційно висвітлюються ключові події в Україні, зокрема наслідки обстрілів, оперативна ситуація на фронті, аварійні відключення енергетичних об’єктів, робота рятувальних служб та евакуація цивільного населення, що складає 60-70% від кожного випуску.

Спостергіємо в ефірах переважно короткі інформаційні блоки, прямі включення, оперативні репортажі. Основними джерелами виступають офіційні структури (Генштаб, ОВА, уряд, міжнародні інституції), що забезпечує високий рівень достовірності. Важливу частину структури займають регіональні сюжети, які забезпечують локальне висвітлення подій, включаючи життя прифронтових громад, діяльність волонтерів та військових, соціально-гуманітарні ініціативи та матеріали про цивільних осіб, які постраждали від воєнного стану. Сюжети регіональних філій часто інтегруються у національний контекст, підкреслюючи зв’язок локальних подій із загальноукраїнською ситуацією.

Крім військових та соціальних тем, у випусках наявні правові та політичні матеріали, що стосуються призначень, звільнень, позбавлення громадянства, судових рішень та інших офіційних дій державних органів. Міжнародні блоки

висвітлюють дипломатичні ініціативи, конфлікти та миротворчі процеси, надаючи аналітичні коментарі експертів і кореспондентів на місцях.

Кожен ефір завершується матеріалами, що мають суспільну або гуманітарну цінність, включаючи історії окремих людей, освітні або культурні події, ментальну та фізичну реабілітацію ветеранів і цивільного населення, а також інформаційні акції на підтримку полонених і постраждалих від воєнного стану. Така структурна логіка дозволяє глядачу отримувати комплексне, оперативне і збалансоване висвітлення подій у воєнний час, поєднуючи міжнародну, національну та локальну перспективи. Головні події та заяви що стосуються України публікують на ютубі (Рис 3.3).

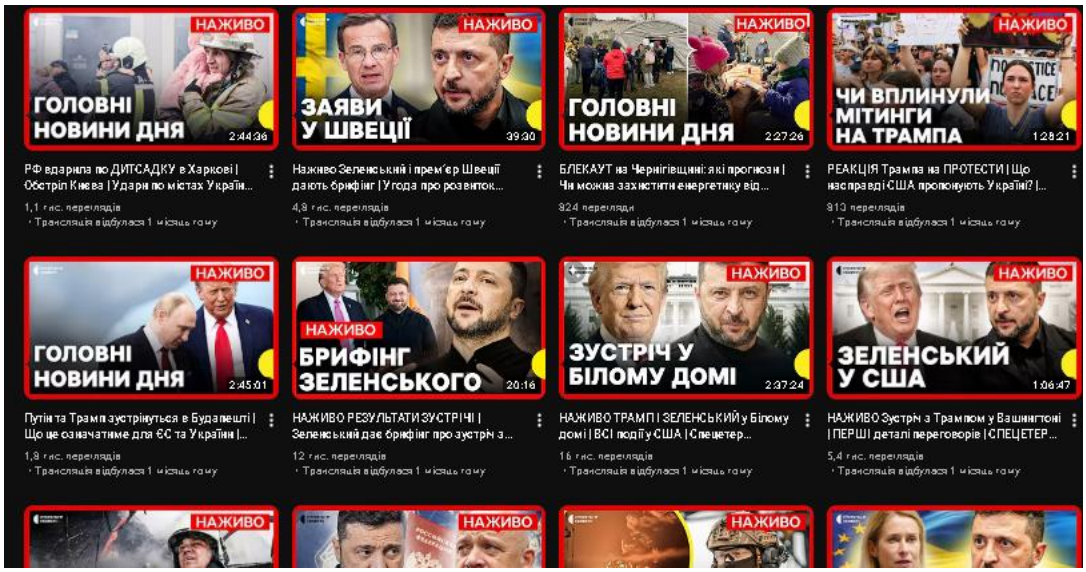


Рис 3.3. Тематичне наповнення «Суспільне Новини» на ютубі

Аналіз змісту новинних випусків засвідчує, що їхня подача загалом відповідає професійним стандартам інформаційної журналістики, що особливо важливо в умовах воєнного стану. Матеріали ґрунтуються на достовірних, переважно офіційних джерелах, що забезпечує високий рівень фактологічної точності. Структура випусків демонструє збалансоване поєднання міжнародної, воєнної, регіональної та соціально-гуманітарної тематики, а тон ведучих витримано у нейтральній, стриманій манері. Важливою рисою є й оперативність

подачі: ключові новини регулярно оновлюються упродовж дня, що підтримує актуальність інформації.

Водночас контент має низку характерних обмежень. Найпомітнішим є звужений баланс думок: у більшості сюжетів домінують позиції державних інституцій, тоді як альтернативні експертні оцінки представлені рідко. Також спостерігається недостатній рівень аналітичної глибини – новини подаються переважно у короткому форматі, без розгорнутих пояснень чи контексту. Часті повтори аналогічних матеріалів у різних випусках, що є типовим для цілодобового мовлення, знижують варіативність контенту.

Порівняльний аналіз діяльності телеканалів «ICTV», «11 каналу» та «Суспільного мовлення» у воєнний період свідчить про різноманітність підходів до інформування населення та адаптації до кризових умов. «ICTV» демонструє високий рівень оперативності та масштабність охоплення, але тільки в свій ефірний час, що підвищує достовірність контенту та забезпечує протидію дезінформації. «11 канал», як регіональний мовник, виконує важливу функцію локального інформування, акцентуючи увагу на безпеці населення, соціальних наслідках воєнного стану та взаємодії з волонтерами. «Суспільне мовлення», у свою чергу, поєднує елементи національного та регіонального контенту, розвиваючи формат аналітичних і гуманітарних програм, що сприяють збереженню інформаційної рівноваги. Загалом, усі три телеканали відіграють важливу роль у формуванні медійного простору України.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження української телевізійної журналістики в умовах воєнного стану дозволило комплексно оцінити специфіку діяльності медіа, структуру програм, жанрове та тематичне наповнення контенту, а також відповідність професійним стандартам. Було проаналізовано теоретичні аспекти журналістики в умовах збройного конфлікту, психологічні та етичні вимоги до роботи журналістів, а також особливості діяльності обраних телеканалів: «ICTV», «11 канал» та «Суспільне мовлення».

У першому розділі визначено, що телевізійна журналістика в умовах воєнного стану має специфічні характеристики, які відрізняють її від традиційного інформаційного мовлення. Основними з них є висока оперативність подачі новин, точність і достовірність інформації, обмежені можливості для глибокого аналітичного контенту, а також необхідність психологічно коректного підходу до подачі матеріалів про бойові дії, гуманітарні та соціально-економічні наслідки воєнного стану. Було підкреслено, що робота журналіста у воєнних умовах передбачає дотримання етичних принципів: уникнення сенсаційності, збереження об’єктивності, балансування різних точок зору (зокрема щодо гуманітарних та соціально-економічних питань), а також повагу до прав людини і конфіденційності інформації. Особлива увага приділяється адаптації стилю подачі матеріалу до психологічного стану аудиторії, щоб не створювати паніку, а забезпечувати інформування та підтримку.

Аналіз сучасних платформ української журналістики у період воєнного стану показав, що медіа активно адаптують свій контент під цифрові формати, забезпечуючи швидке, доступне та багатофункціональне інформування аудиторії. Переорієнтація телевізійного контенту на онлайн-майданчики, такі як «Ютуб», «Інстаграм», «Фейсбук», «Тікток» і «Телеграм», дозволила українським медіа зберегти оперативність, достовірність і гнучкість подачі матеріалів, а також залучити аудиторію до активної взаємодії.

Дослідження окремих телеканалів, зокрема «11 канал», «ICTV» і «Суспільне мовлення», показало, що вони використовують різні стратегії: «11 канал» робить акцент на аналітиці та локальних новинах; «ICTV» поєднує оперативні новини, гуманітарні сюжети та міжнародні події в межах ефірного часу; «Суспільне Новини» забезпечує баланс між міжнародними подіями пов'язаними з Україною та оперативністю регіональних, локальних новин.

Усі платформи демонструють високий рівень інтерактивності та мультиплатформовості: контент поширюється у відео, текстах, фото та інфографіках, а також через прямі трансляції та Stories. Ця стратегія дозволяє медіа швидко реагувати на події, адаптувати інформацію під різні цільові аудиторії та забезпечувати доступ до перевірених даних у реальному часі.

Таким чином, другий розділ підтверджує, що цифрові платформи стали не просто додатковим каналом комунікації, а ключовим елементом сучасної української журналістики під час воєнного стану, що забезпечує ефективне, оперативне та інтерактивне інформування суспільства.

У третьому розділі проведено аналіз тематичного та жанрового наповнення контенту. Нами проаналізовано випуски новин на кожному телеканалі у період з 13 по 19 жовтня 2025 року. Виявлено, що ефіри українських телеканалів побудовані за логікою чергування: вступні блоки – оперативні новини про бойові дії та безпеку, середина ефіру – гуманітарні, соціальні та економічні теми, завершальні блоки – міжнародна допомога, дипломатичні події та культурні ініціативи. Переважна більшість матеріалів подається у вигляді коротких новинних повідомлень або студійних блоків з додатковими відеоматеріалами, що забезпечує високу оперативність та доступність інформації. Репортажі воєнкорів застосовуються переважно для висвітлення бойових дій і соціальних ініціатив на місцях, тоді як синхрони офіційних осіб підкреслюють достовірність поданої інформації.

Також виокремлюємо подачу новин у вихідні дні. Наприклад, «11 канал» здебільшого збирає найважливиші новини протягом 5 днів та подає в

суботньому та недільному випусках. На початку випуску подають суцільний блок про наслідки обстрілів на Дніпропетровщині та в інших регіонах України.

«Суспільне Новини» ж збирає випуски з поточних новин протягом дня. Перші випуски 07:00-10:00 частіше за все тривають 5-7 хвилин та складаються з безпекової ситуації в регіонах та головних новинах станом на ранок. Протягом дня тривалість збільшується до 10-13 хвилин. Особливістю є зменшення частоти трансляції випусків в вихідні дні: не щогодини, а кожні дві години.

Визначено, що обрані канали успішно адаптувалися до умов воєнного стану: забезпечують оперативне інформування, дотримуються стандартів точності та достовірності, застосовують психологічно коректний стиль подачі матеріалу, поєднують військові, гуманітарні та міжнародні теми. Контент спрямований на підтримку населення, забезпечення доступу до актуальної інформації та формування об’єктивного розуміння поточної ситуації в країні та світі.

Отже, українська телевізійна журналістика в умовах воєнного стану демонструє високий професійний рівень, ефективність адаптації до специфічних вимог воєнного часу та здатність поєднувати оперативність, достовірність і різноманітність тематичного та жанрового наповнення. Результати дослідження можуть слугувати підставою для подальших наукових робіт, спрямованих на оцінку впливу телевізійного контенту на психологічний стан населення, вивчення ефективності мультимедійних платформ та вдосконалення інформаційного забезпечення в умовах воєнного конфлікту.

Таким чином, проведений аналіз підтверджує, що українські телеканали успішно поєднують інформативність, оперативність та психологічну підтримку аудиторії, що є ключовим чинником у забезпеченні стійкості суспільства під час воєнних дій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байкєніч О. І. Телевізійна журналістика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 368 с.

2. Баркар Д. Як українські медіа маневрують між негативом і нейтральністю у висвітленні мобілізації. *Моніторинг IMI*. URL: imi.org.ua/monitorings/yak-ukrayinski-media-manevruyut-mizh-negatyvom-i-nejtralnistyu-u-vysvitlenni-mobilizatsiyi-i64894 (дата звернення: 26.10.2025).

3. Блек К. 16 правил журналістського розслідування від експерта Лондонського Бюро розслідувальної журналістики. *MediaSapiens*. URL: ms.detector.media/profstandarti/post/16435/2016-04-15-16-pravyl-zhurnalistskogorozsliduvannya-vid-eksperta-londonskogo-byurorozsliduvalnoi-zhurnalistyky (дата звернення: 12.11.2025).

4. «Васильєв гостро». 11 канал. URL: 11tv.dp.ua/vasilevskiy-ostrov (дата звернення: 26.10.2025).

5. Вебсайт телеканалу ICTV: ICTV. Онлайн-трансляція телеканалу ICTV. URL: ictv.ua/ru/online (дата звернення: 17.09.2025).

6. Верьовко М., Іванов В., Різун В. Журналістика. Енциклопедія Сучасної України. Т. 9. URL: esu.com.ua/article-18546 (дата звернення: 07.10.2025).

7. Візниця Ю. Особливості поширення медійної інформації під час дії норм правового режиму воєнного стану. *Грааль науки*. 2023. № 24. С. 411–415.

8. Владимиров В. Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння : монографія. Київ : КНУТШ, Ін-т журналістики, 2003. 220 с.

9. Горакевич О. Телебачення як комунікативна система. Львів : ПАІС, 2015. 276 с.

10. Гороховський О. та ін. Фактчекінг і медіаграмотність : словник термінів. Київ : ГО «Центр аналітики і розслідувань», 2020. 79 с.

11. Грабовський С. Сучасна українська телевізійна журналістика: трансформації та виклики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2021. № 1. С. 54–60.

12. Дмитровський З. Телевізійна журналістика : навчальний посібник. URL: studfile.net/preview/11449010 (дата звернення: 12.11.2025).

13. Захист журналістів під час воєнного конфлікту. URL: ukrainepravo.com/international_law/public_international_law/zakhyst-zhurnalistiv-pid-chas-zbroynogo-konfliktu (дата звернення 23.10.2025).

14. Інститут соціальної та політичної психології – Національної академії педагогічних наук України. URL: ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/BarishpSlovMaket2014.pdf (дата звернення: 30.06.2025).

15. Кодекс етики. Комісія з журналістської етики : вебсайт. URL: cje.org.ua/ethics-codex (дата звернення: 12.11.2025).

16. Костенко О. Телевізійна публіцистика: жанрово-стильова специфіка. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 212 с.

17. Кость С. Журналістика і війна : навчальний посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 414 с.

18. Криворучко С. В. Професійна етика журналіста на сучасному етапі розвитку демократії в Україні : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук: 10.01.08. Київ, 2003. 181 с.

19. Кривошея І. Телевізійна журналістика: сучасні реалії та тенденції розвитку : монографія. Київ : Інтерсервіс, 2016. 192 с.

20. Кузнєцова О. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень : монографія. Львів: 1998. 412 с.

21. Маруховський О. Етичні аспекти політичної журналістики, як професійної діяльності. *Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка*. URL: dspace. khntusg.com.ua/bitstream/123456789/15663/1/3.pdf (дата звернення: 12.11.2025).

22. Миролюбенко Г. Інформаційна етика в просторі сучасних комунікативних процесів (філософсько-етичний аналіз) : автореф. … дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.07 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ. 2011. 16 с.

23. Михайлин І. Основи журналістики : підручник. 5-те вид., перероб. та допов. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

24. Мірошниченко О. Жанри в телевізійній журналістиці : навчально-методичний посібник. Дніпро : ДНУ, 2021. 144 с.

25. Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика / пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. Т. 62. 234 с.

26. Москаленко А. Журналістика в телеефірі : навчальний посібник. Київ : Знання, 2012. 255 с.

27. Москаленко А. Основи тележурналістики : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2017. 248 с.

28. Мураль Х., Білограць Х. Професійна етика журналіста в інтернет виданнях. *Електронний архів наукових матеріалів Національного університету «Львівська політехніка».* 2019. URL: ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/49261/2/2019_Mural_KhProfesiina_etyka_zhurnalista_116-125.pdf (дата звернення: 12.11.2025).

29. Класифікація жанрів телевізійної журналістики: теоретичний матеріал Moodle MSU. URL: moodle.mu.edu.ua/mod/book/view.php?id=13621&chapterid=2929#mod_book-chapter (дата звернення: 27.06.2025).

30. Куликов А., Кузьменко Л., Дворовий М., Дуцик Д., Кущ Л. Посібник з журналістської етики. Київ: Комісія з журналістської етики, 2023.129 с.

31. Про Комісію з журналістської етики. Комісія з журналістської етики : вебсайт. URL: cje.org.ua/about (дата звернення: 12.11.2025).

32. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану : Наказ Головнокомандувача Збройних сил України № 73 від 03.03.2022. URL: mod.gov.ua/diyalnist/normativno-pravova-baza/nakaz-golovnokomanduvacha-zsu-vid-03-03-2022-roku-73-zi-zminami (дата звернення: 12.11.2025).

33. Про правовий режим воєнного стану : Закон України від 12.05. 2015 № 389-VIII. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text (дата звернення: 12.11.2025).

34. Різун В. Жанри журналістики : навчальний посібник. Київ : Центр вільної преси, 2001. 192 с.

35. Романенко О. В. Телевізійна журналістика: практичні аспекти професійної діяльності. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2019. 184 с.

36. Сафроньєва Г. М. Журналістська етика в Україні: оцінномодальний аспект. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 53. С. 382–386.

37. Синчак Б. А. Деонтологія журналістської діяльності: виклики, дилеми, тенденції. Суми: 2023. 230 с.

38. Соломін Є. Телевізійні новини. Луганський досвід : монографія. Ужгород : ФОП Береза А. Е., 2015. 209 с.

39. Старкова Г. В. та ін. Етичні засади діяльності журналіста традиційних і нових медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2021. Т. 32 (71). № 6. Ч. 3. С. 177–181.

40. Сташен Б. Мобільна журналістика : практичний посібник. Київ : Центр вільної преси, 2021. 260 с.

41. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / пер. з англ. Н. Єгоровець. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 407 с.

42. Стрельников О. Обережно, Фейсбук! Блогер Андрій Бродецький – про алгоритми збору інформації користувачів соцмереж. *Радіо НВ*. 2019. URL: nv.ua/ukr/radio/-novyy-ranok/oberezhno-feysbukbloger-andriy-brodeckiypro-algoritmi-zboru-informacijikoristuvachiv-socmerezh-50021595.html (дата звернення: 12.11.2025).

43. Структура власності 2023. *11 канал* : веб-сайт. URL: https://11tv.dp.ua (дата звернення: 26.10.2025).

44. Суспільне. Офіційний сайт. URL: suspilne.media (дата звернення: 17.09.2025).

45. Телевізійна та радіокомунікація: історія, теорія, новітні практики : підручник / В. В. Лизанчук та ін.; за ред. В. В. Лизанчука. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2021. 420 с.

46. Тимошик М. Стандарти журналістики: поняття, ґенеза, зміст, практика. *Український інформаційний простір*. 2023. № 9. С. 30–56.

47. Толочко Н. В. Становлення і розвиток телебачення на Закарпатті в історичному, політичному, культурному контекстах : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Дніпров. нац. ун-т. Дніпро, 2020. 280 с.

48. Факти ICTV. URL: youtube.com/@FaktyICTVchannel (дата звернення: 02.10.2025).

49. Чернявський С., Опришко Л., Титко А. та ін. Протидія перешкоджанню законній професійній діяльності журналістів в України : методичні рекомендації. Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2017. 128 с

50. Шевченко В. Телевізійна журналістика : курс лекцій. Київ : Каравела, 2015. 176 с.

51. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі. *Образ*. 2018. Вип. 1 (27). С. 140–153.

52. Ширченко Я. І. Журналістська етика: проблеми і концепції (світовий та вітчизняний досвід) : автореф. дис. канд. соц. ком. : 27.00.01. Київ, 2008. 16 с.

53. Яковець А. Телевізійна журналістика: теорія і практика : підручник. Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. 240 с.

54. 11 канал. Офіційний сайт. URL: 11tv.dp.ua (дата звернення: 17.09.2025).

55. Statcounter Global Stats – Browser, OS, Search Engine including Mobile Usage Share. *StatCounter Global Stats* : веб-сайт. URL: gs.statcounter.com (date of access: 07.10.2025).

ДОДАТОК А

Ключові документи з журналістської етики (за Б. Синчаком)

Назва документу	Обґрунтування
Декларація принципів поведінки журналістів, прийнята на II Всесвітньому конгресі Міжнародної федерації журналістів (МФЖ) (1954 р., зі змінами 1986 р.)	Один із найдавніших етичних документів, чиї постулати залишаються чинними як ціннісні орієнтири. МФЖ – найбільша світова організація професійних працівників ЗМІ, що об'єднує понад 500 тисяч членів зі 100+ країн.
Міжнародні принципи журналістської етики в журналістиці (ЮНЕСКО, Париж-Прага, 1983 р.)	Підготовлені на консультативних зустрічах низки міжнародних і регіональних журналістських організацій (загалом 400 тис. працюючих журналістів
ПАРЄ Резолюція «Про етичні принципи журналістики» (Резолюція 1003 (1993))	Документ Парламентської асамблеї Ради Європи (ПАРЄ), що містить 38 положень, які викладають основні міжнародні принципи журналістської діяльності.
США. Кодекс професійної етики Товариства професійних журналістів (SPJ) (Ухвалено 1996 р.)	Це керівництво, а не жорсткий набір правил, яке закликає всіх, хто займається журналістикою, брати на себе відповідальність за інформацію, незалежно від виду медіа. Кодекс слід читати цілісно.
США. Декларація принципів Американського товариства редакторів газет (ASNE) (Прийнятий у 1922 р. як «Канони журналістики», переглянутий у 1975 р.)	ASNE – організація для редакторів, продюсерів, медіаменеджерів, викладачів журналістики та керівників фондів, пов'язаних зі ЗМІ. Заснована у 1922 році.
Україна. Журналістські стандарти: нормативна довідка	Довідка має характер загальних стандартів та вимог до професійної медійної діяльності, посилаючись на положення Кодексу етики українського журналіста.
Україна. Рекомендації щодо висвітлення виборів засобами масової інформації та захисту права на приватне життя	Підготовлені у 2012 році за підсумками обговорення між представниками журналістських об'єднань, асоціацій ЗМІ та громадських організацій.
Німеччина. Публіцистичні засади (Пресовий кодекс)	Ухвалений Німецькою пресовою радою у співпраці з пресовими спілками 12 грудня 1973 року
Німеччина. Принципи поведінки для преси, радіо, телебачення та поліції	Ухвалений Конференцією міністрів внутрішніх справ 26 листопада 1993 року, що регулює взаємодію медіа та правоохоронних органів.
Великобританія. Редакційні настанови Бі-Бі-Сі (BBC)	Внутрішній документ найбільшої у світі телерадіомовної компанії, що визначає стандарти її редакційної роботи.

ДОДАТОК Б

Тематичне наповнення новинного блоку «11 каналу»

Дата	Час ефіру	Тип/вид матеріалу	Тема коротко	Тривалість	Коментар
13.10.2025	12:00	Пряме включення	Обстріли Нікопольщини, Синельниківщини; наслідки атак РФ	3:03	Джерела інформації не зазначені
13.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення	Екстрене відключення світла	0:30	Короткий інформаційний блок
13.10.2025	12:00	Сюжет	Ремонт лавок у сквері (6 млн грн)	6:00	Містяни, активісти, коментарі чиновників; соціально-гуманітарна тематика
13.10.2025	12:00	Сюжет	Військовослужбовець отримав автівку від «Інтерпайп»	3:00	
13.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення	Медалі дніпрян на чемпіонаті ММА у Тбілісі	1:00	
13.10.2025	18:00	Інформаційне повідомлення	Обстріли Нікопольщини та Павлограда, втрати	3:03	
13.10.2025	18:00	Сюжети	Суд у справі ДТП, витрати на лавки, військовослужбовець, спорт	12:57	Повтор ранкових сюжетів
13.10.2025	18:00	Інформаційне повідомлення	Погода в регіоні	0:30	Традиційний фінальний блок
14.10.2025	12:00	Пряме включення	Наслідки атак РФ, включення журналістки	3:36	Оперативний воєнний блок
14.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення	Кримінальні новини, поранений лікар, епідеміологічна ситуація в області	12:24	Основний блок інформації про регіон
14.10.2025	18:00	Звіти	Обстріли Дніпропетровщини та України	6:00	Повтор ранкового випуску
14.10.2025	18:00	Інформаційне повідомлення та сюжети	Короткі новини, благодійний фонд, фестиваль	13:00	Блок криміналу, соціальні проблеми та позитивні ініціативи
14.10.2025	18:00	Інформаційне	Погода	0:30	Фінал

		повідомлення			
15.10.2025	12:00	Звіт	Ситуація в області та Україні	3:20	Військові атаки, включення журналістки
15.10.2025	12:00	Сюжети	Антисанітарія в гуртожитку, незаконний вилов риби	8:38	Проблемні сюжети, кримінальні та екологічні новини
15.10.2025	12:00	Сюжет	Державна програма «Власна справа»	4:00	Позитивна історія для бізнесу
15.10.2025	18:00	Сюжет та інформаційне повідомлення	Зміна керівника ОВА, ситуація на фронті	6:36	Офіційні коментарі, аналітика
15.10.2025	18:00	Інформаційне повідомлення	Повтор ранкового випуску, афера на маркетплейсі	8:10	Кримінальні, соціальні та проблемні матеріали
15.10.2025	18:00	Сюжет та інформаційне повідомлення	Розвиток малого бізнесу, спорт	5:05	
15.10.2025	18:00	Інформаційне повідомлення	Погода	0:18	Фінал
16.10.2025	12:00	Звіт	Обстріли, наслідки атак, реакція влади	3:00	Військовий блок
16.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення та сюжети	Екстрене відключення світла, браконьєрство, отруєння грибами	5:00	
16.10.2025	12:00	Сюжет	Учасниця дитячого Євробачення	6:00	
16.10.2025	18:00	Інформаційне повідомлення та звіт	Обстріли, наслідки атак	3:30	
16.10.2025	18:00	Сюжет	Притулок для тварин, санітарна безпека	16:00	Домінує складний проблемний сюжет
16.10.2025	18:00	Сюжет	Дитяче євробачення, прогноз погоди	6:00	
17.10.2025	12:00	Звіт	Обстріли, атака на Кривий Ріг	3:37	Військові дані, включення журналістки
17.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення та сюжет	Затримання агентки РФ, вирок зраднику, історії військових	11:23	Кримінальні та проблемні матеріали
17.10.2025	12:00	Сюжет та інформаційне повідомлення	Реабілітація військових, спортивні перемоги	3:00	
18.10.2025	18:00	Інформаційне повідомлення та сюжети	Безпекова ситуація, повтори найцікавіших сюжетів тижня	29:00	Повтори сюжетів за тиждень

19.10.2025	18:00	Інформаційне повідомлення та сюжети	Наслідки обстрілів, спецпроєкт «Воєнкор», повтори попередніх сюжетів	35:00	Повтори сюжетів за тиждень

ДОДАТОК В

Тематичне наповнення новинного блоку каналу «ICTV»

Дата	Час ефіру	Тип/вид матеріалу	Тема коротко	Тривалість / хронометраж	Коментар
13.10.2025	18:30	Інформаційне повідомлення та звіти	Зведення обстрілів Харківщини, Херсонщини, Сумщини; Генштаб	2–3 хв	Вступний блок
13.10.2025	18:30	Репортаж	Бійці 115 бригади, робота артилерії	2 хв	
13.10.2025	18:30	Інформаційне повідомлення	Міжнародні новини: звіт Президента, Рамштайн, візит Зеленського	2 хв	
13.10.2025	22:00	Звіти	Наслідки обстрілів Запорізької області	2 хв	Повтор та уточнення інформації
13.10.2025	22:00	Репортаж	115 бригада зустріч Кої Каллас та Зеленського	2 хв	Повтор сюжету попереднього ефіру
13.10.2025	22:00	Інформаційне повідомлення та сюжет	Угода ЄС-Україна, відбудова 10 регіонів	2 хв	Соціально-економічна тематика
13.10.2025	00:00	Інформаційне повідомлення	Обстріли Харківщини, інших регіонів	2 хв	Оперативне оновлення
13.10.2025	00:00	Репортаж	115 бригада, евакуація з Херсону	2–3 хв	Соціальні та військові сюжети
13.10.2025	00:00	Інформаційне повідомлення	Міжнародна новина: аварія у Словаччині	1 хв	Інформація міжнародного рівня
15.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення	Міжнародні зустрічі України та США	3 хв	
15.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення	Обстріли та енергетична ситуація	2 хв	Військовий і соціально-економічний контекст
15.10.2025	15:00	Репортаж	Військові «Сталева зграя», збір на потреби бригади	2 хв	Фронтовий сюжет
15.10.2025	15:00	Інформаційне повідомлення	Міжнародна допомога: дрони, квоти на експорт	2 хв	Оперативні міжнародні новини
15.10.2025	15:00	Репортаж	Страйкбольні	2 хв	Гуманітарна/соціа

			майданчики для навчання військових		льна тематика
15.10.2025	17:30	Інформаційне повідомлення	Міжнародні новини: Рамштайн, обмеження металів	2 хв	
15.10.2025	17:30	Інформаційне повідомлення	Безпека Харківщини	2 хв	Військовий контекст
15.10.2025	17:30	Інформаційне повідомлення	Сергій Лисак очільник Одеської ВА	2 хв	Соціально-політична новина
17.10.2025	06:00	Інформаційне повідомлення	Зведення безпекової ситуації, Зеленський, зустріч з Трампом	3 хв	
17.10.2025	06:00	Репортаж	Костянтинівка, Донеччина	2 хв	
17.10.2025	06:00	Інформаційне повідомлення	Евакуація, соціальні ініціативи	2 хв	Гуманітарний блок
17.10.2025	09:00	Звіт	Наслідки обстрілів, Генштаб	2 хв	Оперативне оновлення
17.10.2025	09:00	Репортаж	24-та бригада	2 хв	Фронтовий сюжет
17.10.2025	09:00	Інформаційне повідомлення	Київський міжнародний економічний форум	2 хв	
17.10.2025	11:00	Інформаційне повідомлення	Оновлена інформація про обстріли, відключення світла	2 хв	Оперативне оновлення
17.10.2025	11:00	Сюжет	Ментальне здоров’я, проєкт Пінчуків	2 хв	Гуманітарний блок
17.10.2025	11:00	Звіт	Міжнародні новини: підтримка України, санкції, відносини Трамп–Зеленський	2 хв	Дипломатичний блок

ДОДАТОК Г

Тематичне наповнення новиного блоку «Суспільного мовлення»

Дата	Час ефіру	Тип/вид матеріалу	Тема коротко	Тривалість / хронометраж	Коментар
13.10.2025	07:00	Звіт	Міжнародні: Трамп прямує до Ізраїлю, мирна угода Ізраїль–ХАМАС	~5 хв	Початок випуску – міжнародний блок
13.10.2025	07:00	Інформаційне повідомлення	Україна: ситуація на фронті, обстріли Сум, Харків – роботи рятувальників	~10 хв	Локальні та оперативні новини
13.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення	Візит Каї Каллас до Києва, зустріч із міністром закордонних справ	~8 хв	Основний акцент на дипломатію
13.10.2025	20:00	Інформаційне повідомлення	Зустріч Зеленського–Трамп, оновлення мирної угоди Ізраїль–ХАМАС, передача заручників	~12 хв	Міжнародні та національні новини комбіновані
13.10.2025	20:00	Репортаж / регіональні сюжети	Україна: наслідки обстрілів у регіонах, евакуація мирних жителів	~10 хв	Локальні теми інтегровані в національний контекст
14.10.2025	07:00	Інформаційне повідомлення та сюжети	Україна: наслідки обстрілів, історія В. Маліцького, щеплення від грипу, виставка голубів	~10 хв	Соціально-гуманітарні та регіональні матеріали
14.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення	Україна: атаки на гуманітарні місії, зустріч Зеленського–Трамп, арешт Ю. Іванющенка	~12 хв	Військові, політичні та соціальні сюжети
14.10.2025	20:00	Інформаційне повідомлення	Одеса: припинення громадянства Труханова, військова адміністрація, наслідки обстрілів	~12 хв	Поєднання правових, соціальних та військових тем
15.10.2025	07:00	Інформаційне	Міжнародні:	~8 хв	Основний

		повідомлення	підготовка зустрічі Зеленський–Трамп, бюджет США, передача заручників		міжнародний блок
15.10.2025	07:00	Репортаж	Україна: просування РФ на Донеччині, наслідки відключень, волонтери	~10 хв	Локальні та соціально-гуманітарні сюжети
15.10.2025	12:00	Інформаційне повідомлення	Саміт НАТО, зустріч Зеленський–Трамп, наслідки обстрілів в регіонах	~12 хв	Міжнародні та локальні інтегровані сюжети
15.10.2025	20:00	Інформаційне повідомлення та сюжет	Енергетичні атаки РФ, призначення Сергія Лисака в Одесі, наслідки обстрілів	~12 хв	Військові, політичні та економічні теми

Декларація академічної доброчесності здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Паламарчук П. І., студентка 2 курсу, форми навчання заочної, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти _palamarcukpolina@gmail.com__ - підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Телевізійна журналістика в період російсько-української війни: платформи, жанри, тематика» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, зокрема за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____Підпис_____ПІБ(студент)_Паламарчук П. І._____

Дата_____Підпис_____ПІБ(науковий керівник)_Костюк В.В__