

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ГНАТЮКА**

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ГАЛІВ ОЛЕГ ЯРОСЛАВОВИЧ

УДК 7.097:070(477)

**ДИСЕРТАЦІЯ
ІНФОРМАЦІЙНІ ВИПУСКИ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ»:
ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНА ПАРАДИГМА**

06 Журналістика

061 Журналістика

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело

_____ О. Я. Галів

Науковий керівник – **Мединська Олеся Ярославівна,**

кандидат філологічних наук, доцент

Тернопіль – 2026

АНОТАЦІЯ

Галів О. Я. Інформаційні випуски телемарафону «Єдині новини»: жанрово-тематична парадигма. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 Журналістика. Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Тернопіль, 2026.

Дисертаційне дослідження присвячене комплексному аналізу жанрово-тематичних особливостей інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини». У роботі з'ясовано витоки телемарафону як формату, простежено його еволюцію. Проаналізовано специфіку формування та верстки інформаційних випусків, жанрово-тематичну палітру матеріалів, сприйняття новинного контенту телемарафону аудиторією та професійною спільнотою журналістів.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю комплексного осмислення трансформації інформаційного мовлення України в умовах воєнних конфліктів та суспільно-політичних криз. У контексті російсько-української війни новинне мовлення перестало бути просто ретранслятором інформації, трансформувавшись у складову інформаційної безпеки України та стратегічних комунікацій з боку держави.

Мета дослідження полягає в аналізі жанрово-тематичних особливостей інформаційних випусків національного телемарафону «Єдині новини».

Реалізація задекларованої мети передбачає виконання комплексу завдань, серед яких: окреслення теоретичних засад дослідження телевізійних новин у системі інформаційного мовлення; аналіз феномена телемарафону у фокусі сучасних наукових досліджень; обґрунтування методології дослідження; з'ясування історичних передумов виникнення та еволюції телемарафону як формату у практиці закордонних та українських телевізійних мовників; аналіз діяльності телеканалів як суб'єктів спільного інформаційного виробництва та окреслення природи їхньої взаємодії у процесі моделювання наскрізного етеру телемарафону; дослідження специфіки верстки інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини»; виокремлення медіафреймів у новинному

контенті телемарафону, аналіз тематичних домінант новинного контенту; характеристика жанрової парадигми матеріалів; проведення емпіричного дослідження особливостей рецепції новинного контенту на основі анкетування аудиторії та професійного експертного середовища; формування рекомендацій щодо покращення якості новинного контенту та подальшого ефективного виробництва телемарафону.

Об'єктом дослідження є інформаційні випуски національного телемарафону «Єдині новини», предметом – тематичні домінанти та жанрові особливості інформаційних випусків.

Наукова новизна результатів дисертаційного дослідження полягає в тому, що вперше проведено комплексний аналіз формату телемарафону як специфічної моделі мовлення, з'ясовано передумови його появи у світовій телевізійній практиці та особливості імплементації в українських реаліях воєнного часу.

Значну роль приділено визначальним характеристикам телеканалів, що виступають суб'єктами виробництва контенту для телемарафону, їхній спільній виробничій діяльності. Уточнено змістове наповнення понять «телевізійні новини». Запропоновано авторське визначення поняття «телемарафон».

У дисертації проаналізовано технологію верстки інформаційних випусків телемарафону в межах міжредакційних етерних слотів, наголошено на пріоритетності ієрархічної моделі верстки. Розроблено авторську тематичну модель верстки інформаційних випусків телемарафону. Представлено порівняльний аналіз телевізійної верстки інформаційних випусків каналів-учасників марафону «Єдині новини».

У дисертації з'ясовано, що домінантною в інформаційних випусках телемарафону є воєнна тематика. Результати дослідження засвідчують недостатнє артикулювання в інформаційних випусках культурної, освітньої, спортивної та релігійної тематик. Досліджено фреймування новинного контенту телемарафону. Встановлено, що за допомогою фреймування телеканали – суб'єкти виробництва контенту для телемарафону не лише структурують інформацію, а й формують відповідні наративи, впливаючи на інтерпретацію подій.

Результати проведеного дослідження засвідчують жанрове домінування в новинних випусках телемарафону інформаційного повідомлення та репортажу. Досліджено специфіку функціонування жанру воєнного телерепортажу як смислового центру у структурі новинних випусків телемарафону. Запропоновано авторську класифікацію різновидів воєнного репортажу за змістовно-тематичним критерієм: репортаж із фронту, репортаж із деокупованих територій, репортаж із місць влучань, репортаж із церемонії прощання та поховання.

Проведено анкетування аудиторії (150 респондентів) та професійного експертного середовища (76 респондентів) щодо рецесії новинного контенту телемарафону. Запропоновано рекомендації щодо покращення якості новинного контенту телемарафону.

Систематизація результатів дослідження дозволяє стверджувати, що жанрово-тематична парадигма інформаційних випусків телемарафону потребує перегляду та удосконалення, зважаючи на трансформаційні зміни в комунікаційному середовищі та запити аудиторії.

Перспективи дослідження полягають у подальшому розвитку теоретичних положень щодо специфіки функціонування телемарафону «Єдині новини», трансформації інформаційного контенту, а також у поглибленні наукового вивчення комплексних варіантів переформатування телемарафону та екстраполяції українського досвіду виробництва телемарафону як елемента інформаційної безпеки в кризові періоди на практику інших країн.

Ключові слова: масмедіа/медіа; медіадискурс, медіаконтент; трансформація медіасистеми; російська агресія в Україні, інформаційна безпека; телебачення; інформаційні випуски; телевізійні новини, телевізійний марафон «Єдині новини; тематика; жанри; репортаж; аудиторія.

ABSTRACT

Haliv O. Ya. Information Bulletins of the «United News» Telethon: Genre-and-Thematic Paradigm. Qualification research paper submitted as a manuscript.

Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Specialty 061 Journalism. Volodymyr Hnatiuk Ternopil National Pedagogical University, Ternopil, 2026.

The dissertation presents a comprehensive analysis of the genre and thematic characteristics of the information bulletins of the United News national telethon. The study identifies the origins of the telethon as a broadcasting format and traces its evolution. It examines the specific features of the production and editorial structuring of information bulletins, the genre and thematic diversity of their content, and the perception of the telethon's news content by audiences and the professional journalistic community.

The relevance of the study is determined by the need for a comprehensive understanding of the transformation of Ukraine's news broadcasting in the context of military conflicts and socio-political crises. Against the backdrop of the Russian-Ukrainian war, news broadcasting has ceased to function merely as a channel for transmitting information, transforming instead into an integral component of Ukraine's information security and the state's strategic communications.

The aim of the study is to analyze the genre and thematic characteristics of the information bulletins of the United News national telethon.

Achieving this objective involves accomplishing a set of research tasks, including: outlining the theoretical foundations for the study of television news within the system of news broadcasting; analyzing the phenomenon of the telethon in contemporary scholarly research; substantiating the research methodology; identifying the historical prerequisites for the emergence and evolution of the telethon as a broadcasting format in the practice of foreign and Ukrainian television broadcasters; analyzing the activities of television channels as participants in joint news production and defining the nature of their interaction in creating the continuous broadcast of the telethon; examining the specific features of the editorial structuring of the United News telethon's information bulletins; identifying media frames in the telethon's news content and analyzing its thematic dominants; characterizing the genre paradigm of the materials; conducting an empirical study of the reception of the telethon's news content

through surveys of audiences and professional experts; and developing recommendations for improving the quality of the news content and enhancing the effectiveness of telethon production.

The object of the study is the information bulletins of the United News national telethon, while the subject of the study comprises the thematic dominants and genre characteristics of these information bulletins.

The scientific novelty of the dissertation lies in the fact that, for the first time, it provides a comprehensive analysis of the telethon as a specific broadcasting model, identifies the prerequisites for its emergence in global television practice, and reveals the peculiarities of its implementation within the Ukrainian wartime context.

Considerable attention is devoted to identifying the defining characteristics of the television channels that act as producers of the telethon's content and to analyzing their collaborative production activities. The conceptual content of the term television news has been refined. An original authorial definition of the concept of the telethon is proposed.

The dissertation analyzes the editorial structuring of the telethon's information bulletins within inter-editorial broadcasting slots and emphasizes the predominance of a hierarchical model of news editing. An original thematic model for structuring the telethon's information bulletins has been developed. A comparative analysis of the editorial structuring practices employed by the television channels participating in the United News telethon is presented.

The study establishes that war-related issues constitute the dominant thematic focus of the telethon's information bulletins. The findings demonstrate insufficient coverage of cultural, educational, sports, and religious topics within the news bulletins. The framing of the telethon's news content has also been examined. It has been established that, through framing, the television channels producing the telethon's content not only structure information but also construct specific narratives that influence the interpretation of events.

The findings indicate the predominance of the news report and the television news package as the principal journalistic genres within the telethon's information

bulletins. The study investigates the specific functioning of the wartime television report as the semantic core of the telethon's news bulletins. An original classification of wartime television reports based on thematic and content-related criteria is proposed, distinguishing reports from the frontline, reports from de-occupied territories, reports from sites of missile and drone strikes, and reports covering farewell and funeral ceremonies.

A survey of audiences (150 respondents) and members of the professional expert community (76 respondents) was conducted to examine the reception of the telethon's news content. Based on the findings, recommendations for improving the quality of the telethon's news content have been developed.

The systematization of the research findings makes it possible to conclude that the genre and thematic paradigm of the telethon's information bulletins requires revision and further improvement in response to the ongoing transformation of the communication environment and the evolving needs of audiences.

The prospects for further research lie in the continued development of theoretical approaches to the functioning of the United News telethon and the transformation of news content, as well as in advancing scholarly inquiry into comprehensive models for restructuring the telethon and extrapolating the Ukrainian experience of telethon production as an element of information security during periods of crisis to the broadcasting practices of other countries.

Keywords: mass media/media; media discourse, media content; transformation of the media system; Russian aggression in Ukraine, information security; television; news broadcasts; television news, the “United News” television marathon; topics; genres; reporting; audience.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, у яких опубліковані основні наукові результати

1. Kitsa, M., & Haliv, O. (2025). To Be or Not to Be: The United News Marathon as a Source of Information and Object of Criticism during the War in Ukraine. *Central*

European Journal of Communication, 17(4(38), 447–459.
[https://doi.org/10.51480/1899-5101.17.4\(38\).712](https://doi.org/10.51480/1899-5101.17.4(38).712)

2. Галів, О. (2022). Вплив повномасштабного вторгнення Росії на тематичну та жанрову палітру телебачення: регіональний аспект. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, № 4 (52), с. 33–38. DOI: [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.4\(52\).5](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.4(52).5)

3. Галів, О. (2023). Національний та регіональний телемарафони під час війни: порівняльна характеристика. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістика, № 1 (5), с. 3–10. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2023.01.001>

4. Галів, О. (2024). Постетерне цитування як одна із головних переваг національного марафону новин. Специфіка підходу до цитування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістика, № 2 (8), с. 9–15. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2024.02.009>

Наукові праці, які засвідчують апробацію результатів дисертації

5. Галів, О. (2023). Війна в Україні як головна тема у палітрі національних світових медіа: приклади та характеристика. Ю. Р. Казімова (Упоряд.), *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції* (Львів, 9 листопада 2023) (с. 93–94). Львів: Видавництво Львівської політехніки.
<https://www.uzhnu.edu.ua/en/infocentre/get/85239>

6. Галів, О. (2024a). Переформатування марафону «Єдині новини» як виклик для державної інформаційної політики України в умовах третього року російсько-української війни. *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали Другої всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених* (Тернопіль, 16 травня 2024) (с. 16–19). Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка.
<https://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/33313>

7. Галів, О. (2024b). Телемарафон «Єдині новини» як інструмент влади для контролю медіапростору в умовах російсько-української війни. *Пріоритетні*

напрями філологічних, лінгводидактичних і соціальнокомунікаційних досліджень: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (Херсон, 28–29 листопада 2024) (с. 314–318). Херсон. <https://surl.li/ssjaow>

8. Галів, О. (2025а). Формат телемарафону як тренд телевізійного мовлення в Україні: регіональний аспект. Ю. Бондар, А. Волобуєва, & Б. Носова (Упоряд.), *Актуальні проблеми медіапростору: збірник доповідей науково-практичної конференції* (Київ, 20 березня 2025) (с. 33–35). Київ; Вітербо. <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5c136bfl-ee21-4628-843d-ad846f8ce3af/content>

9. Галів, О. (2025b). Жанрово-тематична характеристика новинного марафону на телеканалі «Київ». *Interdisciplinary Research: Scientific Horizons and Perspectives: Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the IX International Scientific and Theoretical Conference* (Reykjavík, February 7, 2025) (pp. 134–136). Reykjavík: International Center of Scientific Research. <https://doi.org/10.36074/scientia-07.02.2025>

10. Галів, О. (2025с). Жанрові особливості воєнного контенту національного марафону «Єдині новини». К. М. Пирогова (Відп. ред.), *Українська мова на порубіжжі XX–XXI сторіч: мовознавчий та лінгводидактичний аспекти: матеріали VII Всеукраїнської заочної науково-практичної студентської конференції* (Запоріжжя, 7 листопада 2025) (с. 14–15). Запоріжжя: Бердянський державний педагогічний університет. <https://dspace.bdpu.org.ua/handle/123456789/5477>

ЗМІСТ

ВСТУП.....	11
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕЛЕМАРАФОНУ ЯК ФОРМАТУ ІНФОРМАЦІЙНОГО МОВЛЕННЯ.....	20
1.1. Телевізійні новини як предмет наукових студій	20
1.2. Телевізійний марафон як формат мовлення: міжнародний та український досвіди.....	27
1.3. Телеканали-учасники національного марафону як суб'єкти інформаційного виробництва.....	41
1.4. Методологія дослідження.....	53
Висновки до 1 розділу	59
РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНІ ВИПУСКИ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ»: ФОРМАЛЬНО-ЗМІСТОВИЙ ВИМІР	61
2.1. Особливості верстки інформаційних випусків телемарафону.....	61
2.2. Тематичні домінанти новинного контенту.....	76
2.3. Фреймінг в інформаційних випусках телемарафону	97
2.4. Жанрова парадигма матеріалів	112
Висновки до 2 розділу.....	139
РОЗДІЛ 3. РЕЦЕПЦІЯ НОВИННОГО КОНТЕНТУ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ».....	141
3.1. Соціально-демографічна характеристика респондентів.....	141
3.2. Сприйняття новинного контенту телемарафону масовою аудиторією та журналістською спільнотою.....	146
3.3. Рекомендації щодо покращення якості новинного контенту телемарафону	164
Висновки до 3 розділу.....	170
ВИСНОВКИ.....	172
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ.....	179
ДОДАТКИ.....	204

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми. Інформаційне телевізійне мовлення є одним із основних інструментів формування порядку денного та конструювання соціальної реальності. У періоди суспільних трансформацій, докорінних змін щодо принципів розроблення єдиної політики в умовах загроз українській державності інформаційне телемовлення відіграє вирішальну роль, спрямовуючи громадськість до визначення ефективного вектору розвитку країни, артикулюючи демократичні та конституційні цінності. З початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну в інфопросторі активно продукуються псевдоістини, дезінформаційні наративи, застосовуються маніпулятивні інтерпретації воєнних дій тощо. Безпекові виклики актуалізували потребу у формуванні якісного інформаційного поля задля об'єктивного моделювання реальності. З огляду на це інформаційне телевізійне мовлення еволюціонує, адаптуючись до вимог часу та суспільних запитів. Одним із проявів цих змін є перехід від автономного мовлення телеканалів до створення об'єднаної структурно-форматної моделі – національного телемарафону «Єдині новини». Унікальність зазначеного феномену полягає у спільному виробництві інформаційного продукту та міжредакційній колаборації різних суб'єктів телемарафону, зокрема суспільного мовника, парламентського телеканалу «Рада» та провідних комерційних медіагруп. Взаємодія телеканалів зумовила появу наскрізного слотового мовлення, змінюючи підходи до верстки інформаційних випусків, вплинула на архітектуру та контент медіапродукту. Новинні випуски телемарафону слугують не тільки джерелом інформації для аудиторії, а й інструментом інформаційної безпеки та стратегічних комунікацій з боку держави. У цьому контексті комплексне дослідження інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» є важливим, оскільки дозволяє окреслити специфіку його функціонування в умовах російсько-української війни, проаналізувати тематичні пріоритети, жанрову диференціацію матеріалів, принципи побудови інформаційних випусків та сприйняття новинного контенту аудиторією. Це зумовлює новизну та актуальність пропонованого дослідження.

Ступінь наукового опрацювання проблеми. У дослідженні використано праці зарубіжних та українських вчених, присвячені специфіці інформаційного телемовлення, новинного виробництва, функціонування телемарафону в умовах війни, особливостям верстки інформаційних випусків, їх жанрово-тематичної структури тощо.

Специфіку виробництва телевізійних новин досліджували А. Альзоубі, І. Білаш, О. Васіна, Я. Вішньовський, О. Гарматій, Л. Грегуш, П. Дворянин, О. Джолос, Д. Дзюба, В. Здоровега, В. Лизанчук, О. Маруховський, О. Маруховська-Картунова, І. Михайлин, Д. О'Ніл, Л. Поліщук, А. Сафорі, М. Хабес, Т. Харкап, О. Холод, О. Чайковська, В. Школьний.

Питання трансформації телевізійних форматів та їх адаптації до сучасних умов медіасередовища вивчали такі вчені, як М. Вівдич, О. Голуб, В. Горбулін, В. Гоян, О. Гоян, О. Левченко, А. Яковець. Жанрові особливості телевізійного новинного мовлення періоду широкомасштабної збройної агресії РФ проти України були предметом наукового пошуку Н. Букіної, З. Дмитровського, А. Калиніва, Ю. Коваленко, Т. Коженівської, О. Костюченка, А. Лісневської, Д. Моя, М. Ордольтфа, Н. Симоніної, Е. Цуріної.

Теоретичні засади дослідження телемарафону як формату закладені у працях зарубіжних та вітчизняних науковців. Особливості становлення й розвитку телемарафону як класичного телевізійного формату аналізували закордонні дослідники Гілде Ван ден Булка, Пол К. Лонгмор, Біргітта Хьойер, Еойн Деверекс, Гілде Ван ден Булк, Коен Паніс та Наталі Клаессенс. Національний телемарафон «Єдині новини» як важливу складову єдиного інформаційного поля держави в період російсько-української війни або як платформу для транслявання наративів влади досліджують К. Бакаєвич, О. Бутко, О. Галів, М. Кіца, І. Куляс, Н. Поплавська, І. Пуцята, Є. Соломін, А. Чистякова. Трансформацію новинного контенту телемарафону в умовах російсько-української війни вивчали О. Бутко, К. Єськова, О. Леськів, К. Степаненко, О. Степаненко.

Типологію та особливості творення верстки новин аналізували В. Гоян, Д. Григоращ, М. Недопитанський, Н. Симоніна, Д. Теленков, Т. Федорів.

Сутність фреймів та їх класифікації досліджували Е. Бойдстун, І. Гофман, Д. Г. Гросс, Ф. Резнік, Н. А. Сміт, О. Харитоненко, емоційний фреймінг як механізм структурування реальності – О. Порпуліт, формування фреймів новин – О. Дем'янчук, К. Рошук, особливості фреймування російсько-української війни в польських медіа – О. Почапська, фреймінг образу військових – В. Кульгова та В. Садівничий.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано у межах наукової теми кафедри журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка «Регіональні медіа у контексті викликів часу» (номер державний реєстрації 0123U101024).

Мета роботи – проаналізувати жанрово-тематичну парадигму інформаційних випусків національного телемарафону «Єдині новини».

Для досягнення мети передбачено вирішення низки **завдань**:

- окреслити теоретичні засади наукового осмислення телевізійних новин;
- з'ясувати історичні передумови виникнення та еволюцію телемарафону як формату у практиці закордонних та українських телевізійних мовників;
- визначити особливості діяльності телеканалів як суб'єктів інформаційного виробництва та окреслити природу їхньої взаємодії у процесі моделювання наскрізного етеру телемарафону;
- обґрунтувати методологію дослідження;
- окреслити специфіку формування та верстки інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини»;
- визначити тематичні домінанти інформаційних випусків;
- виокремити медіафрейми в новинному контенті телемарафону;
- схарактеризувати жанрову парадигму матеріалів;

- провести анкетування аудиторії та професійного експертного середовища для дослідження особливостей рецепції новинних випусків телемарафону;
- сформулювати рекомендації щодо покращення якості новинного контенту інформаційних випусків телемарафону.

Об’єкт дослідження – інформаційні випуски національного телемарафону «Єдині новини».

Предмет дослідження – тематичні домінанти та жанрові особливості інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини».

Методи дослідження. Досягнення мети дисертаційного дослідження забезпечено застосуванням комплексу взаємопов’язаних загальнонаукових і спеціальних методів. *Історико-теоретичний метод* використано для формування теоретичних засад та поняттєво-категоріального апарату дослідження, визначення місця телемарафону в системі національного медіапростору. *Метод моніторингу* сприяв формуванню репрезентативної вибірки для дослідження. За допомогою *спостереження* проаналізовано специфіку виробництва новинного контенту. *Методи аналізу, синтезу та узагальнення* передбачають дослідження жанрово-тематичних особливостей матеріалів, структурно-композиційної компоненти інформаційних випусків та формулювання висновків на основі отриманих результатів. *Дескриптивний* застосовано для характеристики особливостей структурної побудови інформаційних випусків, їхніх композиційних елементів. *Порівняльний* аналіз використано для зіставлення жанрово-тематичного зіставлення етерних слотів. *Метод класифікації* застосовано для групування новинних матеріалів за тематичним спрямуванням та жанрами. *Метод моделювання* сприяв розробленню авторської схеми тематично-блокової моделі верстки новин. *Контент-аналіз* забезпечив визначення жанрової структури й тематичного наповнення інформаційних випусків телемарафону. *Фрейм-аналіз* використано для дослідження специфіки конструювання новинного контенту, визначення домінантних інтерпретаційних рамок, у межах яких подаються суспільно значущі події. *Анкетування* сприяло виявленню особливостей рецепції

новинного контенту аудиторією та експертним середовищем, формулюванню рекомендацій щодо оптимізації жанрово-тематичної структури та покращення якості новинного контенту телемарафону.

Джерельною базою дослідження слугують інформаційні випуски телемарафону «Єдині новини» – ранкові, денні та вечірні (08:00–09:00, 12:00–13:00, 17:00–18:00), що дозволяють репрезентативно охопити добову структуру мовлення. З огляду на змінність слотів мовлення в зазначений період, така вибірка мінімізує ризик систематичного домінування тих самих телеканалів, оскільки їх чергування є варіативним. Відбір випусків здійснювався з урахуванням ключових періодів воєнного процесу впродовж року. Такий підхід є важливим для розуміння загального позиціонування телемарафону, специфіки його редакційних пріоритетів та способів реагування на переломні події воєнно-політичного процесу. Запропонована вибірка дозволяє простежити динаміку тематичних змін у часовій перспективі, здійснити порівняльний аналіз та схарактеризувати жанрово-тематичні трансформації контенту телемарафону.

Загальний обсяг проаналізованих емпіричних джерел становить 2500 новинних матеріалів, відібраних із інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини». Крім того, джерельну базу дослідження доповнює аналіз близько 100 годин американських благодійних телемарафонів, переглянутих у відкритих онлайн-джерелах. Апелювання до цього масиву матеріалів має порівняльно-контекстуальний характер та спрямоване на з'ясування специфіки функціонування марафонного формату в міжнародному медіапросторі.

Хронологічні межі дослідження – березень 2022 – грудень 2025 рр. Вибір таких часових меж є науково виправданим, оскільки характеризується основними етапами життєвого циклу телемарафону «Єдині новини»: від створення до стабілізації формату. Задані хронологічні межі дозволяють відстежити особливості функціонування телемарафону, специфіку верстки, жанрово-тематичну парадигму новинних випусків. З огляду на змінність виробників телемарафону та їх ротацію у слотах, обрані хронологічні межі сприяють

дослідженню інформаційного контенту як телеканалів із досвідом, так і нових суб'єктів.

Наукова новизна результатів дисертаційного дослідження полягає у тому, що:

уперше:

- проведено комплексний аналіз формату телемарафону як специфічної моделі мовлення, з'ясовано передумови його появи у світовій телевізійній практиці та особливості імплементації в українських реаліях воєнного часу;
- запропоновано авторське визначення поняття «телемарафон»;
- обґрунтовано поняття «телевізійна верстка» в межах терміносистеми теорії соціальних комунікацій;
- проаналізовано технологію верстки інформаційних випусків телемарафону в межах міжредакційних етерних слотів;
- розроблено авторську тематичну модель верстки інформаційних випусків;
- визначено тематичні домінанти інформаційних випусків;
- досліджено фреймування новинного контенту телемарафону;
- проаналізовано жанрову парадигму матеріалів;
- досліджено специфіку функціонування жанру воєнного телерепортажу як смислового центру в структурі новинних випусків телемарафону та запропоновано авторську класифікацію його різновидів за змістовно-тематичним критерієм;
- проведено анкетування аудиторії та професійного експертного середовища щодо рецепції новинного контенту телемарафону;

удосконалено:

- на основі наукових підходів зарубіжних та вітчизняних вчених експліковано поняття «телевізійні новини»;
- концептуальні підходи до аналізу жанрово-тематичної палітри інформаційних випусків телемарафону;

набули подальшого розвитку:

- наукові положення щодо принципів побудови інформаційних випусків та жанрово-тематичної парадигми інформаційних випусків телемарафону;
- рекомендації щодо покращення якості новинного контенту телемарафону.

Практичне значення результатів дисертаційного дослідження.

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості їх використання у:

- науково-дослідній діяльності – для подальшого вивчення особливостей функціонування телемарафону «Єдині новини»;
- освітньому процесі – під час викладання навчальних дисциплін зі спеціальності С7 «Журналістика», зокрема нормативних курсів: «Теорія журналістики», «Телевізійна журналістика», «Телевиробництво», «Журналістський фах: новинна журналістика і репортерська діяльність», «Медіакомунікації»; для підготовки навчальних посібників, методичних рекомендацій, кейсів для практичних занять;
- практиці редакційної роботи – для вдосконалення структурно-формальних особливостей, тематичної архітекτονіки інформаційних випусків, оптимізації міжредакційної взаємодії та координації наскрізного ефіру;
- діяльності державних регуляторних органів та експертних організацій в медіасфері – для оцінки ефективності функціонування об'єднаного телемовлення, трансформації порядку денного тощо.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаним науковим дослідженням. Усі ідеї, положення, що розкривають наукову новизну, висновки та результати дослідження, здобуті та сформульовані автором самостійно. У працях, опублікованих у співавторстві, особистий внесок здобувача полягає у виконанні основного обсягу аналітичної роботи та інтерпретації результатів.

Апробація матеріалів дисертації. Основні положення дисертації апробовано на *семи міжнародних конференціях*: Міжнародній науковій

конференції «Наративи війни у фольклорних, літературних та медійних текстах» (27–28 квітня 2023 року, м. Тернопіль); Міжнародній науковій конференції «Соціальні комунікації в умовах глобалізаційних процесів: стан, тенденції, перспективи» (16–17 травня 2023 року, м. Тернопіль); Міжнародній науковій конференції «Проблеми журналістської освіти та практики: український та світовий досвід» (27-28 вересня 2023 року, м. Львів); Міжнародній науково-практичній конференції «Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві» (29 жовтня, 2024 року, м. Львів); II Міжнародній науковій конференції «Соціальні комунікації в умовах глобалізаційних процесів: стан, тенденції, перспективи» (14 травня 2025 року, м. Тернопіль); Міжнародній науковій конференції «Лінгвістика і культурний простір: українсько-польські взаємозв'язки» (15–16 травня 2025 року, м. Тернопіль); Міжнародній науково-практичній конференції «Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві» (29 жовтня 2025 року, м. Львів); *дванадцяти всеукраїнських конференціях*: Всеукраїнській науковій конференції «Українська філологія в контексті розвитку європейської наукової думки», присвячена 85-річчю від дня народження професора Дмитра Бучка (10-11 листопада 2022 року, м. Тернопіль); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» (11 квітня 2023 року, м. Тернопіль); V Крайовому форумі освітян «Освіта – енергія майбутнього» Секція Філологічна і журналістська освіта: сучасні реалії (22 жовтня 2023 року, м. Тернопіль); II Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих вчених «Сучасний масмедійний простір: та перспективи розвитку» (10 квітня 2024 року, м. Тернопіль); Всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні питання сучасної філології та журналістики» (18 квітня 2024 року, м. Тернопіль); Всеукраїнській науково-практичній онлайн конференції «Актуальні проблеми правової комунікації в контексті формування інформаційно-правового суспільства в Україні» (17 травня 2024 року, м. Рівне); VI Крайовому форумі освітян «Освіта – енергія майбутнього» Секція «Трансформація поняття ідентичності в умовах сучасних реалій» (20 жовтня 2024 року, м. Тернопіль);

III Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих вчених «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» (9 квітня 2025 року, м. Тернопіль); II Всеукраїнській науково-практичній онлайнній конференції «Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа» (1 травня 2025 року, м. Вінниця); Всеукраїнському фаховому семінарі «журналістська освіта: орієнтири, виклики, перспективи» (23 жовтня 2025 року, м. Тернопіль); Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Українська журналістська освіта: історія, сучасність, перспективи розвитку» (16–17 грудня 2025 року, м. Київ); IV Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих вчених «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» (23 квітня 2026 року, м. Тернопіль).

Публікації. Основні результати дослідження викладено у 10 публікаціях, серед яких 3 статті в наукових фахових виданнях України категорії «Б», 1 стаття в зарубіжному науковому фаховому виданні категорії «А» у співавторстві (Scopus) та 6 працях апробаційного характеру, що опубліковані у збірниках матеріалів всеукраїнських (3) та міжнародних (3) конференцій.

Обсяг і структура дисертації. Робота складається із анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та джерел (287 найменувань). Загальний обсяг дисертації складає 235 сторінок, з яких 178 – основного тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕЛЕМАРАФОНУ ЯК ФОРМАТУ ІНФОРМАЦІЙНОГО МОВЛЕННЯ

1.1. Телевізійні новини як предмет наукових студій

У періоди суспільних криз та воєн телебачення як основний структурний елемент системи інформаційного мовлення, на погляд низки дослідників, є не просто джерелом інформації, а й інструментом національної безпеки та стратегічним посередником між державою та громадянами. Як зауважує вчений В. Лизанчук, «радіомовлення і телебачення знаходяться на перехресті всіх суспільно-політичних, соціально-економічних, духовно-культурних, морально-громадянських процесів, що відбуваються в Україні та світі» (Лизанчук, 2020, с. 44). На думку І. Михайлина, перевага телебачення – в аудіовізуальному синтезі. Автор трактує його як використання «у вигляді майстерного монтажу, музики, чергування близьких і далеких планів, темпоритмічної організації матеріалів, змістового текстового ряду, вмілого коментування зорових образів» (Михайлин, 2016). Дослідник О. Джолос відзначає, що «інформаційна функція телебачення є однією з ключових складових телевізійного мовлення, метою якої є передача актуальних новин, подій та інших фактів, що відбуваються в суспільстві. Саме через цей канал інформації телевізійні мовники надають глядачам можливість ознайомитися зі свіжими подіями та отримувати необхідну інформацію» (Джолос, 2024, с. 49).

Новинні телевізійні випуски посідають вагоме місце в системі інформаційного телемовлення, оперативно інформуючи про суспільно значущі події, формуючи порядок денний. В умовах сучасних викликів вони зазнають трансформацій, пов'язаних зі змінами запитів аудиторії, розвитком цифрових технологій та появою нових форматів подання інформації.

Новини як предмет наукового дискурсу перебувають у фокусі досліджень як українських, так і закордонних вчених. Американський вчений Г. Дж. Ганс у книзі «Deciding What's News» зазначає, що «національні новинні організації,

журналісти, джерела, аудиторія та всі інші учасники процесу створення національних новин вирішують, що є новиною і як про неї слід повідомляти» (Ганс, 2004). Науковці Т. Харкап та Д. О'Нілл у своїх дослідженнях актуалізують питання цінностей новин, принципів відбору інформації. Автори стверджують, що «інформаційні приводи для відбору новин завжди повинні включати хоча б один із наведених критеріїв, а найкраще кілька. Це, зокрема, ексклюзивність, релевантність, масштаб, історії з негативним забарвленням, матеріали, що містять драму, теми з позитивним забарвленням та інші» (Харкап, О'Нілл, 2016). Досліджуючи інформаційні впливи, В. Лімпан уточнював, що «поняття «новина» і «правда» не означають одне і те саме. Їхнє розрізнення надзвичайно важливе. Функція новин полягає в тому, щоб сигналізувати про подію, функція правди – виявляти приховані факти, пов'язувати їх один з одним і створювати картину реальності, на основі якої люди можуть діяти» (Лімпан, 2004, с. 358).

Велика українська енциклопедія подає такі визначення поняття «новина»: «щойно одержане повідомлення, звістка про особу, предмет, явище, ситуацію або подію; різновид інформації, визначальною рисою якої є новизна; інформаційний привід для створення журналістського матеріалу» (Велика українська енциклопедія).

Вчені О. Маруховський та О. Маруховська-Картунова виокремлюють сім підходів до трактування дефініції «новина»:

- *«класичне тлумачення* (Великий тлумачний словник: «Новина – це щойно або недавно одержане повідомлення, звістка і т. ін. про кого-небудь, про що-небудь»);
- *масовокомунікаційний* (О. Васіна: «Новина – інформація про явище або подію, що сталася нещодавно, знайшла відбиття у ЗМК та була включена до випуску або добірки новин»);
- *часовий* (З. Партико: «Новина – «повідомлення про подію, що трапилася за останні 24 години»);
- *структурний* (В. Дейк: «Новини – нова інформація про події, речі або осіб; тип програми (на телебаченні чи радіо), в якій подаються новини; новинне

або інформаційне повідомлення, тобто текст або дискурс на радіо, телебаченні чи в газеті, де подається нова інформація про нещодавні події»);

- *соціологічний* (А. Чічановський: «Новинна інформація формується під впливом низки соціальних факторів і має досить складну соціокомунікативну структуру»);

- *жанровий* (З. Вайшенберг: «Новина, з одного боку, як «сировина» для публіцистики, а з іншого – як жанр журналістики ...відповідно до узагальнення критеріїв відбору новин та стратегії їх реалізації»);

- *професійно-діяльнісний* (Д. Мак-Квейл: «Новини – це основний вид діяльності, за яким себе визначають чимало журналістських професій»)) (Маруховський, Маруховська-Картунова, 2024, с. 25).

У контексті теоретичного омислення новин як явища масмедіа окремої уваги заслуговують також наукові розвідки В. Гоян, О. Гояна, О. Ятчук. Дослідники наголошують, що «новини позиціонуються як неупереджені джерела інформування» (Гоян, Гоян, 2017, с. 95), «для інформаційних жанрів новини залишаються головним пріоритетом у телевізійному контенті» (Ятчук, 2018, с. 78). Науковиця П. Дворянин виокремлює такі моделі побудови новин: *перевернутої піраміди* (найважливішу інформацію розміщують на початку тексту); *«пісочного годинника»* (ключові виробничі елементи моделі – передлід, лід, деталі, подробиці); *«алмазу»* (постановка проблеми реалізовується шляхом представлення проблеми через конкретний приклад, далі – коментарями експертів із роз'ясненням проблематики та завершується поверненням до конкретних суб'єктів, представлених на початку, тобто є так зване кільцювання); *структурна* (пояснювальний матеріал характеризується розподілом деталей, інформаційного приводу та головними складовими повідомлення) (Дворянин, 2016).

Для розуміння важливості телевізійних новин як основи інформаційного мовлення наведемо позиції міжнародних та українських науковців. Так, Л. Грегуш та Я. Вішньовський вважають, що «телевізійні новини є одним із найважливіших джерел інформації, за допомогою якого медіаавдиторія ознайомлюється з актуальними подіями, пов'язаними з усіма аспектами

суспільного життя, щоб зрозуміти їх» (Вішньовський, Грегуш, Мінарікова, Кубікова, 2018). На думку дослідників А. Сафорі, М. Хабеса та А. Альзоубі, телевізійні новини можуть як «позитивно впливати на суспільне життя, інформуючи громадськість про важливі події, надаючи форум для публічних дебатів та притягуючи уряд до відповідальності», так і негативно, «сенсаційно перетворюючи новини, поширюючи дезінформацію та сприяючи політичній поляризації» (Сафорі, Хабес, Альзоубі, 2024, с. 1071). Українські науковці І. Білаш та О. Гарматій відзначають, що «телевізійні новини завжди залишаються однією із найзатребуваніших форм поширення інформації. Вони відображають інформаційну картину країни і світу, покликані показати телеглядачам найважливіші події й факти та задовольнити потребу сучасної людини – бути в курсі подій» (Білаш, Гарматій, 2020, с. 5). Аналізуючи трансформацію інформаційного телемовлення з офлайну в онлайн, вчені В. Гоян та О. Гоян наголошують на тому, що «теленовини – це тип програм, який традиційно має велику аудиторію та завдяки якому телебачення й сьогодні вважають найвпливовішим видом медіа» (Гоян, Гоян, 2018, с. 41). Науковець Г. Почепцов зазначає, що «телевізійні новини – це захисний шар між інституціями та масовою свідомістю; вони не можуть бути радикально налаштованими, адже за цим тоді повинна йти зміна влади, яка не може змінюватися щопонеділка» (Почепцов, 2014, с. 348). У період широкомасштабної збройної агресії РФ проти України запропоноване формулювання дослідника набуває нових обрисів, де радикальність новин щодо чинної влади може бути інструментом впливу з боку ворога, а конструювання реальності через медіа допомагають отримувати суспільству необхідну інформацію та залишатися посередником між владними інституціями та аудиторією. Вчений також акцентує на тому, що «стандартні теленовини побудовані на підтримці домінантної моделі світу. На це працює не лише відбір змісту, а й форми викладу того факту, про який йдеться. Тобто сам по собі будь-який факт може бути представлений в різних ракурсах» (Почепцов, 2014, с. 351). З огляду на це, на нашу думку, існують ризики використання

теленонин як засобу пропаганди та масового впливу на громадську думку з метою легітимізації позицій та дій представників влади.

Попри розгорнуте тлумачення цього поняття, у межах наукового дослідження сформульовано авторську дефініцію терміна «телевізійні новини»: це аудіовізуальний інформаційний контент про факти, події, явища з домінантним відеорядом, представлений на телебаченні у визначений час для оперативного висвітлення актуальної та суспільно важливої інформації.

Запропоноване авторське визначення може доповнюватися та вдосконалюватися, оскільки новинний контент не просто враховує теорію порядку денного (згідно з М. Мак-Комбс та Д. Шоу), його співтворцями часто виступають самі глядачі, які через соціальні мережі формують уявлення про актуальність окремих проблемних тем, кутів їх висвітлення.

У дисертації ми розглядаємо інформаційні випуски в межах телемарафону як цілісну структурно-композиційну одиницю телевізійного мовлення, що відображає порядок денний у визначений період ефірного часу. З огляду на масив та різноплановість контенту, найбільш репрезентативними, на нашу думку, є новинні випуски, які представлені в програмній сітці кожного з телеканалів-учасників марафону.

На думку дослідників, випуск новин – «це «знімок» новин дня, зроблений у певний момент часу, який може тривати від трьох до п'яти хвилин» (Бойд, 2007, с. 50); «хронологічно обмежена, поставлена в розклад інформаційна програма, що складається з коротких інформаційних сюжетів, систематизованих у певний спосіб» (Михайлин, 2013, с. 320).

Відповідно до ЗУ «Про медіа» «програма новин – інформаційна програма про поточні події, що регулярно транслюється відповідно до розкладу програм» (ЗУ «Про медіа», 2022). Однак для глибшого теоретичного підґрунтя сутності телевізійних новин вважаємо за доцільне навести визначення, яке у своїй праці «Компоненти структури телевізійної інформаційної програми як комунікативної єдності» окреслює науковиця Л. Поліщук. Авторка наголошує, що «програма новин на телеканалі – це не просто добірка сюжетів на різні теми, не шматки

реальності, а цілісна картина дня чи частини дня. Добираючи інформацію та формуючи програму, редакційні колективи дають можливість глядачеві побачити та зрозуміти залежність одних подій від інших. Єдність журналістських матеріалів, які утворюють цілісну структуру складеного інформаційного тексту програми, є вищим рівнем майстерності журналістів» (Поліщук, 2005). Дослідники Н. Поплавська та Ю. Нагорна зазначають, що «раніше новинні програми на телебаченні мали передбачуваний формат, а зараз вони часто нагадують пряму трансляцію подій; головним викликом для них стала боротьба з дезінформацією, яка у час війни є інструментом психологічного тиску на аудиторію» (Поплавська, Нагорна, 2026, с. 134).

Серед розглянутих підходів найбільш релевантною для цього дослідження є дефініція «програма новин на телеканалі», запропонована дослідницею Л. Поліщук. Адже, на нашу думку, попри зміни геополітичних настроїв, редакційних політик у медіа та форматів мовлення, інформаційний запит глядачів споживати не добірку сюжетів на різні теми, як зауважує дослідниця, а цілісну картину дня, залишається. Відповідно до своїх характерних особливостей телебачення забезпечувало задоволення їх очікувань.

Сучасний медіапростір характеризується конвергенцією традиційних та цифрових платформ. Д. Теленков та П. Катеринич досліджують адаптацію теленовин до вимог цифрової епохи, зосереджують увагу на інноваційних форматах. На думку науковців, суттєвий вплив на трансформаційний процес мали такі чинники: соціальні, технологічний прогрес, зміна вподобань аудиторії (Катеринич, Теленков, 2024, с. 211). Дослідники зазначають, що «еволюція телевізійних новин в Україні відображає перехід до більш динамічних, інтерактивних та орієнтованих на глядача медіа. Обираючи інтеграцію цифрових технологій, адаптуючись до уподобань аудиторії та досліджуючи нові формати наративу, українські мовники перевизначають способи надання та споживання новин» (Катеринич, Теленков, 2024, с. 211).

В. Шкільний розглядає широкомасштабну збройну агресію РФ проти України як «каталізатор трансформації ідентичності українських телевізійних

каналів» (Школьний, 2025, с. 117). Дослідник вважає, що саме необхідність адаптації до інформаційних та технологічних змін прискорила трансформаційні процеси телебачення. «Традиційні телевізійні бренди почали декларувати себе як мультимедійні платформи. Зміни відповідають концепції медіаконвергентності, яка передбачає стирання меж між різними типами медіа в цифрову епоху» (Школьний, 2025, с. 122). Вчений В. Корнєєв звертає увагу на модернізацію медіасистеми з часу широкомасштабної агресії РФ, зокрема, «оновлення комунікаційних середовищ, у межах яких відбувається соціальна комунікаційна взаємодія» (Корнєєв, 2025, с. 31).

На думку дослідниці К. Печоріної, враховуючи сучасні виклики, спостерігаємо диверсифікацію дистрибуції новинного контенту, телебачення активно трансформується, виходячи за межі ефірного мовлення в онлайн-середовище. Наприклад, сторінка «ТСН» (інформаційна служба телеканалу «1+1») в інстаграмі станом на кінець 2025 року налічувала понад 800 000 підписників, «Фактів» (інформаційна служба телеканалу «ICTV») – у межах 100 000, «Суспільного» – понад 15 000 підписників (без урахування регіональних телеканалів) (Печоріна, 2025).

Як зазначають науковці О. Гоян та Р. Кравченко, «конвергентна журналістика – це вже не рекомендація, а вимога для створення конкурентного медіаконтенту. В інформаційному телемовленні актуальну тему необхідно оперативно подати на різних медіаплатформах, врахувати особливості онлайн-аудиторії, часові та формотворчі етапи створення ефірних сюжетів чи кепшн (коротких відеороликів) для соцмереж» (Гоян, Кравченко, 2021, с. 131). Попри зміну платформ та додаткові засоби поширення новинного контенту, ключовий підхід до його планування і виробництва залишився сталим: творча і технічна групи відповідно до посадових обов'язків створюють телевізійні новини. Водночас їхнє представлення глядачу через екран телевізора або ж сторінку новинної служби у соцмережі відбувається залежно від запиту та редакційного бачення.

Отже, телевізійні новини є одним із елементів системи інформаційного мовлення, що відіграє важливу роль у формуванні порядку денного. У контексті суспільно-політичних процесів і цифровізації медіасередовища теленовини трансформуються, змінюючи формати, жанрову структуру та шляхи комунікативної взаємодії з аудиторією. У науковому дискурсі сформовано низку підходів до визначення сутності теленовин, що дозволяє розглядати їх як багатовимірний предмет дослідження.

1.2. Телевізійний марафон як формат мовлення: міжнародний та український досвіди

Дослідник Пол К. Лонгмор у монографії «Телемарафони: видовище, інвалідність та благодійний бізнес» аналізує становлення марафону в контексті трансформацій телевізійного мовлення та історії американської благодійності (Лонгмор, 2016). Ефективне функціонування цього формату автор пов'язує насамперед із діяльністю благодійних організацій, що опікувалися проблемами людей з інвалідністю, а також із здатністю телебачення поєднувати елементи видовищності, соціальної мобілізації та фандрейзингу. Лілі Чуліаракі розглядає телемарафон як «особливий телевізійний жанр, що спонукає громадськість до благодійних пожертв» (Доменек Бальдо, 2011, с. 33). Кіт Тестер у праці «Співчуття, моральність і ЗМІ» окреслює телемарафон як телевізійний або радійний звертальний формат, ініційований однією чи кількома благодійними організаціями. Автор зазначає, що телемарафони характеризуються тривалістю мовлення (до 24 годин) і мають чітко визначену цільову спрямованість – акумулювання коштів для вирішення конкретних соціальних проблем (Хьойер, 2003, с. 23). Шведська дослідниця медіа та комунікацій Біргітта Хьойер у праці «Дискурс глобального співчуття та засоби масової інформації» аналізує практики проведення телемарафонів у Швеції, ініціаторами яких виступають гуманітарні організації, а національне телебачення забезпечує трансляцію виступів запрошених публічних осіб. У межах свого дослідження авторка акцентує на здатності телемарафонів консолідувати націю навколо спільного переживання

безпеки. На її думку, «залучаючи аудиторію до колективного розподілу індивідуальних актів доброчинності, національна ідентичність може фактично зміцнюватися» (Хьойєр, 2003, с. 23). Науковиця зазначає, що телемарафони висвітлюють глобальні медіаподії, актуалізуючи як внутрішні соціальні питання, так і зовнішні, зокрема надання допомоги іноземцям-біженцям, які зазнають страждань за межами своєї держави.

У науковій розвідці «“Втілення” збору коштів: радіотелемарафони “Serious Request” та “Music for Life”, медіа та громадянська позиція» Гілде Ван ден Булк, Кoen Паніс і Наталі Клаессенс аналізують радіотелемарафони як форми медіаінтервенцій, акцентуючи на взаємодії медіа, громадянського суспільства і некомерційних організацій у процесі проведення благодійних заходів. Дослідники окреслюють мотиваційні чинники щодо участі аудиторії в радіотелемарафонах, рівень обізнаності про доброчинні ініціативи, соціально-комунікативні наслідки взаємодії (Ван ден Булк, Паніс, Клаессенс, 2013).

У статті «Добрі справи, Божа благодать для бідних та телемарафонне телебачення» Еойн Деверекс аналізує моральну функцію медіа, досліджуючи практики благодійності на ірландському телебаченні. У межах наукової розвідки автор зосереджується на ключових елементах телемарафону, зокрема на формально-структурних особливостях програми, а також на механізмах збору коштів від донорів (Деверекс, 1996).

До країн, у яких практика телемарафонів активно використовується як інструмент благодійного збору коштів, належить і Франція. Як зазначається на офіційному сайті Французької асоціації проти міопатій, з 1987 року телемарафон є майже тридцятигодинною телевізійною програмою, що транслюється на каналах групи «France Televisions». Цей приклад засвідчує інституціоналізацію марафону як сталого телевізійного формату, інтегрованого в національну систему суспільного мовлення та орієнтованого на довготривалу благодійну підтримку.

Водночас у зарубіжному науковому дискурсі телемарафон розглядається не лише як інструмент благодійної мобілізації, а як форма політичної комунікації. У статті «Телебачення: політичний телемарафон. Чотиригодинний виступ Ніксона

може стати найефективнішим у його передвиборчій кампанії» («The New York Times», 1960), опублікований в період президентської виборчої кампанії у США, телевізійний марафон розглядається як інструмент політичної комунікації та мобілізації електорату. Матеріал опубліковано 26 вересня 1960 року, коли в етері американського телебачення транслювалися перші в історії телевізійні дебати між кандидатами у президенти США – республіканцем Річардом Ніксоном та демократом Джоном Кеннеді. Як зазначають дослідники, трансляцію дебатів переглянули 66 мільйонів глядачів, що вплинуло на політичну поведінку суспільства (Гулд, 1960). Телемарафон актуалізував потенціал тривалого телевізійного мовлення як інструменту масової залученості та консолідації. Автори наголошують на комунікативних перевагах формату телемарафону як інструменту взаємодії політиків з аудиторією. Спираючись на вищезгадані факти, констатуємо його ефективність у сфері благодійності та в політичній комунікації.

Менахем Блондхайм та Тамар Лібес у праці «Марафон катастроф 11 вересня на телебаченні в прямому ефірі та його підривний потенціал» зазначають, що під час масштабних катастроф телебачення перериває планові програми для проведення безперервної прямої трансляції.

Сучасні благодійні телемарафони на американському та європейському телебаченні продовжують традицію збирання коштів на потреби певних категорій населення або соціальних груп. Вони транслюються не лише в етерах телевізійних каналів, а й на онлайн-платформах, зокрема на ютуб-каналах неурядових організацій. Так, 9 грудня 2020 року на каналі «WPTV NewsChannel 5», що є філією «NBC» у Вест-Палм-Біч, було проведено цілоденний телемарафон на підтримку Фонду допомоги пораненим ветеранам («WPTV News», 2020). Під час трансляції телемарафону актуалізувалися проблеми американських ветеранів із Флориди в період пандемії COVID-19: втрата роботи, закриття бізнесу, погіршення стану здоров'я та призупинення інших благодійних ініціатив. Глядачам демонстрували сайт організації, на рахунки якої можна було здійснити пожертву. Інший приклад – телемарафон на підтримку онкохворих дітей, що транслювався у квітні 2017 року в етерах телевізійної мережі «Rowan», платформи

при державному університеті Роуена (Нью-Джерсі, США), яка надає студентам можливість виробляти телевізійні програми розважального, спортивного та новинного характеру з глобальною трансляцією («Rowan Television Network», 2017). Майже п'ятигодинний марафон складався з кількох тематичних блоків. Програма включала інформаційні сегменти, що актуалізували суспільну важливість події та висвітлювали специфіку лікування, особисті історії дітей, які мають онкозахворювання, транслювали інтерв'ю з волонтерами, родинами дітей, хворих на рак, а також музично-спортивні виступи, які підтримують динаміку етеру та зацікавленість аудиторії. Таким чином, сучасні благодійні телемарафони поєднують суспільно значущі меседжі з елементами шоу, забезпечуючи інформування глядачів та мобілізацію ресурсів для підтримки цільових груп населення.

Українські глядачі ще до початку російсько-української війни мали досвід споживання інформації у форматі марафону. На відміну від США, де цей формат виник як телевізійний інструмент благодійних ініціатив, в Україні його становлення відбувалося в контексті виборчих кампаній, що свідчить про трансформацію функціонального призначення під впливом політичних умов. Зокрема, у 2014 році телеканал «Україна» організував і провів всеукраїнський марафон «Вибори 2014». За повідомленнями каналу, під час трансляції була суттєво збільшена частка інформаційного мовлення та спеціальних випусків новинних програм, що демонструє стратегічне використання медіаресурсів для висвітлення виборчого процесу. Для оперативного інформування аудиторії про хід голосування в етері використовувався рухомий інформаційний рядок, який регулярно оновлювався, забезпечуючи актуальність представленої інформації. Проведений аналіз засвідчує, що телевізійний марафон тривалістю 6 годин (360 хвилин) позиціонувався як основний інформаційний проєкт у день виборів.

Подібну марафонну практику медіа використовували під час виборчої кампанії Президента України у 2019 році. Перший тур виборів відбувся 31 березня 2019 року, а другий, проведений 21 квітня 2019 року, став ключовою подією телевізійного мовлення держави. За результатами виборів у другий тур

виходили Володимир Зеленський та Петро Порошенко. Ця подія сприяла визначенню медіа щодо тематичного наповнення інформаційного етеру, спрямовуючи вектор висвітлення на перебіг виборчого процесу та суспільні реакції на нього. З огляду на медійність виборчої кампанії та значну суспільну зацікавленість, провідні українські телеканали упродовж двох днів проводили телевізійні марафони («24 канал»), («Espresso.TV»), («hromadske»), («1+1»). Медіа відзначали важливість комплексного висвітлення виборчого процесу.

Виборчий марафон «24 каналу» побудовано за принципом інформувати та аналізувати. Знімальні групи телеканалу працювали на виборчих дільницях, у штабах кандидатів першого туру президентських виборів, фіксуючи емоції, проблеми, що виникали під час голосування. У студії ведучі разом із запрошеними експертами аналізували перебіг подій, обговорювали почуту інформацію, детально розглядали програми кандидатів, порівнювали організацію та проведення виборів у різних регіонах країни. Розмовні студії чергувалися із новинними випусками та прямими включення кореспондентів, що забезпечувало комплексне і безперервне висвітлення виборчого процесу. Гостями виборчого марафону «24 каналу» 31 березня 2019 року були провідні експерти, політики та медіапредставники: журналістка «NV» Крістіна Бердинських; політичний оглядач Роман Кравець («Українська правда»); політичний експерт Олексій Мінаков; експерт із політики Олександр Солонтай; громадський діяч і політик Олег Рибачук; віцеспікер Верховної Ради України Оксана Сироїд; політолог Михайло Басараб; громадський активіст і політик Дмитро Гнап; народний депутат Єгор Соболев; представник кандидата у Президенти України Петра Порошенка Дмитро Чекалкін; народний депутат Роман Семенуха. Їхня участь сприяла комплексному аналізу перебігу виборчого процесу та висвітленню проблемних аспектів кампанії. Упродовж майже восьми годин виборчого марафону було представлено чотири новинні випуски середньою тривалістю 25–30 хвилин, у межах яких до моменту закриття виборчих дільниць глядачів інформували про перебіг голосування. У Центральній виборчій комісії працювала кореспондентка «24 каналу», яка у форматі прямих ввімкнень представляла оперативно оновлені

офіційні дані. В етері демонструвалися зведені репортажі з виборчих дільниць, на яких голосували кандидати у Президенти України. Окреме інформаційне повідомлення було присвячене кількості порушень, зафіксованих спостерігачами під час голосування. Особливу увагу редакція приділила участі у виборах військовослужбовців, які перебували у зоні проведення Операції Об'єднаних сил. Відповідний репортаж підготовлено з міста Попасна Луганської області, де з нагоди виборів у наметі облаштували спеціальну виборчу дільницю. Знімальна група телеканалу зафіксувала процес підготовки дільниці напередодні дня голосування, безпосередній перебіг волевиявлення, озвучила статистичні дані щодо присутності військовослужбовців станом на 12:00 у день виборів. В одному із випусків марафону «24 каналу» глядачів поінформували про функціонування 101 виборчої дільниці за кордоном, де українці, які перебували поза межами країни, мали змогу реалізувати своє виборче право. З метою демонстрації особливостей організації виборчого процесу за кордоном в етері відбулося пряме включення кореспондентки з Варшави. Після закриття виборчих дільниць о 20:00 в етері виборчого марафону «24 каналу» наживо представлено перші результати національного екзит-полу, з оголошенням прізвищ кандидатів, які отримали найбільшу підтримку виборців і проходили до другого туру президентських виборів.

Аналогічний підхід до організації телевізійного виборчого марафону застосували редакції «ТСН», «Espresso.TV» та «Hromadske». Водночас марафон «ТСН» вирізняється організаційною специфікою: трансляція здійснювалася не з однієї стаціонарної студії, а за участю ведучих у форматі виїзних студій, розміщених у публічних локаціях Києва, що додатково підсилювало ефект присутності та актуальності подій. Аналітичні студії функціонували як до моменту закриття виборчих дільниць, так і після нього. Після завершення голосування основною темою обговорень стали результати національного екзит-полу другого туру президентських виборів, згідно з якими перемогу здобув Володимир Зеленський, отримавши понад 72 % голосів виборців, тоді як Петро Порошенко – понад 27 %. Ще до оголошення результатів Центральною виборчою

комісією ведучі та запрошені експерти зосереджували увагу глядачів на тому, що результати екзит-полів, як правило, корелюють з офіційними підсумками голосування, а зафіксований розрив між кандидатами є надто значним, щоб підсумкові результати могли зазнати суттєвих змін. «Продовжуємо пильно дивитися на наших політиків. Сьомі за історію незалежної України вибори і шостий Президент, адже цифри екзит-полів, як правило, підтверджуються, – Володимир Зеленський. І новий виклик для усього суспільства, бо від нас усіх залежать, чи дозволимо цій людині забути, заговорити, відкласти проголошені наміри, чи все-таки допоможемо, щоб усе, що обіцяно до виборів, таки було виконано», – сказала в ефірі виборчого марафону «ТСН» ведуча Алла Мазур («1+1», 2019). Ведучі не лише інформували аудиторію про попередні підсумки голосування, а й надавали їм оціночного та суспільно-політичного контексту, акцентували на історичній тяглоті виборчих процесів в Україні та відповідальності суспільства за подальший контроль діяльності новообраного Президента України, наголосивши на необхідності громадянського нагляду за виконанням передвиборчих обіцянок.

Широкомасштабна збройна агресія РФ проти України актуалізувала необхідність інформаційної протидії російській пропаганді, що стала екзистенційним викликом для медіасистеми. 16 лютого 2022 року проведено загальнонаціональний телемарафон із нагоди Дня єднання, що тривав з 08:00 до 10:00 та з 19:00 до 22:00. Дата обрана не випадково, адже саме в цей день міжнародні оглядачі та політики, посилаючись на концентрацію російських військ, прогнозували вторгнення армії РФ на територію України («Ukrinform Press Center», 2022). Міністр культури та інформаційної політики України О. Ткаченко на офіційному брифінгу в переддень телемарафону наголосив: «Україна живе фактично в стані інформаційної війни, починаючи з 2014 року. І намагається активно протидіяти всім інформаційним атакам... Розповсюдження інформації з одного боку, з іншого боку протидія фейкам і маніпуляціям – це такий ще виклик для держави у тому числі» («Ukrinform Press Center», 2022). Він наголошував на необхідності верифікації інформації з боку медіа: «Буде цікавий телемарафон.

Завтра з 8 години до 10 години ранку всі телеканали країни фактично будуть мовити однією картинкою. Ми побачимо різних спікерів, які будуть говорити на тему єднання і тему наративів, які нашу країну допомагають об'єднувати» («Ukrinform Press Center», 2022). Згодом медіаексперти видання «Детектор медіа» назвали його «марафоном на виснаження». 17 лютого 2022 року в оглядовому матеріалі констатували: «Ідея марафону начебто полягала в заспокоєнні українців: мовляв, усе під контролем, держава працює. Військові й силовики трималися теми досить чітко: ось посилення, ось зброя, ось міжнародна підтримка, разом ми сильні. Проте більшість інших політиків переступали тонку межу й пускалися в самопіар» (Зубченко, 2022).

Попри неоднозначне сприйняття марафону з боку, зокрема, професійного середовища, з початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну телемарафон розпочався в цілодобовому мовленні, докорінно трансформувавши медіасистему України. «26 лютого за ініціативи Міністерства культури та інформаційної політики України, а також провідних медіагруп України – «1+1 media», «StarLight Media», «Медіа Група Україна», «Inter Media Group» та телеканалу «Рада» стартував спільний телевізійний ефір «Єдині новини» («Про рішення Ради національної безпеки і оборони України» від 18 березня 2022 року). Рішенням Ради національної безпеки та оборони України в березні 2022 року влада узаконила телемарафон в юридичній площині, назвавши єдину інформаційну політику пріоритетом національної безпеки у період війни та правового режиму воєнного стану. Діяльність цієї політики «реалізується шляхом об'єднання усіх загальнонаціональних телеканалів, програмне наповнення яких складається переважно з інформаційних та/або інформаційно-аналітичних передач на єдиній інформаційній платформі стратегічної комунікації – цілодобовому інформаційному марафоні «Єдині новини #UАразом» («Про рішення Ради національної безпеки і оборони України» від 18 березня 2022 року).

Пропонуємо авторське визначення: телемарафон – це специфічний формат тривалого або безперервного телевізійного мовлення з елементами саморегуляції,

що виникає як відповідь на гострі суспільно-політичні виклики, які постають перед державою або окремою спільнотою.

Телемарафон «Єдині новини» як інтегрована комунікаційна модель, інструмент державної стратегічної комунікації слугував об'єктно-предметним полем для досліджень К. Бакаєвича, О. Бутко, О. Галіва, О. Гоцур, В. Коцур, О. Коцака, Н. Малачинського, Ю. Нагорної, М. Нагорняк, М. Павлика, Н. Поплавської, І. Пуцяти, Є. Соломіна, А. Чистякової, Н. Шульської.

На думку дослідниці О. Гоцур, спільний марафон «Єдині новини», започаткований провідними телеканалами, є «єдиним джерелом правдивих новин» та «рупором офіційних повідомлень» (Гоцур, 2022, с. 50). Науковець Є. Соломін акцентує на тому, що основними здобутками телемарафону є утримання в проукраїнській парадигмі інформаційного телепростору, убезпечення його від поширення російських наративів (Соломін, 2022).

Кандидат юридичних наук А. Чистякова у статті «Право на інформацію та телемарафон «Єдині новини»: специфіка співіснування в умовах воєнного стану» дослідила законодавство інших країн, що регламентує дії держав у стані війни, задля аналізу їхніх підходів до інформаційної політики. Дослідниця констатує, що в умовах війни створення платформ для артикулювання владних наративів не є обов'язковим, а насамперед «винятковим заходом, метою якого є здійснення контролю подання інформації» (Чистякова, 2024, с. 86). Водночас науковиця наголошує, що «монополізацію каналів та узгодженість у висвітленні інформації можна вважати проявом цензури, що дозволяє розглядати діяльність телемарафону «Єдині новини» в кореляції зі свободою слова, свободою масмедіа, правом на доступ до інформації» (Чистякова, 2024, с. 86). А. Чистякова вважає плюралізм думок та використання різних джерел інформації частиною свободи слова, а з юридичної точки зору ще й складовою права на інформацію: «Споживач інформації має отримувати можливість чути різні думки з приводу одних і тих самих новин, фактів, самостійно формувати свою позицію на підставі множинності поглядів експертів у різних сферах» (Чистякова, 2024, с. 88).

Базовою законодавчою основою, на яку посилається авторка, є 10 стаття Європейської конвенції з прав людини, ратифікована Верховною Радою України в 1997 р., що регламентує право на безперешкодне отримання, поширення інформації, свободу вираження поглядів та інформації без втручання органів державної влади. Водночас акцентується на допустимості державної регуляторної політики у сфері медіа задля забезпечення національних інтересів, інформаційної безпеки, дотримання професійних стандартів журналістики.

Переваги та недоліки функціонування телемарафону «Єдині новини» досліджує К. Бакаєвич. Самоорганізацію приватних і державних медіа під час російської збройної агресії в Україні він характеризує як приклад «якісної співпраці», а телемарафон називає «унікальним» комунікаційним інструментом. Однак дослідник вважає, що створення формату телемарафону оптимізувало процеси державного регулювання змістового наповнення телеефірів, забезпечивши високий ступінь керованості медійних наративів у прайм-таймі та поширення пропагандистського контенту. Для повноцінного збереження свободи слова науковець пропонує створити документ, що «регламентуватиме ухвалення рішень і відповідальність за них для усіх учасників виробництва «Єдиних новин»» (Бакаєвич, 2024, с. 139).

Специфіку новинних випусків телемарафону досліджує К. Єськова. Авторка акцентує на ознаках новинної цінності, відповідності події критеріям, що визначають її суспільну значущість та релевантність для висвітлення. До них дослідниця відносить: «персоніфікацію, драму (містить конфлікт, суперечку), актуальне й конкретне, нове чи з відхиленням від норми, пов'язане з темами постійного інтересу новинних медіа» (Єськова, 2022, с. 130).

К. Єськова аналізує тематичні домінанти новинних матеріалів, поділяючи їх на такі групи: суспільно-політичні/військові, кримінальні, соціальні, культурно-мистецькі та про надзвичайні ситуації. Трансформацію новинного контенту телемарафону досліджують О. Бутко та О. Леськів. Автори виокремлюють такі тематичні вектори, як мілітарна складова війни та перебіг бойових дій, міжнародна реакція та геополітична активність, гуманітарна складова, стратегічні

пріоритети внутрішньої та зовнішньої політики Президента України. Окрему увагу приділяють новинному контенту про героїзм військовослужбовців та спротив цивільного населення України (Бутко, Леськів, 2024).

Специфіку висвітлення культурної тематики в інформаційних випусках телемарафону, зокрема змістово-тематичне наповнення, прагматично-комунікативні та жанрові особливості матеріалів досліджує М. Павлик. Автор наголошує на невід'ємності культури як складової суспільно-політичного життя країни, зазначає, що тріада «мова, нація, ідентичність» є фундаментальною формулою в контексті збереження України як єдиного державного організму та гарантування національної безпеки (Павлик, 2025, с. 281). Дослідник акцентує на домінуванні в інформаційно-комунікаційному дискурсі наративу «війна триває проти національної ідентичності українців», у якому Росія постає не тимчасовим ворогом, а деструктивним елементом, що загрожує цілісності та суверенності країни, прагнучи дисемінувати ціннісно-сміслові матриці в соціокультурну сферу. М. Павлик виділяє такі культурно-мистецькі тематичні напрямки в новинних випусках телемарафону: «інформування про актуальні культурно-мистецькі події та явища, їх інтерпретація культурними діячами та суспільством; роль культурних артефактів у загальній парадигмі культури; промоція культурних діячів, їх стилів; репрезентація через призму культури актуальних суспільно-політичних проблем та представлення способів їх вирішення; артикуляція проукраїнських національних метанаративів, риторики україноцентризму, ключових національних концептів та символів; повернення в українську культурну спадщину вкрадених ворогом надбань української культури; поширення нових знань у культурній сфері тощо» (Павлик, 2025, с. 284). Аналізуючи жанрову палітру матеріалів, дослідник зазначає, що домінантними є репортажі та прямі ввімкнення. Такий вибір жанрових форм, на його думку, дозволяє наповнити матеріали історичним екскурсом та «новими концептами, думками, прогнозами, рефлексіями» (Павлик, 2025, с. 284).

Особливості застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій в телемарафоні «Єдині новини» аналізувала І. Пуцята. Дослідниця не розмежовує

новинні випуски та розмовні студії телемарафону, а саме за таким принципом чергуються складові етеру, однак відзначає, що успішне його функціонування «стало можливим завдяки ефективному використанню соціально-комунікаційних технологій, які забезпечують масштабність охоплення, інтерактивність та інформаційну безпеку» (Пуцята, 2025, с. 86). На її думку, екстраполяція цього медіапродукту в українському інформаційному просторі має високий потенціал і в закордонному дискурсі як важливий елемент протидії інформаційним загрозам (Пуцята, 2025).

Дослідники Н. Шульська, Л. Науменко та О. Калита акцентують на таких ознаках неякісного новинного контенту, як апелювання до методу надання «настанов» та «корисних порад», легітимація позицій, використання безпідставних узагальнень, нечітких цитувань, експресивної лексики та надмірна емоційність (Шульська, Науменко, Калита, 2025, с. 97).

Науковець К. Бакаєвич акцентує на доцільності саморегуляції телемарафону «Єдині новини», перегляду структури та наявних підходів в організації виробничих процесів (Бакаєвич, 2024, с. 140). Дослідник наголошує на трансляванні пропагандистського контенту в мовленні телемарафону, що зумовлено комплексом таких деструктивних чинників, як недостатність плюралізму думок, створення контенту обмеженим колом медійників, законодавчі обмеження через воєнний стан (Бакаєвич, 2024, с. 140).

Міжнародні інституції, основними спеціалізаціями яких є вимірювання рівня свободи слова та боротьба за їхнє збереження, критикують своєрідне регулювання державної інформаційної політики. Так, у щорічному звіті щодо прогресу України в межах Пакета розширення ЄС 2025 актуалізується питання переосмислення доцільності подальшого функціонування формату телемарафону як безальтернативного інструменту державної інформаційної політики ще до моменту анулювання правового режиму воєнного стану, наголошується на необхідності відновлення плюралістичного та незалежного медіаландшафту («Українська правда»).

Телемарафон «Єдині новини» позиціонує себе як одне з найбільш

цитованих першоджерел щодо висвітлення російсько-української війни. Відповідно до оприлюднених проміжних підсумків за три роки кількість його згадувань (цитування про ситуацію в зоні бойових дій) у медіапросторі перевищила 110 мільйонів разів (ТСН, 2025).

Рівень довіри до телемарафону є важливим індикатором його суспільної значущості, спроможності задовольняти інформаційні потреби аудиторії. За результатами щорічних опитувань, ініційованих ГО «Інтерньюз-Україна», спостерігаємо зниження рівня довіри аудиторії до телемарафону «Єдині новини» («Інтерньюз-Україна»). Для порівняння обрано дані за 2022, 2024, 2025 рр. У 2022 році сукупна частка респондентів, які «скоріше» або «повністю довіряють» телемарафону становила 84%, у 2024 – 37%, у 2025 – 38% (рис. 1.1). Обізнаність про телемарафон у всі роки залишається високою – 84%.

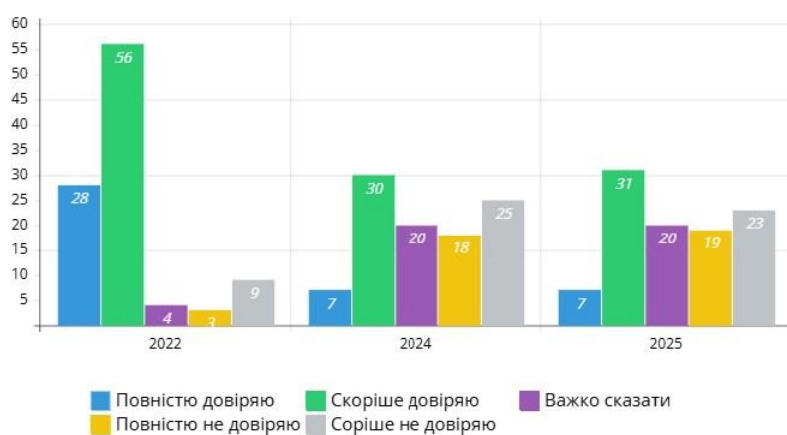


Рис. 1.1. Довіра респондентів до телемарафону «Єдині новини» (результати опитування USAID – Internews, «Інтерньюз-Україна»)

У нашій науковій розвідці «Постетерне цитування як одна із головних переваг національного марафону новин. Специфіка підходу до цитування» досліджено, що, попри зниження довіри частини аудиторії до новинного марафону та постійну критику його з боку інших учасників медійного ринку, провідні українські онлайн-медіа звертаються до «Єдиних новин» як до основного джерела інформації (Галів, 2024, с. 14).

Підсумовуючи, доцільно зазначити, що в умовах зростання потреби в оперативному інформуванні аудиторії про суспільно значущі події формат телемарафону активно використовується в сучасному телевізійному мовленні. Практика організації етеру за принципом телемарафону поширилася не лише серед загальнонаціональних мовників, а й регіональних телеканалів, які адаптують цей формат відповідно до власних інформаційних потреб та можливостей. Так, власні телевізійні марафони запустили «5 канал» та «Прямий». На нашу думку, «після повномасштабного російського вторгнення в Україну регіональні телеканали залишили за собою право обирати, чи ретранслювати інформаційний марафон, чи самостійно наповнювати етери аудіовізуальними продуктами власного виробництва. Власні телевізійні марафони започаткували, зокрема, телеканали «Перший Західний» (м. Львів), «Київ» (м. Київ) та НТА (м. Львів)» (Галів, 2022, с. 35).

Отже, телевізійний марафон як формат виник у США у другій половині XX століття. Концепція його створення передбачала безперервне тривале мовлення задля збору коштів на різні соціальні проекти.

В Україні перші телевізійні марафони виникли під час президентської виборчої кампанії (2019 р.). Прототипом марафону «Єдині новини» був виборчий, який розглядається як специфічний інструмент політичної комунікації.

Національний телемарафон «Єдині новини» створений в період воєнних викликів задля формування єдиної державної політики у сфері захисту інформаційного суверенітету. Феномен телемарафону «Єдині новини» лише частково представлений у наукових розвідках дослідників, хоча п'ятий рік поспіль залишається ефективною конструкцією української медіасистеми, зорієнтованої на забезпечення глядача верифікованими даними та оперативною інформацією про війну. За період свого мовлення телемарафон «Єдині новини» зазнав трансформацій на суб'єктно-організаційному та змістовому рівнях, зокрема змінився склад телеканалів-виробників, модифікувалася контентна матриця. Еволюція контенту відображає перехід від інформування про перебіг

війни до матричної ротації інформаційних, аналітичних складових та спецпроектів.

1.3. Телеканали-учасники національного марафону як суб'єкти інформаційного виробництва

Відповідно до Закону України «Про медіа» інституційну структуру національного медіапростору доцільно розглядати як багаторівневу систему, складовими якої є суб'єкти з різними формами власності, правовим статусом та організаційною структурою. Всеукраїнський телерадіопростір охоплює телерадіоорганізації комунальної форми власності, акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України», парламентський телеканал «Рада», суб'єкти у сфері місцевих публічних аудіовізуальних медіа, аудіовізуальні медіа громад, а також приватні та громадські телеканали.

Згідно із законодавчим визначенням канал мовлення – це сукупність технічних характеристик, засобів електронних комунікацій та споруд, що використовується для трансляції або ретрансляції програм (ЗУ «Про медіа», 2022).

Територіальна ознака є одним із основних елементів організації та структурування телерадіоринку України. Наведена нижче класифікація базується на обсягах охоплення аудиторії та географії розповсюдження телевізійного сигналу. Телеканали як загальнонаціонального, так і регіонального та місцевого рівнів повинні мати відповідну ліцензію від Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення.

Закон України «Про медіа» виділяє такі категорії мовлення відповідно до територіального охоплення:

1. Загальнонаціональне здійснює мовлення на території, охоплення якої становить не менше двох третин населення у кожній адміністративно-територіальній одиниці. Прикладами таких каналів є «1+1», «ICTV», «СТБ».

2. Регіональне мовлення охоплює одну або кілька суміжних областей, орієнтується на проблематику та інтереси окремих регіональних спільнот. До цієї

категорії належать «НТА», «Перший Західний», «Суспільне Житомир», «11 канал», «Думська.TV», «Перший міський», «Київ TV».

3. Місцеве мовлення – телеканали, що інформують аудиторію одного або кількох конкретних населених пунктів. Закон встановлює, що територіальне охоплення таких каналів не повинно перевищувати половину площі однієї області. Телеканали цього типу задовольняють інформаційні потреби локальних спільнот. Прикладами є «Умань-Медіа», «Чорноморська ТРК», «Бужнет».

4. Закордонне мовлення – телеканали, які здійснюють трансляцію поза межами державного кордону України. Такі медіа забезпечують формування та підтримку позитивного іміджу країни у світі та впливають на інформаційне середовище української діаспори. Прикладами каналів закордонного мовлення є «UATV (FreeДом)» та «1+1 International» (ЗУ «Про медіа», 20220).

Об'єктивна оцінка залученості телеканалів для виробництва новинних випусків національного марафону «Єдині новини», на нашу думку, потребує ретроспективного аналізу щодо досвіду інформаційного мовлення, програмного розмаїття тощо. З цією метою проаналізуємо особливості створення та функціонування телеканалів, що здійснювали та здійснюють виробництво контенту для марафону.

Телеканал «1+1», що входить до медіаконгломерату «1+1 Media», регулярно мовлення розпочав у вересні 1995 року. До групи телеканалів, що здійснюють виробництво контенту для марафону, долучився 26 лютого 2022 року. Він розпочав свою діяльність у форматі продакшн-компанії «Студія 1+1», яка функціонувала як дочірня структура компанії «Innova-Film». Перший етер відбувся 3 вересня 1995 року на каналі «УТ-1». Обсяг мовлення становив шість годин на добу, однак у вересні 1996 року тривалість збільшено до 60 годин на тиждень, що фактично охоплювало майже половину програмної сітки «УТ-1». 11 листопада 1996 року Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення видала телекомпанії «Студія 1+1» ліцензію на мовлення обсягом 9 годин щодобово на частоті каналу «УТ-2». З 1 січня 1997 р. «1+1» розпочав мовлення як самостійний телеканал (Детектор медіа, 2015).

У часовому вимірі мовлення телеканалу зазнавало певних змін. Так, до початку 2000-х років обсяг мовлення поступово збільшувався: спочатку до 13-15 годин на добу, з вересня 2004 року до лютого 2005 року – 22 години на добу. Перехід телеканалу «1+1» на цілодобове мовлення відбувся 14 лютого 2005 року, що стало важливим етапом в його розвитку та відображало загальні тенденції трансформації телевізійного ринку.

Структура власників телеканалу «1+1» змінювалася упродовж його функціонування. На початковому етапі, крім Олександра Роднянського та Бориса Фуксмана, до власників увійшла американська медіакорпорація «Central European Media Enterprises Ltd» (далі – CME), заснована Рональдом Лаудером. Станом на 2005 р. CME володіла 30% акцій телеканалу, Олександр Роднянський – 20 %, а 50 % належало компанії «Інтер-медіа», контрольованій німецькою «Innova-Film». У 2005–2008 рр. CME поступово викупляла акції і згодом їй належали 100%. Водночас відбулися суттєві зміни програмної політики: авторські проєкти були витіснені форматними розважальними програмами, зберігалася значна частка кіносеріального контенту, а інформаційні випуски «ТСН» зазнали тенденції до таблоїдизації. У серпні 2008 року генеральним директором групи каналів «1+1 Media» призначено Олександра Ткаченка. Упродовж 2009-2010 рр. американська медіакорпорація «Central European Media Enterprises Ltd» реалізувала поетапний продаж телеканалу «1+1» міноритарному акціонерові Ігорю Коломойському (ГО «Детектор медіа», 2010).

До 1 вересня 2018 року, коли в Україні було припинено аналогове телевізійне мовлення, телеканал «1+1» забезпечував технічне покриття майже всієї території держави – близько 95 %.

У редакційному статуті Товариства з обмеженою відповідальністю «ВІЖН 1+1» зазначено, що у процесі здійснення професійної діяльності журналісти телеканалу керуються Конституцією України, чинним законодавством, міжнародними актами й нормами, що регулюють сферу медіа. У документі визначено місію журналістів телеканалу «1+1», яка полягає в служінні свободі слова, забезпеченні об'єктивного та збалансованого висвітлення подій, наданні

широкому колу аудиторії можливості отримувати доступ до інформації. Окремо акцентується на створенні якісного контенту та розвитку конкурентоспроможного медіабізнесу, здатного функціонувати в умовах ринкової економіки. У професійній діяльності журналісти телеканалу «1+1» дотримуються визначених інформаційних стандартів, зокрема точності, достовірності, неупередженості, повноти (вичерпності) подання інформації, доступності, оперативності, чіткого відокремлення фактів від коментарів та оціночних суджень.

Структурною одиницею інформаційного мовлення телеканалу «1+1» є «Телевізійна служба новин» (виходить із 1997 року), що вирізняється регулярністю виходу в етер та різноманітністю тематичного наповнення. До початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну програма мала чітко визначену сітку мовлення упродовж дня, а також усталені хронометражі: вечірній головний випуск у прайм-таймі тривав 45 хвилин. Відповідно до програмної концепції «ТСН» одним із пріоритетів редакційної політики є висвітлення подій у регіонах України. Для цього телеканал сформував розгалужену мережу власних кореспондентів, що забезпечує оперативне надходження інформації з різних територій країни.

Інформаційно-розважальна програма «Сніданок з 1+1» (вперше вийшла в етер 31 березня 1997 р.) відзначається тематичною різноманітністю. Контент програми структуровано у вигляді окремих рубрик, що забезпечує тематичну чіткість та розмежованість випусків.

У контексті телевізійного мовлення телеканал «1+1» постає не лише як популярна інформаційно-аналітична платформа, а й як один із провідних виробників культурно-розважального контенту. З часу заснування телеканал еволюціонував від моделі класичного лінійного телебачення, характерної для пострадянського медіапростору, до багатофункціонального медіаресурсу, у межах якого поєднуються різні жанрово-тематичні формати.

Телеканал «Інтер» розпочав трансляцію в інформаційному просторі України в жовтні 1996 року, отримавши офіційну ліцензію на право мовлення в межах телемережі «УТ-3» підприємства «Українська незалежна ТВ-корпорація».

Щоденний обсяг ефірного часу цього підприємства складав 12 годин. До формування структури корпорації був залучений російський телеканал «ГРТ», що став одним із співзасновників із часткою володіння у статутному капіталі 29%.

Програмна політика телеканалу поєднує інформаційний, аналітичний та розважальний контент. У структурі мовлення представлені новинні випуски, суспільно-політичні програми, токшоу, розважальні проєкти. Однією зі складових етерного мовлення є інформаційно-аналітична програма «Ранок з «Інтером»». Її структура представлена новинними блоками, поєднаними із тематичними сегментами спортивного, економічного, культурного та повсякденного життя людей. Інформаційний порядок денний формує новинна програма «Подобиці» (трансляється з жовтня 1997 року). У її структурі поєднуються новинні повідомлення, сюжети, коментарі та експертні включення.

Одним із провідних суб'єктів на ринку телевізійного мовлення України є *телеканал «СТБ»*, який розпочав мовлення у червні 1997 року. Політика телеканалу «СТБ» до 2004 року зорієнтована переважно на інформаційне мовлення, структуроване під брендом програми «Вікна-новини», куди входили «Вікна. Столиця», «Вікна. Бізнес», «Вікна. Спорт», «Вікна. Кримінал». Згодом спостерігаємо перехід від виключно інформаційного контенту до різноманітних жанрово-тематичних форматів. Це спричинило виробництво низки телевізійних продуктів, таких як цикл публіцистичних випусків «Правила життя», документально-пізнавальної програми «У пошуках істини», різноманітних токшоу тощо. Інформаційні продукти, орієнтовані на особистісну комунікацію, популяризацію здорового способу життя, соціальну терапію та розвиток побутових компетентностей формують програмну сітку телеканалу. В інформаційному дискурсі телеканалу актуалізуються важливі соціальні теми, що порушують питання гендеру, сімейних і міжособистісних конфліктів, сексуального виховання, матеріальних і духовних цінностей суспільства, взаємин батьків і дітей тощо. Досвід цього телеканалу на відповідному етапі розвитку телебачення засвідчив формування нового вектора виробництва й популяризації

телевізійного контенту, у якому шоу постає як своєрідний каталізатор соціальних змін і водночас як медіапосередник суспільного дискурсу.

Загальнонаціональний телеканал «Рада» є суб'єктом парламентського мовлення в Україні. На пострадянському просторі він став першим телеканалом, що спеціалізується на висвітленні діяльності Верховної Ради України. Перед повною інституалізацією телеканалу в системі телевізійного мовлення у березні 1999 року йому передували дві програми в етері «Першого національного» – «Щоденник сесії Верховної Ради України» (інформаційна програма) та «Парламентський вісник» (перша тижнева аналітична програма, наповнена парламентським контентом). Тестове аналогове мовлення телеканал розпочав у лютому 2004 року через мережу «Воля-кабель», постійне – у вересні, що транслювалося на частотах «43» ТВК, у цифровому форматі – 1 січня 2017 року.

Згідно із затвердженням у 2016 році статутом, телеканал «Рада» на медіаринку України має таку функціонально-комунікативну спрямованість: забезпечує відкритість та прозорість законодавчого процесу в Україні шляхом реалізації інформаційно-комунікативних завдань; здійснює медійний супровід засідань парламентських комітетів, годин запитань до Уряду, брифінгів керівництва Верховної Ради України та інших офіційних заходів, що впливають на формування державної політики; інформаційно сприяє розвитку парламентаризму та утвердженню демократичних цінностей, відстоює принципи громадянського суспільства та захищає права людини; здійснює діяльність у напрямку зміцнення міжпарламентських комунікацій та підвищує авторитет Верховної Ради України як єдиного законодавчого органу державної влади як на території держави, так і поза її межами; у межах стратегічного партнерства розвиває та посилює співпрацю з державними й приватними телерадіоорганізаціями як в Україні, так і за її межами. Це відбувається шляхом обміну медіаконтентом, кооперації у створенні телевізійних проєктів, виробництва програм і трансляцій, що здійснюються в межах статутних зобов'язань та відповідно до чинного законодавства України (Статут державного підприємства «Парламентський телеканал «Рада»», 2024). Відповідно до

закріплених функцій у статуті телеканал «Рада» формує власний архів задля збереження та систематизації контенту, що включає як інформаційно-аналітичні, так і публіцистичні програми, які висвітлюють законотворчу діяльність. Забезпечення безперебійного медіавиробництва відбувається через застосування технічних ресурсів на основі ліцензій, передбачених чинним законодавством.

У листопаді 2017 року Національна рада з питань телебачення та радіомовлення опублікувала результати засідання за підсумками конкурсних процедур щодо здійснення загальнонаціонального цифрового телемовлення у рамках багатоканальної телемережі «МХ-5», що функціонує на базі стандарту DVB-T2 (MPEG-4). Переможцем конкурсу визнали телеканал «Рада». Учасники засідання аргументували важливість цифрового мовлення державного телеканалу здатністю забезпечувати аудиторію збалансованою інформацією про політичні події, зберігаючи при цьому роль нейтрального інформаційного посередника без ознак політичної заангажованості чи наближеності до будь-якої з політичних сил, представлених на той час у Верховній Раді України.

У 2021 році телеканал модернізується, переходить до широкоекранного формату 16:9 із застосуванням стандарту високої чіткості (HD), що є актуальною відповіддю технологічним вимогам телевізійного мовлення, трансформується з парламентського мовника на інформаційний. Виробництво контенту для телеканалу «Рада» в межах національного марафону «Єдині новини» здійснювало ТОВ «Кінокіт».

Телекомпанія «ICTV» заснована у 1991 році на основі спільного капіталу кількох інвесторів: з одного боку – українського державного концерну радіомовлення, радіозв'язку та телебачення (РРТ), а з іншого – американської приватної медіакорпорації «Story First Communications». Програми каналу вперше вийшли в етер 15 червня 1992 року. У контексті трансформацій українського медіаринку в період пострадянського мовлення поява телеканалу в етері ознаменувала новий етап – становлення недержавного телебачення.

Телеканал «ICTV» позиціонує себе як суспільно орієнтований, що забезпечує відкриту комунікацію з аудиторією та задовольняє інформаційні, аналітичні та розважальні запити широких верств українського суспільства.

«Факти» – інформаційно-аналітична програма (вийшла 18 вересня 2000 року), регулярне мовлення якої до початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну здійснювалось у форматі п'яти розширених випусків новин щодоби. Редакційна спрямованість програми передбачає всебічне висвітлення суспільно-політичних подій, що відбуваються в Україні та світі. Із початком збройної агресії РФ проти України програма «Факти» стала складовою інформаційної стратегії з висвітлення подій періоду війни. Телеканали «ICTV» і «СТБ», що входять до складу медіагрупи «Starlight Media», долучилися до національного телемарафону «Єдині новини». Відтак виробництво окремих програм було перефокусовано на створення інформаційно-аналітичних блоків, які відповідно до запровадженого графіка транслюються в етерах телеканалів, що беруть участь у виробництві контенту телемарафону. У структурі телеканалу «ICTV» залишаються і гумористичні програми («Дизель Шоу», «На трьох»).

Телеканал «Україна» як регіональний медіапроект державного комунального підприємства «Дока-ТВ» розпочав своє мовлення 13 березня 1993 року. До 2022 року (рік закриття) був частиною медіахолдингу «Медіа Група Україна», що входив до фінансово-промислової групи «SCM» Ріната Ахметова. Найвідомішими проектами телеканалу були: щоденна інформаційна програма «Сьогодні», інформаційно-аналітична програма «Сьогодні.Підсумки», токшоу «Говорить Україна», «Ранок з Україною», «Маска», «Народна зірка», «Зірковий шлях», «Контролер», «Відверто з Машею Єфросініною».

«Україна 24» – загальноукраїнський телеканал, що входив до медіаконгломерату «Медіа Група Україна» Ріната Ахметова. Створений на основі ребрендингу телеканалу «Ескулап TV», своє мовлення розпочав 2 грудня 2019 року. В ефірах телеканалу транслювалися такі інформаційні програми: «Реальна політика з Євгенієм Кисельовим», «Зворотній зв'язок», «Час Голованова», «Україна з Тиграном Мартиросяном», «HARD з Влащенко»,

«Світогляд. Сьогодні» тощо. З 24 лютого до 22 липня 2022 року разом із телеканалом «Україна» («Медіа Група Україна») долучені до виробництва марафону «Єдині новини». У зв'язку із прийняттям закону про деолігархізацію, 11 липня 2022 року діяльність телеканалу припинено.

Телеканал «Ми – Україна» з'явився в медіапросторі після закриття провідних каналів медіахолдингу бізнесмена Ріната Ахметова – «Україна» та «Україна 24». У його заяві щодо майбутнього активів «Медіа Група Україна» зазначалось, що він ухвалив «вимушене рішення про вихід інвестиційної компанії «SCM» із медійного бізнесу» (Тарасовський, 2022), яке зумовлене набуттям чинності Закону України «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)». Кадровий потенціал закритих телеканалів згодом став основою формування нового суб'єкта медіапростору – телеканалу «Ми – Україна». У жовтні 2022 року Національна рада з питань телебачення та радіомовлення видала телеканалу супутникову ліцензію терміном на 10 років. 8 листопада 2022 року «Ми – Україна» приєднався до групи телеканалів, що беруть участь у виробництві контенту для національного марафону «Єдині новини». У редакційному статуті зазначено, що телеканал апелює до принципів точності, збалансованості та об'єктивності під час створення контенту. Окремими пунктами прописані та уточнені правила відбору та подання інформації. Відповідно до положень, закріплених у статуті, телеканал орієнтується на висвітлення тем, що становлять суспільний інтерес для загальнонаціональної аудиторії: зміни в економічній, політичній, соціальній та екологічній сферах, заяви представників державної влади, конфлікти за участю органів управління, аварії на великих промислових об'єктах, терористичні акти тощо. Міжнародна інформація та регіональні події також складають частину інформаційного контенту.

«Суспільне мовлення» (АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України») – незалежна медіакомпанія, заснована у 2017 році внаслідок реформування державного мовлення в Україні. Як зазначає науковиця

О. Мединська, «у контексті євроінтеграційних процесів та суспільно-політичних викликів виникла нагальна потреба в трансформації медіасистеми, зокрема в реформуванні державного мовлення в Національну суспільну телерадіокомпанію України. Основні цілі реформи – забезпечення редакційної незалежності від органів державної влади та місцевого самоврядування, створення неприбуткового медіа, що служить суспільним інтересам, запровадження стандартів прозорості та підзвітності» (Мединська, 2025).

АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України» включає 22 регіональні філії, два загальнонаціональні телеканали, телеканали «UA: Крим» та «UA: Київ», три загальнонаціональні радіоканали та новинний сайт. Мета створення суспільних медіа – «задоволення інформаційних потреб суспільства, залучення громадян до обговорення та вирішення найважливіших соціально-політичних питань, забезпечення національного діалогу, сприяння формуванню громадянського суспільства» (ЗУ «Про суспільні медіа України», 2014). Серед пріоритетних завдань доцільно виділити: неупереджене висвітлення важливих для суспільства подій, що відбуваються як на території України, так і за її межами; розвиток та підтримка у зміцненні статусу української мови та культури (щодо мов нацменшин, то сприяння їхньому розвитку також чітко регламентоване законодавством); децентралізоване забезпечення потреб суспільства.

Органами управління АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України» виступають голова правління, наглядова та редакційна ради, ревізійна комісія. Наглядова рада – колегіальний орган, представництво в якому передбачене для політичних фракцій та груп ВРУ, членів громадських об'єднань та асоціацій.

Загальнонаціональний суспільно-політичний телеканал «Перший» є основою медіаландшафту АТ «НСТУ». До травня 2022 року він функціонував під назвою «UA: Перший». Команда телеканалу створює інформаційно-аналітичні випуски новин, суспільно-політичні та пізнавальні програми. «Суспільне.Новини» – інформаційний продукт, що складається із ранкових, денних, вечірніх новинних блоків, а також щоденного підсумкового випуску.

Виробництво контенту в межах телемарафону «Єдині новини» здійснювали «Суспільне.Новини» та «Перший». Регіональні команди «Суспільного мовлення» із лютого 2022 року створювали власний щоденний інформаційний продукт «Суспільне Спротив», метою якого було висвітлення подій російсько-української війни. У травні 2024 року «Суспільне» припинило участь у проєкті.

Упродовж періоду існування телемарафону «Єдині новини» відбувалися зміни як у слотах – часових межах мовлення телеканалів, так і в складі самих мовників, залучених до проєкту. Так, призупинили мовлення в марафоні телеканали «Медіа Групи Україна» (22 липня 2022 р.), «Перший канал Суспільного мовлення» (21 травня 2024 р.), «K2» (8 квітня 2024 р.), «Zoom» (1 січня 2025 р.), «Рада» (1 січня 2026 р.). Відтак до національного марафону долучається телеканал «Ми – Україна» (8 листопада 2022 р.). «Перший канал Суспільного мовлення» вийшов зі спільного телемарафону, проте залишився у проєкті «Єдині новини#UАразом», при цьому вироблятиме власну частину інформаційного марафону, що транслюватиметься на загальнонаціональному телеканалі «Перший» (Дячук, 2024). Динаміка змін складу учасників телемарафону «Єдині новини» відображає реальний стан ринку телевізійного мовлення України, в умовах якого актуалізуються низка проблем, зокрема фінансової залежності телеканалів від приватних власників (вихід «Медіагрупи Україна» через антиолігархічне законодавство (Тарасовський, 2022), складнощі співіснування в одній медіаінфраструктурі редакційно автономного «Суспільного мовлення» та приватних телеканалів, ймовірна консолідація медіаактивів навколо вертикалі чинної української влади (долучення до телемарафону телеканалу «Ми – Україна» (Романюк, 2024). Як наслідок, усталена в перші місяці повномасштабного вторгнення РФ в Україну структура телемарафону з чітким розподілом слотів мовлення постійно зазнавала трансформацій. Нижче наведемо графік чергування телеканалів у будні в етері марафону за травень 2025 року (оригінальний графік, наданий суб'єктом виробництва телемарафону) (рис. 1.3).

Час/Дата	ПН, 27.05	Час/Дата	ВТ, 28.05	Час/Дата	СР, 29.05	Час/Дата	ЧТ, 30.05	Час/Дата	ПТ, 31.05
00:00 - 01:00		00:00 - 01:00		00:00 - 01:00		00:00 - 01:00		00:00 - 01:00	
01:00 - 02:00		01:00 - 02:00		01:00 - 02:00		01:00 - 02:00		01:00 - 02:00	
02:00 - 03:00	ІНТЕР	02:00 - 03:00	СТАРПАЙТ	02:00 - 03:00	МИ - УКРАЇНА	02:00 - 03:00	РАДА	02:00 - 03:00	ІНТЕР
03:00 - 04:00		03:00 - 04:00		03:00 - 04:00		03:00 - 04:00		03:00 - 04:00	
04:00 - 05:00		04:00 - 05:00		04:00 - 05:00		04:00 - 05:00		04:00 - 05:00	
05:00 - 06:00		05:00 - 06:00		05:00 - 06:00		05:00 - 06:00		05:00 - 06:00	
06:00 - 07:00		06:00 - 07:00		06:00 - 07:00		06:00 - 07:00		06:00 - 07:00	
07:00 - 08:00		07:00 - 08:00		07:00 - 08:00		07:00 - 08:00		07:00 - 08:00	
08:00 - 09:00	РАДА	08:00 - 09:00	ІНТЕР	08:00 - 09:00	1+1	08:00 - 09:00	МИ - УКРАЇНА	08:00 - 09:00	СТАРПАЙТ
09:00 - 10:00		09:00 - 10:00		09:00 - 10:00		09:00 - 10:00		09:00 - 10:00	
10:00 - 11:00		10:00 - 11:00		10:00 - 11:00		10:00 - 11:00		10:00 - 11:00	
11:00 - 12:00		11:00 - 12:00		11:00 - 12:00		11:00 - 12:00		11:00 - 12:00	
12:00 - 13:00		12:00 - 13:00		12:00 - 13:00		12:00 - 13:00		12:00 - 13:00	
13:00 - 14:00	1+1	13:00 - 14:00	РАДА	13:00 - 14:00	СТАРПАЙТ	13:00 - 14:00	ІНТЕР	13:00 - 14:00	МИ - УКРАЇНА
14:00 - 15:00		14:00 - 15:00		14:00 - 15:00		14:00 - 15:00		14:00 - 15:00	
15:00 - 16:00		15:00 - 16:00		15:00 - 16:00		15:00 - 16:00		15:00 - 16:00	
16:00 - 17:00		16:00 - 17:00		16:00 - 17:00		16:00 - 17:00		16:00 - 17:00	
17:00 - 18:00		17:00 - 18:00		17:00 - 18:00		17:00 - 18:00		17:00 - 18:00	
18:00 - 19:00		18:00 - 19:00		18:00 - 19:00		18:00 - 19:00		18:00 - 19:00	
19:00 - 20:00		19:00 - 20:00		19:00 - 20:00		19:00 - 20:00		19:00 - 20:00	
20:00 - 21:00	СТАРПАЙТ	20:00 - 21:00	МИ - УКРАЇНА	20:00 - 21:00	РАДА	20:00 - 21:00	ІНТЕР	20:00 - 21:00	1+1
21:00 - 22:00		21:00 - 22:00		21:00 - 22:00		21:00 - 22:00		21:00 - 22:00	
22:00 - 23:00		22:00 - 23:00		22:00 - 23:00		22:00 - 23:00		22:00 - 23:00	
23:00 - 00:00		23:00 - 00:00		23:00 - 00:00		23:00 - 00:00		23:00 - 00:00	

Рис. 1.2. Ефірний слот телеканалів та медіагруп у марафоні «Єдині новини», травень 2025 р.

З рисунка 1.2 видно нерівномірний розподіл ефірного навантаження між телеканалами у проміжку одного тижня, що пояснюється ротаційною моделлю ефірної сітки, виробничими потужностями телеканалів та впливом часового фактору.

Телемарафон «Єдині новини» функціонує за принципом контентних складових:

1) інформаційні випуски новин різної тривалості та черговості. У таблиці 1.1 представлено середню тривалість та частоту новинних випусків.

Таблиця 1.1. Тривалість та частота інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини»

Телеканал	Частота інформаційних випусків	Тривалість
Телеканал «ICTV»	08:00; 08:30; 09:00; 09:30; 10:00	У середньому 15 хвилин
Телеканал «Ми — Україна»	12:00; 13:00; 14:00; 15:00; 16:00	У середньому 15 хвилин
Телеканал «1+1»	18:00; 19:00; 20:00 (підсумковий випуск дня)	30 хвилин; 15 хвилин; 1 година
Телеканал «Інтер»	08:00; 08:30; 09:00; 09:30; 10:00	Від 8 до 15 хвилин
Телеканал «Рада»	12:00; 13:00; 14:00; 15:00; 16:00	У середньому 15 хвилин
«Єдині.Головне» о 20:00 – щоденний підсумковий випуск		

2) *спецпроекти*;

3) *інформаційно-аналітичні панелі* (розмовні студії із залученням гостей).

Констатуємо, що упродовж функціонування телемарафону зросла частка телеканалів, які продукують не тільки власний інформаційно-аналітичний контент, а й апелюють до розважальних форматів.

Згідно з інформацією, оприлюдненою на офіційних сайтах телеканалів, за 2022–2025 рр. національний марафон виробив близько 20 000 годин етеру наживо, у межах якого – 60 000 інтерв'ю та прямих включень, 30 000 сюжетів (очевидно йдеться про різні телевізійні жанри, які маркують словом сюжет) (ТСН, 2025).

Отже, за результатами дослідження генези телеканалів, залучених до виробництва телемарафону «Єдині новини», констатуємо, що вони мають різні історичні періоди заснування. Більшість із них формувалися як комерційні або змішані за формою власності медіаструктури. Розвиток телеканалів супроводжувався трансформацією структури власності, програмної політики. Телевізійні канали як суб'єкти інформаційного виробництва марафону, зберігаючи редакційну автентичність (назву програми новин, логотип, студійне оформлення, маркування мікрофонів, впізнавані ведучі), водночас працюють за уніфікованими правилами і нормативно-правовим регулюванням воєнного часу. Розподіл контенту кожного із згаданих суб'єктів телемарафону варіюється залежно від виробничих можливостей.

1.4. Методологія дослідження

У науковому дискурсі методологію розглядають як концептуальний виклад мети, змісту та методів дослідження, які забезпечують отримання систематизованої інформації про процеси та явища. Її функціональне призначення полягає в розробці методів, прийомів та способів здобуття наукових знань, які відображають динамічні процеси та явища; окресленні особливостей реалізації завдань; забезпеченні систематизації наукових термінів та понять; регламентації взаємозв'язків між суб'єктом, об'єктом, предметом та результатами дослідження (Верьовко, Іванов, Різун, 2006).

Спершу окреслимо дефініції термінів «метод» та «науковий підхід». Метод – сукупність прийомів для побудови наукового знання, зокрема валідних спостережень, інтерпретації результатів дослідження та формулювання висновків (Здорова, 2004). Науковий підхід трактуємо як комплекс теоретичних положень, методологічних принципів, які забезпечують системне вивчення предмета дослідження.

Дослідження інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» в контексті жанрово-тематичної парадигми потребує імплементації комплексної методології, що дозволить охопити вектори усіх суб'єктів виробництва телевізійного марафону.

Емпіричну базу дослідження становлять новинні випуски за березень 2022 – грудень 2025 рр. Упродовж зазначеного періоду проаналізовано 2500 матеріалів. Для забезпечення репрезентативності даних використано метод «конструйованого тижня». Формування емпіричного матеріалу відбувалось шляхом відбору шести новинних випусків за два дні упродовж тижня/місяця/року. Запропонований відбір дозволяє охопити тематичну та жанрову характеристику різних часових слотів усіх виробників телемарафону (за винятком нічних і підсумкових випусків).

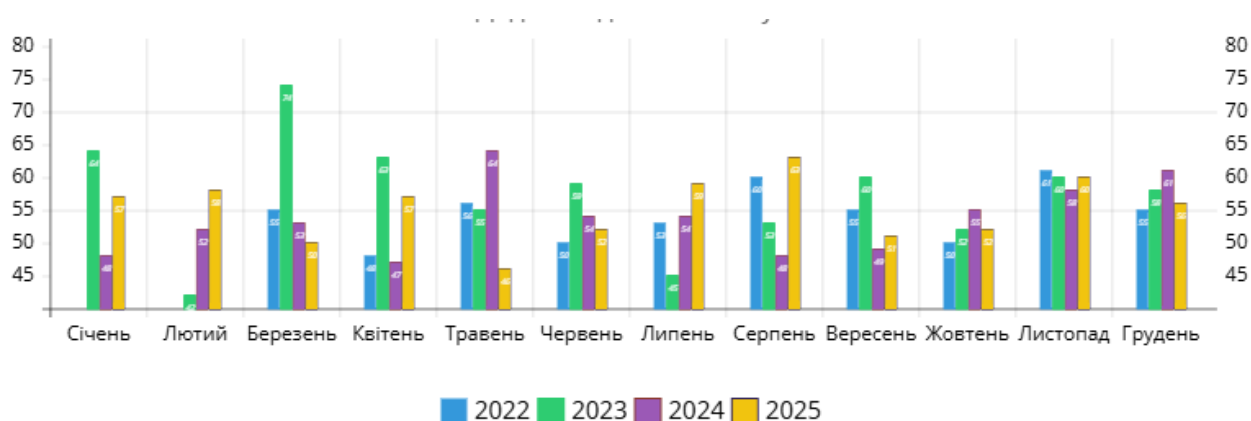


Рис. 1.3. Кількісні показники проаналізованих новинних матеріалів за 2022–2025 рр.

Найбільша кількість проаналізованих новинних матеріалів припадає на листопад 2022 (61), березень 2023 року (74), травень 2024 року (64), серпень 2025 року (63).

У межах дослідження використано низку підходів наукового пізнання. Зокрема, *комплексно-аналітичний підхід* передбачив всебічний аналіз інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» як багатовимірного соціокомунікаційного явища, їх структурно-формальних та змістових особливостей. *Системний підхід* дав можливість визначити стратегію роботи, завдяки якій предмет дослідження розглядається як «упорядкована єдність відносно самостійних частин (підсистем, елементів), кожна з яких виконує певні функції в житті цього предмета» (Конверський, 2010). За допомогою зазначеного підходу досліджено телемарафон як цілісну систему, що складається із взаємопов'язаних структурних та функціональних компонентів, виявлено зв'язки між окремими елементами, зокрема програмною політикою, структурою новинних випусків, жанрово-тематичним наповненням, та проаналізовано їх вплив на формування інформаційного продукту. *Структурний підхід* використано для аналізу верстки інформаційних випусків телемарафону, їх композиційної організації, закономірностей формування новинного порядку денного. *Діалектичний підхід* забезпечив можливість дослідити телемарафон як «явище, що об'єктивно притаманне суспільству на сучасному етапі його розвитку» (Клименко, 2020), скласти про нього об'єктивне та цілісне уявлення, обґрунтувати причинно-наслідкові зв'язки, врахувати позитивні та негативні характеристики. Дослідження здійснено також у межах *ідеографічного (описового) підходу*, який передбачає вивчення «об'єкта аналізу шляхом опису доступних для спостереження його ознак і характеристик» (Різун, Скотникова, с. 16.)

Окрім вищезгаданих підходів, у процесі дослідження використано низку загальнонаукових та спеціальних методів відповідно до предмета аналізу в їх взаємопоеднанні, що дозволяють структурувати матеріал, виявляти внутрішні закономірності та особливості розвитку досліджуваних явищ.

Історико-теоретичний метод використано для вивчення наукової літератури із журналістикознавства, телевізійної журналістики, формування теоретичних засад та поняттєво-термінологічного апарату дослідження, визначення місця телемарафону в системі національного медіапростору.

Дослідження телевізійного мовлення складно уявити без *методу моніторингу*. Цей метод передбачає, зокрема, «тривале спостереження за характеристиками системи («об'єктом моніторингу», «вивчення змін у часі кожної конкретної характеристики» та «прогнозування змін у системі») (Різун, Скотникова, 2006). Моніторинг інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» сприяв отриманню первинної емпіричної інформації, необхідної для подальшого дослідження. Це дало змогу сформувати репрезентативну вибірку, що фіксує тематичне і жанрове різноманіття телевізійних матеріалів, а також виявити закономірності формування новинного порядку денного, який використовують телеканали-виробники телемарафону.

У межах дисертаційного дослідження застосовано *метод спостереження*, який, як зазначає С. Кость, «забезпечує дослідника емпіричною інформацією про об'єкт дослідження» (Кость, 2021). За допомогою зазначеного методу проаналізовано специфіку виробництва новинного контенту, візуально-графічну складову новинного випуску, його композиційну цілісність.

Дескриптивний метод застосовано для характеристики особливостей структурної побудови інформаційних випусків, їхніх композиційних елементів.

Методи аналізу та синтезу сприяють глибшому вивченню питання структурно-композиційної компоненти інформаційних випусків, специфіки побудови новинних повідомлень у них відповідно до принципів верстки.

Порівняльний метод використано для зіставлення різних моделей інформаційних випусків задля визначення їх спільних рис та відмінностей у структурно-змістовій організації.

У дисертаційному дослідженні використано *метод класифікації* для групування новинних матеріалів за проблемно-тематичним спрямуванням та жанрами. Суть методу класифікації, за О. Холодом, «полягає в групуванні предметів дослідження за певними ознаками, визначеними науковцем» (Холод, 2014). У межах дисертаційного дослідження класифікація сприяє систематизації та впорядкуванню жанрово-тематичного поля, забезпечивши можливість структурування 2500 телевізійних матеріалів за певними категоріями.

Окрім цього, метод класифікації уможливив представлення авторських підходів до трактування воєнного телерепортажу та його типологізацію.

Аналіз телевізійної верстки як системи сприяв застосуванню *методу моделювання*, який, як зазначає А. Лопатьєв, досліджує «реальні та абстрактні об'єкти-прототипи на умовних образах, схемах, фізичних об'єктах, що відрізняються від прототипу, але аналогічні йому за будовою чи типом поведінки, із застосуванням методів аналогії, теорії подібності й теорії обробки даних експерименту» (Лопатьєв, 2007). На основі аналізу емпіричного матеріалу запропоновано авторську схему тематично-блокової моделі верстки новин для використання редакційними групами при формуванні порядку денного у ранкових, денних та вечірніх випусках новин.

У науковому дискурсі *метод узагальнення* трактують як комплекс «послідовних дій по зведенню конкретних одиничних фактів в єдине ціле з метою виявлення типових рис і закономірностей, притаманних досліджуваному предмету» (Демешкант, 2015, с. 15). О. Холод у науковій розвідці «Методологія досліджень соціальних комунікацій» відзначає, що «узагальненням називають метод, що передбачає прийом мислення, у результаті якого встановлюють загальні властивості й ознаки об'єктів; операція узагальнення здійснюється як перехід від часткового поняття або думки до загального поняття або думки» (Холод, 2014, с. 103). Використання зазначеного методу дало змогу проаналізувати закономірності формування та функціонування інформаційного контенту періоду збройної агресії РФ проти України, зафіксувавши трансформаційні процеси та домінантні жанрово-тематичні вектори, забезпечити морфологічний розгляд і структурну диференціацію інформаційних випусків та сформулювати висновки на основі отриманих результатів.

Контент-аналіз – ефективний метод при дослідженні зазначеної проблематики. Переглядаючи інформаційні випуски телемарафону «Єдині новини» за період 2022–2025 рр., було здійснено кодування жанрово-тематичного спрямування телевізійних матеріалів. Це дозволило виявити пріоритетні тенденції та закономірності щодо репрезентації виробниками телемарафону ключових

подій дня, систематизації інформаційних потоків. Вивчення емпіричного матеріалу методом контент-аналізу, на думку І. Кирич та Б. Потятинника, є незмінним у процесі опрацювання великих обсягів аудіовізуальної інформації, зокрема під час аналізу записів телерадіомовлення та динамічного контенту (Кирич, Потятинник, 2014, с. 38). «Висока достовірність контент-аналізу ґрунтується на тому, що дослідження дуже мало залежить від суб'єктивних думок того, хто його проводить. Співвідношення якісних і кількісних аспектів у контент-аналізі дозволяє досягти великого ступеня надійності та валідності» (Батаєва, Іванов, Коритнікова, 2018, с. 78). Контент-аналіз забезпечив визначення змістових домінант, жанрової структури й тематичного наповнення інформаційних випусків телемарафону.

Фрейм-аналіз є важливою складовою для розуміння впливу новинного контенту на сприйняття споживачів інформації. Дослідник В. Гемзон зазначає, що «в одному масмедійному повідомленні можуть бути присутні декілька рамок, що є показником різностороннього висвітлення і зменшує ризики цілеспрямованого втручання медійників у доповнення картини світу» (Гемзон, 2019). У дисертації застосовано метод *фрейм-аналізу* задля дослідження специфіки конструювання новинного контенту та визначення домінантних інтерпретаційних рамок, у межах яких виробниками телемарафону подаються суспільно значущі події. Використання цього методу дало змогу виявити смислові акценти в новинних випусках телемарафону.

Важливою складовою дослідження стали результати опитування, проведеного методом анкетування (розсилка Google-форми), під час якого виявлено особливості сприйняття новинного контенту аудиторією та професійною спільнотою журналістів. Анкета передбачала закриті, відкриті та альтернативні запитання. Використання цього методу уможливило отримання емпіричних даних щодо практики споживання новинного контенту телемарафону, рівня довіри до трансльованої інформації, проблемно-тематичних, жанрових домінант матеріалів та уподобань аудиторії, сприйняття стилю подання інформації, оцінки тональності повідомлень та рекомендацій реципієнтів із

вдосконалення якості новинного контенту. Розповсюдження анкети до реципієнта відбувалося в соціальних мережах, що дало змогу залучити для проходження опитування медіаактивних респондентів.

Отже, використання комплексного методологічного підходу забезпечить усебічне вивчення теми, сприятиме розробці практичних рекомендацій для вдосконалення якості новинного контенту телемарафону «Єдині новини».

Висновки до 1 розділу

У першому розділі представлено різні підходи до визначення сутності теленовин. Зазначено, що в науковому дискурсі поняття «телевізійні новини» трактується як основна форма реалізації інформаційної функції телебачення, що полягає в оперативній трансляції актуальної інформації за допомогою специфічних аудіовізуальних засобів. Враховуючи трансформацію медіаформатів, зміни у способах підготовки інформаційного контенту, нами запропоновано авторське уточнення поняття «телевізійні новини»: це аудіовізуальний інформаційний контент про факти, події, явища з домінантним відеорядом, представлений на телебаченні у визначений час для оперативного висвітлення актуальної та суспільно важливої інформації.

Запропоновано авторське визначення поняття «телемарафон». Узагальнюючи результати аналізу наукових джерел, констатуємо відсутність комплексного дослідження функціонування телемарафону «Єдині новини» з урахуванням особливостей телевізійного виробництва усіх його суб'єктів. Однак, на наш погляд, таке дослідження має важливе значення, адже не лише розширює межі сучасного журналістичознавства в контексті телевізійної трансформації та створенні нових форматів інформаційного мовлення, а й окреслює роль телемарафону у формуванні інформаційної політики держави з метою протидії дезінформації та актуалізує нові принципи в медіадіяльності.

Методологічний аспект дисертації полягає в тому, що в ній використано такі наукові підходи, як комплексно-аналітичний, системний, структурний, діалектичний, ідеографічний (описовий). На різних етапах застосовано метод

емпіричного аналізу, історико-теоретичний, моніторингу, спостереження, описовий, синтезу та узагальнення, порівняльний, класифікації, моделювання, функціональний, контент-аналізу, фрейм-аналізу, анкетування. Ефективне використання перелічених методів дало змогу сформулювати методологічну основу дослідження.

РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНІ ВИПУСКИ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ»: ФОРМАЛЬНО-ЗМІСТОВИЙ ВИМІР

2.1. Особливості верстки інформаційних випусків телемарафону

У контексті трансформацій інформаційного мовлення змінюється не лише жанрово-тематичний спектр аудіовізуального контенту, а й підходи до формування порядку денного. Як свідчать телевізійні практики, від принципів верстки залежить не лише цілісність випуску, а й рецепція аудиторією суспільно значущих подій.

Т. Федорів зазначає, що терміном «верстка» переважно описують встановлення порядку важливості тем та подій у новинних програмах. «У практиці теленовин, – зауважує дослідник, – верстка – це попередній ескіз майбутньої інформаційної програми, за яким починає працювати випускова група та журналісти» (Федорів, 2004).

Д. Теленков у статті «Принципова структурна модель верстки як типовий підхід у формуванні випусків теленовин» пропонує авторське визначення моделі верстки теленовин. На його думку, верстка – це «типова сукупність принципів, способів, прийомів, що застосовує випускова група, формуючи випуски теленовин, відповідно до редакційної політики, особливостей глядацької аудиторії, поточної суспільної ситуації, часу виходу в ефір тощо. Як послідовний підхід до організації контенту модель верстки визначає основу порядку денного, інформаційні акценти, тематизує трансльовану картину світу» (Теленков, 2020, с. 80). Науковець наголошує, що структура моделі телевізійної верстки залежить від таких принципів: контекстуальності (національна та світова значущість, баланс внутрішніх та міжнародних новин), аудиторної відповідності (тематика, емоційність, сенсаційність, конфліктність ситуації, послідовність осмислення теми, персоналізованість, елітність, інтерактивність), медіавиробництва (форматність, управління медіааудиторією, зв'язність новинного мовлення, якість продукту, принцип випередження конкурентів) (Теленков, 2025 с. 59).

Д. Теленков пропонує авторську класифікацію моделей телевізійної верстки: ієрархічна, стандартна, соціальна, стресова, змішана.

Детальний аналіз верстки новинних випусків телемарафону здійснюємо за критеріями, які виокремив дослідник Д. Теленков: часові форми новин, принципи відбору тем, форми тематичного структурування подій та явищ, вибір жанрових форм матеріалів, структурно-композиційні прийоми.

Часові форми новин. Зважаючи на безперервність мовлення марафону «Єдині новини», виокремлюємо такі часові форми телевізійних новин:

1) *ранковий випуск* – короткий огляд подій за минулу добу (від 18:00 до 00:00), висвітлення тем поточного дня, що не передбачає детального аналізу: інформаційні повідомлення, інтерв'ю, прямі репортажі, а також попередньо підготовлені репортажі / огляди без прив'язки до часу;

2) *денний випуск* – перші найважливіші події поточного дня із поглибленим аналізом та увагою до деталей: домінантність коротких жанрових форм, репортажі та попередньо підготовлені репортажі/огляди без прив'язки до часу;

3) *вечірній випуск* – загальна характеристика подій дня з детальним аналізом проблем. Передбачає короткі інформаційні форми, репортажі на початку або в середині випуску;

4) *нічний випуск* – огляд найважливіших подій дня, що передбачає повторення телевізійних матеріалів, представлених глядачам у ранкових/денних/вечірніх випусках. Оновлення контенту відбувається за умов надходження актуальної інформації у формі інформаційного повідомлення або прямого репортажу;

5) *підсумковий випуск* – інформаційно-аналітична картина тижня з ґрунтовним аналізом найбільш знакових тем та подій. Передбачає наявність аналітичних оглядів, репортажів та авторських матеріалів. Оперативне оновлення здійснюється за наявності нових подій, на початку випуску глядачам представляють їх у формі інформаційних повідомлень або прямих репортажів.

Принципи відбору тем. За результатами моніторингу основними критеріями відбору тем є суспільна значущість та актуальність події. Новини обираються за важливістю теми як у національному, так і в міжнародному інформаційному просторах, враховуючи пріоритетність подій у контексті суспільно-політичної ситуації в державі та світі.

Форми тематичного структурування подій та явищ. Задля виявлення тенденцій щодо формування новинної верстки різних телевізійних каналів, що здійснюють виробництво контенту для телемарафону «Єдині новини», ми застосували метод порівняльного аналізу однотипних часових зрізів на основі матеріалів за квітень 2022–2025 рр. У дослідженні встановлено, що проаналізовані 22 новинні випуски за квітень 2022 року розпочинаються матеріалами на воєнну тематику, тобто 100 % від загальної вибірки. Такий самий показник зафіксовано за результатами дослідження 18 випусків за квітень 2023, 2024 та 2025 років. Проведений аналіз дозволяє констатувати позиційну пріоритетність воєнної тематики, яка виступає основним тематичним блоком формування новинної верстки в межах телевізійного марафону «Єдині новини».

Спираючись на класифікацію моделей телеверстки Д. Теленкова, можемо стверджувати, що виробники новинних випусків телемарафону орієнтуються на ієрархічну верстку, яка передбачає чергування матеріалів від найважливішого до менш важливого відповідно до редакційного визначення їхньої значущості (Теленков, 2025). Верстка інформаційних випусків ґрунтується на подієво-послідовному принципі, що зумовлює групування новинних матеріалів у межах подібних семантичних полів. З огляду на вищезазначене, можна стверджувати, що структура випусків характеризується поділом на тематичні блоки (раніше – стандартна верстка), але послідовність, кількість, наративність, суспільна вага тематики воєнного та міжнародного блоків рамкують стандартну верстку, надаючи їй ієрархічного обрамлення. У порядку денному домінує воєнна тематика, яка частково інтегрується в інші блоки та визначає логіку структурування новинного контенту. Аналізуючи верстку випусків телемарафону, виділяємо такі типові блоки: воєнна тематика, міжнародна, економічна, соціальна,

культурна, спортивна, релігійна, кримінальна, надзвичайні новини. У структурі інформаційних випусків окремий блок становить прогноз погоди. Доцільно зазначити, що воєнна тематика розміщується також поміж іншими тематичними блоками, якщо суспільна важливість окремих тем є вищою. Проілюструємо чергування тематичних блоків у верстках новинних випусків телеканалів-учасників марафону: *ранковий випуск телеканалу «Рада»* за 18 травня 2022 року: воєнна тематика – 4 матеріали, культурна – 1, воєнна – 2, міжнародна – 2, історична – 1; *вечірній випуск телеканалу «Інтер»* за 12 жовтня 2023 року: воєнна тематика – 5 матеріалів, міжнародна – 2, спортивна – 1; *денний випуск телеканалу «Ми – Україна»* за 3 грудня 2024 року: воєнна тематика – 4 матеріали, міжнародна – 1, воєнна – 1, міжнародна – 3, кримінальна – 1, економічна – 1, соціальна – 1; *ранковий випуск телеканалу «1+1»* за 15 січня 2025 року: воєнна тематика – 1 матеріал, міжнародна – 1, воєнна – 3, міжнародна – 1, політична – 1, соціальна – 1, культурна – 1.

Вибір жанрових форм матеріалів у телевізійній верстці є одним із структурних елементів організації новинного випуску, що визначає спосіб подання інформації, рівень її аналітичності та характер впливу на аудиторію. Аналізуючи жанрову компоненту в телеверстках, зазначаємо, що в інформаційних випусках пріоритетними є інформаційні повідомлення та репортажі. Наприклад, *денний випуск «Суспільного мовлення»* за 13 липня 2023 року включає 7 інформаційних повідомлень та 8 репортажів; *денний випуск телеканалу «Ми – Україна»* за 24 травня 2024 року – 11 інформаційних повідомлень, 2 репортажі; *вечірній випуск «1+1»* за 21 листопада 2025 року – 4 інформаційні повідомлення, 3 репортажі, 1 огляд.

Для аналізу обрано два варіанти версток чотирьох різних телеканалів (ранковий, денний і вечірній слоти), що репрезентують типові підходи до формування верстки новинного випуску, враховуючи використання жанрів, тематичне наповнення та пріоритетність розміщення матеріалів.

Проаналізуємо верстку інформаційного випуску телеканалу «Інтер» за 7 березня 2022 року (Додаток А). В аналізованому новинному випуску містяться 16 матеріалів.

За результатами моніторингу констатуємо, що верстка характеризується нечітким поділом на блоки, адже кожна новина містить воєнний наратив, теми перетинаються, таким чином тенденція до слабкої сегментації зберігається, внаслідок чого тематичний вектор матеріалів повторюється упродовж усього новинного випуску, що тривав 15 хвилин. Найбільш представленими за кількісними показниками і тематичним спрямуванням є два блоки: 1) висвітлення воєнних подій в Україні – матеріали про звільнення населених пунктів, обстріли Харкова та спроби врятувати жителів Маріуполя; 2) міжнародний контекст із метою сформувати уявлення про російсько-українську війну як багатовимірний процес, що охоплює безпекові, соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри: від'їзд з України місії ОБСЄ через безпекову ситуацію, переговори з Росією щодо дипломатичного вирішення війни, реакція НАТО на вимогу «закрити небо над Україною» через російські повітряні удари, судові процеси через російську агресію.

Аналіз жанрової структури випуску демонструє орієнтацію на короткі інформаційні повідомлення, що виправдано для ранкового періоду доби та швидкої зміни ситуації як в безпековому, так і суспільно-політичному спрямуваннях. Доцільність такого підходу зумовлена потребою в динамічності випуску та охопленні ширшого тематичного спектра, водночас причинно-наслідкові зв'язки в коротких інформаційних формах поступаються репортажним матеріалам або інтерв'ю (цю роль у телемарафоні замість новинних випусків виконують розмовні студії або тижневики). Отже, в аналізованому випуску домінують національні новини на воєнну тематику (50 %), міжнародні становлять 43%. Жанрова палітра матеріалів є обмеженою, не відзначається належним рівнем різноманітності. У структурі новинного випуску переважають такі жанри як, інформаційні повідомлення (87,5 %), доповнені відеорядом або офіційним коментарем, та репортажі (12,5 %).

У ранковому випуску телеканалу «1+1» за 10 квітня 2024 року представлено 6 матеріалів (таблиця 2.1). Верстка новинного випуску поділена за блоками не чітко, адже перший, другий і четвертий матеріали стосуються перебігу російсько-української війни, а третій – законодавчого регулювання мобілізаційного процесу і за тематичним спрямуванням належать до політичної тематики. Найпоширенішим жанром є інформаційне повідомлення (4 із 6 матеріалів).

Таблиця 2.1. Телевізійна верстка новин каналу «1+1» за 10.04.2024 р. (ранковий випуск)

<i>Номер матеріалу у верстці</i>	<i>Назва матеріалу</i>	<i>Тематичне спрямування</i>	<i>Жанрові форми матеріалів</i>	<i>Часові форми теленовин</i>
1	«Вночі росіяни атакували Україну»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
2	«Про ситуацію на фронті розповідає речник Генерального штабу Збройних сил України»	Хід бойових дій (воєнна тематика)	Інтерв'ю	Ранковий випуск
3	«Демобілізація в Україні відтермінується»	Зміни в мобілізаційному законодавстві (політична тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
4	«Ворожі атаки біля Бахмута не припиняються»	Хід бойових дій (воєнна тематика)	Репортаж	Ранковий випуск
5	«Над Європою нависає війна»	Заяви світових посадовців (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
6	«Міністр закордонних справ Великої Британії Давід Кемерон у Сполучених Штатах»	Візити світових лідерів (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск

У денному випуску телеканалу «Ми – Україна» за 21 лютого 2025 року представлено 9 телевізійних матеріалів (табл. 2.2). Вони охоплюють воєнну, міжнародну та кримінальну тематики. Верстка за блоками поділена нечітко. Воєнна тематика чергується з міжнародною упродовж усього випуску. Жанрова палітра характеризується домінантністю інформаційного повідомлення.

Таблиця 2.2. Телевізійна верстка новин каналу «Ми – Україна» за 21.02.2025 р. (денний випуск)

Номер матеріалу у верстці	Назва матеріалу	Тематичне спрямування	Жанрові форми матеріалів	Часові форми теленовин
1	«У Куп'янську окупанти дроном поцілили у службовий автомобіль»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
2	«Важкою видалася доба для жителів Донеччини»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
3	«У США не підтвердили припинення постачання Україні зброї»	Допомога Україні від партнерів (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
4	«Російські бази в Криму атаковано»	Хід бойових дій (воєнна тематика)	Огляд	Денний випуск
5	«Коли відбудеться зустріч Трампа і Путіна?»	Дипломатичні спроби закінчення війни (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
6	«Росія продовжує комбіновані атаки»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
7	«РФ вдарила по Херсону»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
8	«Рятувальники призупинили гасіння осередків на Чорнобильській АЕС»	Ситуація на АЕС, ядерна безпека (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
9	«Готували серію терактів»	Злочини проти державності (кримінальна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск

Проаналізуємо особливості верстки інформаційного випуску телеканалу «Рада» за 16 квітня 2025 року (Додаток Б). Випуск включає 11 матеріалів, 82% із них становлять інформаційні повідомлення на воєнну та міжнародну тематики. Ці два тематичних блоки становлять основу верстки, порушуючи такі теми, як обстріли армією РФ цивільного населення, розвиток оборонно-промислового комплексу, підтримка України з боку міжнародних партнерів тощо. Через недостатню представленість у вечірньому випуску репортажів, інтерв'ю та оглядів фокус окремих тем розкритий поверхнево: з найсвіжішими оновленнями, але без достатнього аналізу. Наприклад, тема посилення економічного тиску

США на Китай, на наш погляд, становила б більшу цінність у структурі новинного випуску, якби була представлена в жанрі огляду або інтерв'ю з чітким поясненням зародження цього протистояння, його небезпеки. Побудова випусків за тематичними блоками логічна, з чітким розмежуванням географічної прив'язки та масштабу порушеної проблематики.

Формати даних. Характерно, що візуальним форматом даних у новинних випусках телеканалів, що здійснюють виробництво марафону «Єдині новини», виступають як статичні (фото, карти), так і рухомі зображення (аматорські відео).

Використання фото пояснюється обмеженою доступністю знімальних груп у перші хвилини / години подій до місця їх безпосереднього перебігу. Наприклад, у ранковому випуску телеканалу «Інтер» (13.04.2023) висвітлюються наслідки обстрілу російською армією населених пунктів Харківщини, відеорядом слугують світлини з місця події, відзняті правоохоронцями. У згаданому випуску під час прямого ввімкнення кореспондентки із Сумщини дані подано у форматі фотографій з місцевих медіа, які демонструють масштаби російських ударів по прикордонних громадах.

Карти – елемент формату даних, який часто використовують новинні служби. Вони допомагають візуалізувати дані та динаміку регулярних подій. Наприклад, в інформаційному повідомленні телеканалу «ICTV» (10.01.2024) йдеться про те, що росіяни спробують створити буферну зону на Харківщині. Глядачам продемонстровано карту Белгородської та Харківської областей, зобразивши чинну лінію державного кордону та 15-ти кілометрову потенційну буферну зону. В інформаційному повідомленні «70 бойових зіткнень відбулося протягом цієї доби» телеканалу «Рада» (16.04.2025) представлено картографічне зображення населених пунктів Лисівки та Успенівки, в районах яких російська армія проводила найбільше штурмів.

Графіки виконують інформаційно-аналітичну функцію, ілюструючи статистичні дані (наприклад, щодо надання військової чи гуманітарної допомоги різних країн, втрат армії РФ), динаміку воєнних подій тощо.

Аматорське відео дозволяє зафіксувати події в реальному часі. Для нього характерна ексклюзивність, емоційне навантаження та відсутність постановочних планів. Наприклад, у денному випуску телеканалу «1+1» (02.05.2022) аматорські відео із соцмереж використано у трьох матеріалах («Житомир оговтується після нічного бомбардування», «У Харкові фактично лунають постійні обстріли», «Кадри, які облетіли весь світ, кадри попадання у телевежу»), у яких висвітлено обстріли армією РФ Житомирщини, атаки на Харків та удари по телевежі в Києві.

Прийоми верстки. За результатами дослідження виокремлюємо такі структурно-композиційні прийоми верстки інформаційних випусків телемарафону: *усне повідомлення* – озвучення тексту без візуального супроводу, але з додаванням коментаря («Вночі росіяни вдарили по Слов'янську та Святогірську на Донеччині, «Суспільне», 24.02.2023; «10 разів вночі ворог вдарив по Нікопольському району», «Суспільне», 24.02.2023; «Одна людина загинула, двоє поранені внаслідок обстрілів росіянами Херсонщини минулої доби», «Інтер», 13.04.2023; «Мушу сказати про тривогу, вона оголошена у Запорізькій області», «Ми – Україна», 13.07.2023); *студія + СНХ* – повідомлення у студії із коментарями експертів або учасників подій («На фронті з'являються нові гарячі точки», «Інтер», 06.03.2023; «Учора ж, нагадаю, Володимир Зеленський був у Литві», «Суспільне», 11.01.2024; «Україна вже дуже скоро отримає рішення по F-16, «Рада», 10.07.2024); *БЗ* – текст ведучого супроводжується відеорядом, що ілюструє подію («Гуманітарних коридорів на сьогодні не відкрили: у Запорізькій області окупанти заблокували евакуаційні автобуси», «Україна 24», 13.04.2022; «39 ракетних ударів та стільки ж авіаційних завдала Росія по території України», «ІСТV» та «СТБ», 19.05.2023; «До 32 зросла кількість потерпілих внаслідок удару по Кривому Рогу», «1+1», 22.11.2024); *БЗ + СНХ* – підводка та відеосупровід, що доповнені синхронном («На території деокупованої Харківщини правоохоронці вже знайшли щонайменше 10 катівень, у яких рашисти допитували і знущалися над місцевими жителями», «1+1», 17.09.2022; «Російська авіація завдала нищівного удару по центральному району Херсона», «ІСТV» та «СТБ», 16.04.2025; «Уряд ухвалив рішення про надання компенсацій за знищене житло,

яке перебуває на тимчасово окупованій території», «Рада», 22.11.2025); «Life, no comments» (відео з інтершумом без коментарів) – створює ефект присутності та документальності («У Куп'янську люди вийшли проти російських військових та техніки», «Рада», 01.03.2022; «Черговий приклад української стійкості та відваги показали жителі одного із сіл Луганщини», «Інтер», 04.03.2022; «Палав і врешті пішов на дно», «ICTV» та «СТБ», 23.08.2024); шпигель (новинний анонс) – окреслює ключові теми випуску: у ранкових, денних та вечірніх випусках телемарафону не представлено (натомість є постійною складовою підсумкових денних випусків, наприклад, «Інтер», 12.06.2025); шапка (заставка) – маркує програму, формує її ідентичність; відбивка – розмежовує тематичні блоки та забезпечує плавні переходи між сюжетами; передавання слова – забезпечує логічний перехід між структурними одиницями випуску; рекламна пауза – розмежовує інформаційний потік.

Узагальнення отриманих результатів дає змогу здійснити порівняльний аналіз верстки інформаційних випусків телеканалів-учасників телемарафону «Єдині новини» (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3. Порівняльний аналіз верстки інформаційних випусків телеканалів – учасників марафону «Єдині новини»

Теле-канал	«Інтер»	«Ми – Україна»	«Суспільне мовлення»	«ICTV» та «СТБ»	«1+1»	«Рада»
Дата випуску	11.07.2024	04.03.2025	05.03.2024	01.09.2025	25.02.2023	12.04.2023
Кількість матеріалів	15	9	15	6	8	9
Тематика	Воєнна, соціальна, міжнародна	Воєнна, міжнародна, політична	Воєнна, міжнародна, кримінальна, соціальна, освітня	Кримінальна, воєнна, освітня, культурна	Воєнна, міжнародна	Воєнна, міжнародна, політична
Жанри, їх кількість	14 інформаційних повідомлень, 1 репортаж	7 інформаційних повідомлень, 1 репортаж, 1 огляд	9 інформаційних повідомлень, 6 репортажів	4 інформаційні повідомлення, 2 репортажі	3 інформаційні повідомлення, 3 огляди, 3 репортажі	8 інформаційних повідомлень, 1 репортаж
Формати даних	Аматорські фотографії,	Карти, графіка	Графіка, аматорські	Аматорські фотографії,	Аматорські фотографії,	Відео, карти,

	графіка		кадри, архівне відео	архівні кадри	відео правоохо- ронців, графіка, архівні кадри	динамічне відео
Часові форми теленовин	Денний	Вечірній	Вечірній	Вечірній	Денний	Ранковий
Структурно- композицій- ні прийоми	БЗ, студія + СНХ, БЗ+СНХ, передавання слова ведучим аналітичної студії, відбивки	БЗ, студія + СНХ, відбивки, передавання слова ведучим аналітичної студії	БЗ, відбивки, передавання слова ведучим аналітичної студії	БЗ, студія + СНХ, відбивки	БЗ, відбивки, переда- вання слова ведучим аналітич-ної студії	Усне повідом- лення, БЗ, студія + СНХ, відбивки, переда- вання слова ведучим аналітичної студії

Представлена порівняльна таблиця демонструє спільні інтегруючі чинники (тематику, рівень жанрової різноманітності, часові форми новин, структурно-композиційні прийоми), що визначають цілісність новинних випусків. Домінантним жанром виступає інформаційне повідомлення, яке реалізується у різних формах подання – від усного повідомлення ведучого до матеріалів, доповнених відеорядом та коментарями. Важливо, що в ефірах двох телеканалів («Перший канал Суспільного мовлення» та «Ми – Україна») наявний переклад жестовою мовою. Сурдопереклад, на нашу думку, забезпечує громадянам із порушеннями слуху можливість реалізації права на доступ до інформації на рівні з іншими споживачами контенту. У верстках випусків застосовуються такі композиційно-структурні прийоми, як БЗ, БЗ+СНХ, студія+СНХ, відбивки та передавання слова ведучим аналітичних студій.

За результатами дослідження структуру інформаційних випусків можна представити так:

Ранковий випуск «Суспільного мовлення» («Першого каналу») (20.05.2023).
Заставка телемарафону «Єдині новини» → привітання ведучої Майї Підгородецької → підведення до репортажу про атаку на Київ (сюжет) → інформаційне повідомлення про загибель людей через атаку РФ на Херсонщині (усне повідомлення) → інформаційне повідомлення про вибухи у Маріуполі (БЗ,

що супроводжується аматорським відео) → інформаційне повідомлення про загибель людей в Часовому Яру (усне повідомлення) → інформаційне повідомлення про те, що РФ стягує резерви у Бахмут (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про загибель літнього чоловіка на Харківщині (усне повідомлення) → інформаційне повідомлення про втрати армії РФ за добу (БЗ, що супроводжується графікою) → інформаційне повідомлення про обрання запобіжного заходу експрезиденту «Мотор Січ» (БЗ, що супроводжується архівними кадрами) → підведення до репортажу про саміт «Великої сімки» за участі Президента України Володимира Зеленського (сюжет) → підведення до репортажу про програму «Є-відновлення» (сюжет) → прощання ведучої Майї Підгородецької → кінцева відбивка. Ранковий випуск включає 10 матеріалів. Середня тривалість репортажів становить до 2,5 хвилин, а інформаційних повідомлень – 30-50 секунд.

Вечірній випуск телеканалів «ICTV» та «СТБ» (10.07.2023). Заставка телемарафону «Єдині новини» → вітання ведучої Юлії Сенік → інформаційне повідомлення про збільшення кількості загиблих в Оріхові через атаку РФ (студія, що супроводжується відеорядом + СНХ) → інформаційне повідомлення про атаку по Миколаєву (БЗ з відеорядом) → інформаційне повідомлення про зростання кількості загиблих через падіння даху на одній із електростанцій на Донеччині (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про те, що окупанти в Бахмуті опинилися в пастці (студія, що супроводжується відеорядом + СНХ) → підведення до репортажу про діяльність волонтерської школи аеророзвідки у Дніпрі (сюжет) → інформаційне повідомлення про участь В. Зеленського у саміті НАТО (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про те, що більшість українців прагнуть вступу до ЄС та НАТО (БЗ, що супроводжується асоціативним відеорядом) → інформаційне повідомлення про викриття СБУ інформатора російських спецслужб (БЗ, що супроводжується відеорядом, змонтованим із світлин та архівних відео) → підведення до репортажу на медичну тематику про порятунок Антоніни, якій пересадили нирку (сюжет) → прощання ведучої Юлії Сенік → кінцева відбивка.

До структури новинного випуску входить 9 матеріалів. Тривалість інформаційних повідомлень варіюється від 50 секунд до 1,5 хвилини, а сюжетів – 3 хвилини.

Ранковий випуск телеканалу «Рада» (15.04.2024). Заставка телемарафону «Єдині новини» → вітання ведучого Андрія Сініцина → інформаційне повідомлення про зростання кількості постраждалих у Дніпрі (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про загиблу через атаку по Запорізькій області (усне БЗ) → інформаційне повідомлення про втрати російської армії (БЗ, що супроводжується графікою) → підведення до репортажу із Бахмутського напрямку, де «окупанти намагаються пробити укріплення Сил оборони» (сюжет) → інформаційне повідомлення про можливі провокації армії РФ на ЗАЕС (БЗ, що супроводжується архівним відеорядом) → інформаційне повідомлення про звернення Президента України (усне БЗ + СНХ) → прощання ведучого Андрія Сініцина → кінцева відбивка. У межах ранкового новинного випуску представлено 6 матеріалів. Тривалість інформаційних повідомлень становить до 1 хвилини, а сюжетів – 3 хвилин.

Ранковий випуск телеканалу «Ми – Україна» (12.06.2025). Заставка телемарафону «Єдині новини» → привітання ведучої Марини Кухар → інформаційне повідомлення про атаку на Харків (БЗ, що супроводжується відео) → інформаційне повідомлення про атаку по Одещині (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про те, що РФ атакує Нікопольський район на Дніпропетровщині (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційні повідомлення про втрати РФ (відеоряд, що супроводжується графікою) → інформаційне повідомлення про інтерв'ю Зеленського західній пресі (студія + СНХ на основі цитати) → інформаційне повідомлення про зведення Генерального штабу ЗСУ за добу (БЗ, що супроводжується відеорядом) → підведення до репортажу, як працюють сапери на кордоні з Росією (сюжет) → інформаційне повідомлення про те, скільки Повітряні сили збили дронів РФ (БЗ, що супроводжується графікою) → інформаційне повідомлення про вибух на російському заводі (БЗ, що супроводжується аматорськими кадрами) → підведення до репортажу «У Вінниці відкрили футбольне поле у пам'ять про

бойового медика» → прощання ведучої Марини Кухар → заставка телемарафону «Єдині новини». Загалом ранковий новинний випуск містить 10 матеріалів. Тривалість інформаційних повідомлень варіюється від 30 секунд до 1 хвилини, а репортажів – від 2 до 4 хвилин.

Денний випуск телеканалу «Інтер» (23.10.2025). Заставка телемарафону «Єдині новини» → привітання ведучого Олександра Просяника → інформаційне повідомлення про вбивство росіянами журналістів на Донеччині (БЗ, що супроводжується відеорядом зі світлин) → відбивка без звуку → інформаційне повідомлення про участь В. Зеленського в засіданні Європейської Ради (студія, що супроводжується відеорядом + 2 СНХ) → інформаційне повідомлення про кількість постраждалих внаслідок обстрілу Києва (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про обстріл Сум (БЗ, що супроводжується відеорядом, змонтованим зі світлин) → інформаційне повідомлення про обстріл Чернігівщини (БЗ, що супроводжується відеорядом, змонтованим зі світлин) → інформаційне повідомлення про загиблих у Херсоні внаслідок обстрілу (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про атаку по одному із сіл на Запоріжжі (БЗ, що супроводжується відеорядом, змонтованим зі світлин) → інформаційне повідомлення про відновлення живлення на ЗАЕС (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про те, що на Харківщині загинув рятувальник (БЗ, що супроводжується відеорядом, змонтованим зі світлин) → інформація про ворожі удари по Харківщині (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про кількість знищених дронів за добу (БЗ, що супроводжується відеорядом, змонтованим із скринів повідомлення Повітряних сил) → інформаційне повідомлення про те, що Олена Зеленська відвідала клініку у Норвегії, де лікують поранених бійців з України (БЗ, що супроводжується відеорядом) → інформаційне повідомлення про дрони, які атакували російські області (БЗ, що супроводжується відеорядом на основі аматорського відео із телеграм-каналів) → інформаційне повідомлення про запровадження США санкцій проти двох компаній із Росії (студія, що супроводжується відеорядом +

СНХ) → інформаційне повідомлення про те, що ЄС затвердив 19 пакет санкцій проти Росії (БЗ, що супроводжується відеорядом) → прощання ведучого Олександра Присяника (передача слова ведучій аналітичній студії). Загалом до структури денного новинного випуску входять 15 матеріалів. Середня тривалість інформаційних повідомлень становить від 30 секунд до 1,5 хвилини.

На основі аналізу інформаційних випусків телемарафону пропонуємо алгоритм формування порядку денного: акумулювання інформаційних потоків → відбір тем на основі пріоритетності → первинна селекція матеріалів за критеріями актуальності, релевантності, достовірності, суспільної значущості та резонансу → тематичне структурування матеріалів з урахуванням змістової спорідненості, характеру подій → визначення способу подання інформації, вибір жанрових форм → редакційна обробка матеріалів → монтаж → фінальна верстка → етер.

З огляду на суспільно-політичні трансформації в державі, результати яких відображаються у діяльності комунікаційних ретрансляторів, якими виступають телеканали, що здійснюють виробництво марафону «Єдині новини», пропонуємо авторську схему тематично-блокової моделі верстки новин (рис. 2.1), яку, на наш погляд, можуть використовувати редакційні групи під час формування порядку денного ранкових, денних та вечірніх випусків (до уваги не беремо підсумкові випуски).

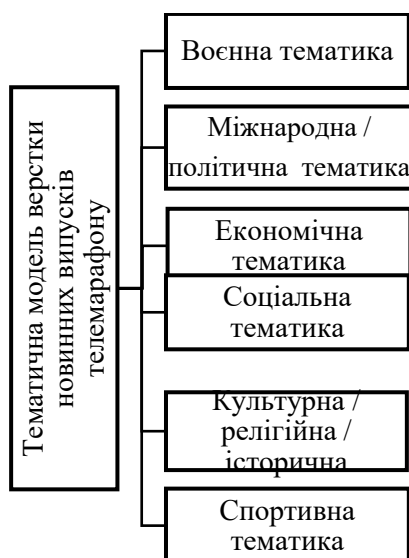


Рис. 2.1. Тематична модель верстки новинних випусків телемарафону «Єдині новини»

Вважаємо, що запропонована тематична модель верстки новинних випусків передбачає комплексне охоплення основних тематичних спрямувань порядку денного, а також чітке структурування матеріалів відповідно до суспільної значущості та подієвості з огляду на інтенсивність бойових дій та міжнародні події. У процесі формування інформаційної картини дня орієнтація на запропоновану модель верстки, на наш погляд, є логічним відображенням суспільно-політичної ситуації воєнного часу та уніфікованим підходом до задоволення інформаційних потреб глядача.

Отже, цілісність програмного інформаційного продукту на телебаченні вимагає чіткої упорядкованості матеріалів за тематичним спрямуванням, відповідно до тривалості матеріалів та їхньої суспільної ваги. У межах підрозділу досліджено тематичну та жанрову палітру телеканалів-виробників контенту для телемарафону в різні часові проміжки, структурно-композиційні прийоми верстки інформаційних випусків. Проведено порівняльний аналіз між різними телеканалами за згаданими критеріями, результати якого подано в таблиці.

З'ясовано, що верстка інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» є ієрархічною, тобто передбачає чергування телевізійних матеріалів від найважливішого до менш важливого. Враховуючи проведений аналіз, запропоновано авторську тематичну модель верстки.

2.2. Тематичні домінанти новинного контенту

Досліджуючи тематичні вектори новинних випусків телемарафону «Єдині новини», доцільно зазначити, що метою створення такого формату було «донесення правди про війну, забезпечення єдиної інформаційної політики в період дії в Україні правового режиму воєнного стану» («Про рішення Ради національної безпеки й оборони України», 2022). З огляду на це тематичне наповнення інформаційних випусків телемарафону корелюється з ключовими подіями повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Аналіз тематичної структури інформаційних випусків дає змогу простежити особливості формування порядку денного, визначити домінантні теми та проаналізувати співвідношення воєнної проблематики з іншими тематичними напрямками висвітлення суспільно значущих подій.

На основі аналізу контенту новинних випусків телемарафону «Єдині новини» за березень 2022 – грудень 2025 рр. виокремлено такі тематичні групи: воєнна, політична, соціальна, економічна, міжнародна, кримінальна, надзвичайні новини, культурна, історична, релігійна, спортивна. Найбільшу частку новинних випусків телемарафону становлять матеріали на воєнну (54%) та міжнародну тематики (21%) (рис. 2.2).

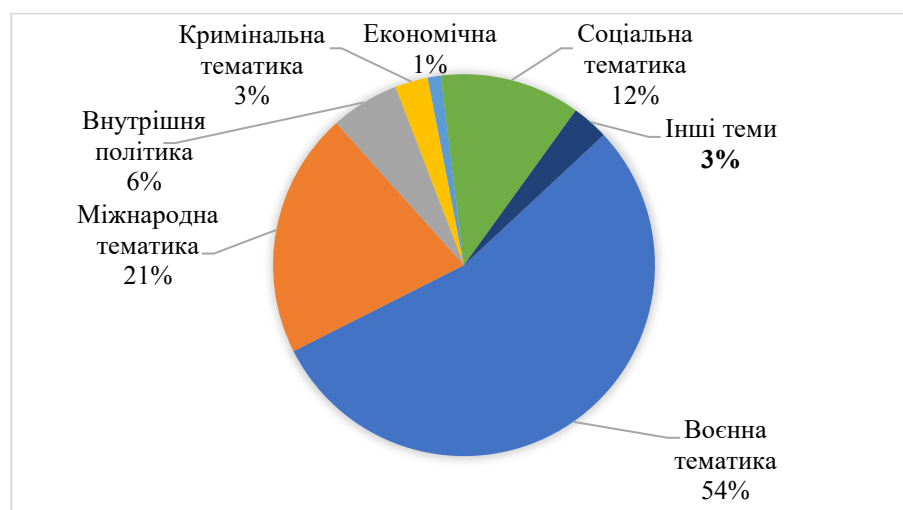


Рис. 2.2. Відсотковий розподіл тематичного наповнення інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» (2022–2025 рр.)

Воєнна тематика займає чільне місце в ефірному наповненні новинних випусків телемарафону. За результатами моніторингу виокремлюємо такі проблемно-тематичні групи матеріалів про російсько-українську війну:

Хід бойових дій / ситуація на фронті. У новинних випусках транслюються зведення Генерального штабу ЗСУ та повідомлення від інших офіційних джерел інформації, висвітлюються бойові дії на різних напрямках фронту. Тематична група охоплює такі матеріали: «У Маріуполі критична ситуація», «Рада», 07.03.2022; «На світанку на Керченському мосту в окупованому Криму стався потужний вибух», «ІСТV» та «СТБ», 08.10.2022; «На Донбасі, зокрема на лінії Сватово-Креміна, українські захисники перехопили ініціативу», «Ми – Україна»,

06.12.2022; «У Бахмуті зберігається важка ситуація. Ворог у притул підійшов до міста, тому обстріли стали частішими», «Рада», 25.02.2023; «Обстановка на фронті», «ICTV» та «СТБ», 24.05.2024; «Попри важкі бої на Курахівському напрямку, росіяни паралельно кидають свої резерви і на сусідній Покровський», «ICTV» та «СТБ», 22.11.2024; «За даними карти Deep State росіяни окупували Янтарне на Донеччині», «ICTV» та «СТБ», 15.01.2025; «Усі види озброєння застосовують росіяни для ударів по Донеччині», «1+1», 01.09.2025.

Зазначена тема знаходить відображення в матеріалі «112 бойових зіткнень» («Ми – Україна», 17.07.2025): «112 бойових зіткнень відбулося на фронті за минулу добу, – звітує Генштаб. Майже половина з них на Донеччині. На Покровському напрямку окупанти 36 разів намагалися просунутися на позиції українських підрозділів» («Ми – Україна», 2025). Наведений фрагмент демонструє оперативне воєнне зведення за добу. Посилання на джерело додає інформації легітимності. Використання топонімів сприяє закріпленню в уяві глядачів основних точок фронту, тоді як їхнє географічне розташування візуалізується за допомогою карт (рис. 2.2). Текст відзначається лаконічністю, із високим рівнем фактологічної насиченості, виконує, крім інформативної, психологічно-стабілізаційну функцію, оскільки зображує найчастіше динаміку боїв, часто без конкретизації втрат із боку української армії.



Рис. 2.3. Скриншот візуалізації фронтових зведень у новинному випуску

У новинному випуску «ICTV» та «СТБ» (19.05.2023) глядачам представили репортаж про те, як «російські військові на Бахмутському напрямку всіляко намагаються завадити наступу ЗСУ» («ICTV», «СТБ», 2023). Як заявлено у

підведенні, попри перевагу в особовому складі, армія РФ зазнає поразки. Автор репортажу Олег Корнієнко розпочав розповідь з опису принципів роботи української артилерії. Для створення ефекту присутності закадровий текст та синхрони доповнюються «живими» звуками військової техніки (інтершумами). «Майже півтори року тому Ігор і не уявляв, що буде артилеристом, жодного відношення до військової справи не мав. Тепер же він один із тих, хто щодня дарує росіянам «гвоздики», точніше з них випускає по окупантам снаряди», – відзначає автор матеріалу» («ICTV», «СТБ», 2023). Апелюючи до цивільного минулого персонажа, воєнкор репрезентує його як героя-захисника держави. У тексті простежується емоційно-позитивна тональність, що зумовлює формування емоційної близькості між військовими та аудиторією. «На світанку артилеристи вдарили по ворожій піхоті та планували маленькими групами прорвати лінію оборони», – зазначає автор, демонструючи успіхи українських військових («ICTV», «СТБ», 2023).

Удари по об'єктах цивільної та критичної інфраструктури України. Тематична група представляє матеріали, що висвітлюють удари армії РФ по об'єктах інфраструктури: «Двоє загиблих та четверо поранених. Росіяни зранку масовоно ударили по Херсону», «Ми – Україна», 05.12.2023; «Про влучання на Львівщині в об'єкти енергетики повідомив очільник області Максим Козицький», «Ми – Україна», 11.04.2024; «Троє рятувальників поранено під час ворожої атаки на Степногірськ Запорізької області: окупанти вдарили по селищу артилерією», «Рада», 24.08.2024; «Троє людей загинуло, восьмеро поранено у Херсоні», «1+1», 15.10.2025; «У Тернополі тривають рятувально-пошукові роботи», «ICTV» та «СТБ», 21.11.2025.

Наслідки влучань, стан постраждалих, реакція представників органів державної влади – усе це у фокусі уваги телевізійних груп, що працюють на місцях подій. У новинному випуску телеканалу «1+1» (10.04.2024) подається інформація про масовану атаку в різних регіонах України: «Вночі росіяни атакували Україну 17-ма безпілотниками. Сили ППО знищили 14 із них. В Одесі є влучання у приватну оселю та інфраструктурний об'єкт. У Харкові, де окупанти

вдарили напередодні, четверо поранених, двоє з них госпіталізовані. Ціллю ворога стало цивільне підприємство. Двома дронами-камікадзе окупанти вдарили вночі по Нікополю на Дніпропетровщині. Побито амбулаторію. З артилерії росіяни вгнали також по двох сусідніх громадах» («1+1», 2024). Зазначений фрагмент матеріалу є прикладом оперативного інформаційного повідомлення, представленого аудиторії в ранковому випуску новин, що містить достатню кількість фактологічних даних щодо наслідків атаки. Однак у тексті не наведено посилань на офіційні джерела. Повідомлення доповнюється відеорядом зі світлин. У матеріалі простежується мобілізаційно-емоційна риторика.

Ядерна безпека України в умовах війни. Матеріали цієї тематичної групи спрямовані на інформування аудиторії про ситуацію з ядерною безпекою в умовах окупації Запорізької АЕС. Це один із найскладніших сегментів воєнного дискурсу аналізованого періоду, адже масштаб теми стосується не окремого географічного регіону, а безпеки всього світу. До цієї групи відносяться матеріали про фізичне та адміністративне захоплення російськими військовими ЗАЕС, участь російської державної атомної корпорації «Росатом» в її управлінні, обстріли поблизу ядерних об'єктів, технічний стан АЕС, систематичні катування та переслідування працівників станції, візити МАГАТЕ, реакції міжнародних посадовців, ядерний тероризм із боку РФ, прогнози щодо ескалації ядерного протистояння, повернення Україні статусу ядерної держави, переміщення ядерної зброї Росії. Тематична група представлена такими матеріалами: «Росія може використати ядерну зброю», «Україна 24», 18.04.2022; «ЗАЕС через обстріли окупантів знову повністю знеструмлена», «ICTV» та «СТБ», 08.10.2022; «Запорізька АЕС опинилася на межі блекауту внаслідок російського обстрілу», «Ми – Україна», 23.08.2024; «Російська крилата ракета із ядерним двигуном розташована у Волгоградській області», «Інтер», 03.09.2024.

У новинних випусках відстежуємо наративи, що ризики ядерної катастрофи на ЗАЕС залишаються реальними та демонструють порушення РФ міжнародних норм ядерної безпеки. Прикладом може слугувати інформаційне повідомлення в новинному випуску телеканалу «Інтер» (14.03.2022): «Російські військові

підірвали міни просто біля енергоблоку Запорізької АЕС, – про це повідомили в «Енергоатомі». Окупанти в такий спосіб вирішили знищити боеприпаси, які не розірвалися під час бойових дій. За даними відомства, загарбники й далі планують підривати міни на найбільшому ядерному об'єкті Європи. Чи змінився радіаційний фон на території АСЕ наразі не відомо» («Інтер», 2022). Вжите ведучою словосполучення «найбільший ядерний об'єкт Європи» розширює контекст проблеми до глобального рівня. Відсутність офіційних даних про стан радіаційного фону може формувати в аудиторії підвищений рівень тривожності щодо можливої ядерної загрози. Через наративну модель «екзистенційної загрози, спричиненої діями РФ» простежується апелювання до української та міжнародної аудиторії із закликом до мобілізації зусиль для протидії воєнним злочинам РФ.

Мобілізація військовозобов'язаних. Тематична група охоплює матеріали, у яких висвітлюються організаційно-правові особливості мобілізації в Україні. У матеріалах актуалізуються законодавчі рішення та юридичні аспекти мобілізаційного процесу, порушуються питання ухилення громадян від виконання конституційного обов'язку із захисту держави. Тематична група представлена такими матеріалами: «Нового етапу мобілізації не планується. Військо укомплектоване», «Інтер», 03.05.2022; «Мобілізаційний план не завершений», «ІСТV» та «СТБ», 06.03.2023; «Народні депутати ухвалили закон про мобілізацію», «Суспільне», 11.04.2024; «Уряд оприлюднив новий порядок бронювання від мобілізації», «Ми – Україна», 23.11.2024; «Безперервна відстрочка або тепер роботодавці можуть оформлювати бронювання без потреби чекати 72 години», «1+1», 15.01.2025.

У мобілізаційному дискурсі телемарафону простежуємо часте вживання терміну «ухилянт», що зумовило його легітимізацію. Він став поширеним у щоденному вжитку українців після повномасштабного російського вторгнення, описуючи чоловіків, які незаконними способами намагалися уникнути обов'язку захищати державу. Використання в новинних випусках концепту «ухилянт» формує стигматизувальний дискурс, оцінює поведінку окремих суб'єктів. Телемарафон, на нашу думку, частково сприяв утвердженню цього терміну у

сприйнятті громадян, чітко не розмежовуючи юридичні та етичні складові мобілізаційного процесу. Наведемо фрагмент матеріалу, у якому вживається цей термін: «СБУ викрила на корупції ще чотирьох воєнкомів і голів медкомісій, які допомагали ухилянтам втекти за кордон. За послуги брали до 10000 доларів. Начальник одного із районних військкоматів у Києві продавав фальшиві меддовідки із тяжкими діагнозами. Його затримали на Харківщині. Такий самий достойник заробив на ухилянтах більше 11 мільйонів гривень. А в Одесі бізнес масштабували на всю країну. Фальшиві документи про військову непридатність збували по всіх областях. Щоб списати ухилянтів, їх усіх ставили на облік в Одеському ТЦК» («Ми – Україна», 26.08.2023). Стимулювання виконання мобілізаційного законодавства телеканалами як відповідальними суб'єктами інформаційного мовлення у період загроз національній безпеці не викликає жодних заперечень, однак вживання цього концепту несе низку ризиків. Згідно із поясненнями українських правників, наприклад Анжели Василевської, якщо особа ухиляється від мобілізації, її статус може бути підтверджений виключно вироком суду, який набув чинності («Українське радіо», 2024). Однак у новинних випусках телемарафону цей термін помилково екстраполюють на усіх громадян, які не оновили дані, намагалися незаконно виїхати за кордон або ж виїхали, забуваючи на презумпцію невинуватості. Це може сприяти формуванню суспільних стереотипів та поширенню мови ворожнечі, оскільки поняття не має чіткого правового визначення, водночас характеризується емоційною забарвленістю та створює підґрунтя для потенційних маніпуляцій.

Військова та гуманітарна допомога Україні. Це одна із найпоширеніших тематичних груп у новинних випусках марафону. У телематеріалах висвітлюються суб'єкти надання допомоги (держави, міжнародні організації, благодійні фонди), її види та обсяги. У них артикулюється наратив «солідарності та міжнародного партнерства», який засвідчує розуміння демократичного світу потреби підтримувати Україну, робити свій внесок у розбудову нового безпекового сектору та в спільну перемогу України. Тематична група представлена такими матеріалами: «Канада направляє Україні протитанокві

системи», «Рада», 01.03.2022; «Польща вирішила передати в Україну роту бойових танків», «1+1», 12.01.2023; «Уряд Норвегії ухвалив рішення передати Україні шість винищувачів F-16», «Рада», 10.07.2024; «Більшість із обіцяних семи комплексів Patriot уже доставлені або будуть незабаром», «Рада», 16.04.2025.

У матеріалі «Понад 20 тисяч гвинтівок» («Рада», 12.04.2023) актуалізується питання військової підтримки з боку Канади: «Понад 20 тисяч штурмових гвинтівок та майже два з половиною мільйони набоїв надасть Україні Канада. Про це заявила міністр оборони Канади під час візиту до цієї держави Прем'єр-міністра України Дениса Шмигала. Глава українського уряду зустрівся з канадським прем'єром Джастіном Трюдо, який заявив, що Канада і надалі підтримуватиме Україну у війні з Росією» («Рада», 2023). Фраза «Канада і надалі підтримуватиме Україну» виконує функцію заспокоєння та формує підґрунтя для майбутньої співпраці. Згадана кількість зброї створює ефект масштабності та підсилює достовірність сказаного. Лексика повідомлення носить офіційно-інформативний характер, тональність – нейтральна. У відеоряді представлено кадри з участю посадовців обох країн на тлі державних прапорів, що посилює відчуття єдності.

Розвиток національного оборонно-промислового комплексу. У новинних випусках телемарафону актуалізуються питання нарощування виробничого потенціалу оборонно-промислового комплексу (ОПК) України, інвестиційної політики щодо забезпечення оборонної спроможності держави. Ця тема в інформаційному контенті телемарафону важлива в контексті формування наративу про військово-технологічну суб'єктність країни, що протидіє російській збройній агресії. Новинні випуски висвітлюють важливі меседжі для аудиторії: попри залежність від західного озброєння, український ОПК продовжує розвиватися, модернізується сфера безпілотних технологій, розробляються нові види озброєнь та засобів протидії російським військово-промисловим комплексам. Ця тематична група репрезентована такими матеріалами: «Україна розробила ракету, яка показала себе бездоганно під час недавнього знищення російської системи С-400 «Тріумф» у Криму», «Ми – Україна», 26.08.2023; «У

Києві продемонстрували нові бойові розробки», «Рада», 03.12.2024; «На 3000 км із тонною вибухівки може летіти нова українська ракета Фламінго», «Ми – Україна», 22.08.2025.

Про потенціал українських морських дронів йдеться у матеріалі телеканалу «Інтер» (05.03.2024): «Українські морські дрони цієї ночі влучили в російський патрульний Корабель «Сергій Котов». Про це повідомляють джерела видання «Українська правда» в Головному управлінні розвідки. Усі деталі ураження та подальшу долю судна наразі ще уточнюють» («Інтер», 2024). Стратегічна мета повідомлення полягає не тільки в інформуванні аудиторії про успіхи Сил оборони України, а й у фіксації розвитку саме українських наводних систем, що здатні високоточно уражати кораблі противника. Такі матеріали формують сприйняття аудиторією України як новатора військово-оборонного виробництва, слугують сигналом стримування для російського військово-політичного керівництва та засвідчують інтерес міжнародних гравців в українському ВПК.

Міжнародні санкції проти РФ. До цієї тематичної групи належать матеріали про міжнародні санкції проти країни-агресора, їх види та механізми реалізації: «Путін, Лавров і Шойгу більше не в'їзні до Канади», «Рада», 18.05.2022; «Після запровадження західних санкцій в Росії стали частіше ламатися та падати літаки, як військові, так і цивільні», «Ми – Україна», 11.01.2023; «Десятий пакет санкцій проти Росії ухвалив Європейський союз. Це підтвердив верховний представник Євросоюзу», «Рада», 25.02.2023. Ця тема артикулюється в новинному матеріалі «Нові санкції проти Росії» («Інтер», 16.01.2025): «Сполучені Штати оголосили про нові санкції проти Росії. Цього разу у списку майже сотня банків та установ, які допомагали Кремлю обходити санкції. Це оборонні підприємства, компанії, які постачали технології для війни, наприклад, деталі для дронів і міжнародні бізнеси, які сприяли обминанню санкцій» («Інтер», 2025). У повідомленні спостерігаємо наратив про пошук лідерами західних держав механізмів максимального послаблення економічної спроможності РФ, посилюючи щоразу санкції проти неї та тих країн, хто продовжує спільну співпрацю. Однак безпекові зобов'язання перед Україною

не відіграють вирішальної ролі, коли виникає потреба у паливі, яким РФ може забезпечити західні ринки. У матеріалі журналістка акцентує на неузгодженій позиції європейських лідерів у контексті ухвалення пакетів санаційних заходів проти країни-агресора та виокремлює держави, які наважались очолити цей процес: «Цього разу Європа відмовиться від російського алюмінію. Велика Британія та США зробили це торік, однак Євросоюзу забракло єдності. Тепер перемовини тривають знову» («Інтер», 2025).

У новинному випуску телеканалу «Інтер» (13.07.2023) порушуються питання обсягів постачання зброї: «Нова партія військової допомоги прибула до України з Німеччини. До неї увійшли шість установок «Гепард», кілька тисяч боєприпасів, димові снаряди, причепи, запчастини для дронів і станції керування вогнем для установок IRIS-T. Нагадаю, про ще один пакет допомоги вартістю понад 600 мільйонів євро Берлін оголосив два дні тому. ... А ось надавати нам далекобійні ракети TAURUS Німеччина відмовилась» («Інтер», 2023). У цьому матеріалі журналістка інформує аудиторію про кількість отриманої допомоги від Німеччини, акцентує на спроможності України вести високотехнологічну війну, використовуючи передові європейські військові моделі. Словосполучення «кілька тисяч», ужите для опису обсягів боєприпасів, формує у сприйнятті українців уявлення про суттєвий масштаб військової допомоги. Однак глибини аналізу, у якому можна було б пояснити, які оборонні чи наступальні потреби на фронті закриватиме така кількість допомоги, на який період часу її вистачить, немає. У матеріалі коректно сформований образ Німеччини як держави, що виступає активним партнером і донором України в час війни, але фінальний акцент повідомлення дозволяє зробити висновок, що європейські держави не підтримують наступальний потенціал України, побоюючись можливої ескалації.

Життя українців на тимчасово окупованих територіях. Це одна із найбільш складних для висвітлення тематичних груп, оскільки не передбачає безпосередньої участі кореспондента в житті громад, що потрапили під окупацію, з можливістю збирання та оброблення інформації. Однак для збереження цілісного інформаційного простору держави, котра обороняється від агресора, та

комунікації з окупованими громадами, ця тематична група надзвичайно важлива. В інформаційних випусках телемарафону не тільки ретранслюються події, а й актуалізується пам'ять про українців на ТОТ, їх значущість для країни. Тематичну групу представляють такі матеріали: «Місяць в окупації провели рятувальники ДСНС у Чорнобилі», «Рада», 11.04.2022; «Окупанти змушують вчителів у Маріуполі виходити на роботу, загрожують фільтраційними таборами», «Україна 24», 20.05.2022; «Тисячі цивільних українців утримують у системі в'язниці в Росії і на окупованих територіях», «Суспільне», 13.07.2023; «Кольори, що об'єднують українців: на тимчасово окупованих територіях відзначають День прапора разом з усією країною», «1+1», 23.08.2025. Для висвітлення життя на окупованих територіях телеканали використовують здебільшого анонімні джерела (громадяни, які залишились в окупації, їх родичі) або інформацію від представників місцевої влади та розвідки з оновленими даними. Ця тема актуалізується в новинному випуску телеканалу «Інтер» (22.03.2022): «В окупованих районах Запорізької області росіяни стріляють по мирних жителях. Це підтверджує влада регіону. Більше дізнаємось у моєї колеги Інни Гогой» («Інтер», 2022). У прямому ввімкненні кореспондентка підтвердила слова ведучої у студії: «Дійсно, на окупованих територіях російські військові вдаються до залякування місцевого населення, психологічного тиску. І зафіксовані випадки викрадення людей, а також окупанти намагаються проводити пошуки і затримання громадських активістів, держслужбовців, журналістів. Були випадки розстрілу легкових автовок із мирними людьми, які намагалися виїхати із так званих гарячих точок. У результаті є постраждалі. Такі випадки непоодинокі, – кажуть у військовій адміністрації» («Інтер», 2022).

Евакуація цивільного населення із зони бойових дій. За результатами контент-аналізу інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» тема евакуації цивільного населення є однією із домінантних. Перевага матеріалів зазначеної тематики фіксується в період просування російських військ територією України. У фокусі – евакуація людей, маршрути виїзду населення, обстріли гуманітарних коридорів армією РФ. Така інформація є суспільно значущою,

оскільки висвітлює порушення Росією норм міжнародного гуманітарного права, артикулює наратив «держава дбає про своїх громадян». Ця тематична група репрезентована такими матеріалами: «У Ізюмі просять зелений коридор для евакуації населення», «Рада», 07.03.2022; «Із Дніпра у Львів вирушив евакуаційний медичний потяг», «Суспільне», 12.01.2023; «Із прикордоння Сумщини триває евакуація цивільних», «Ми – Україна», 11.04.2024; «Друга хвиля примусової евакуації на Дніпропетровщині», «1+1» 02.06.2025.

Згадана тематика актуалізується в новинному випуску «ІСТV» та «СТБ» (22.11.2024): «Краснопілля, що на Сумщині, евакуйовують. Голова Сумської обласної військової адміністрації Володимир Артюх оголосив обов'язкову евакуацію із селища. Усе через загострення ситуації в області. Проводяться заходи з обов'язкового вивезення населення, матеріальних і культурних цінностей. Людей переміщують у більш безпечні райони. У разі відмови від евакуації необхідно оформити її письмово» («ІСТV», «СТБ», 2024) Матеріал реалізує такі функції: інформативну, регулятивну та мобілізаційну. Легітимізація поданої інформації відбувається через посилення на офіційне джерело – представника влади. У повідомленні домінує безпековий дискурс, простежується комунікативний елемент перенесення відповідальності на громадянина у випадку відмови від евакуації.

Заборона використання далекобійної зброї щодо ударів по території РФ. Тематична група охоплює матеріали, що висвітлюють політичні, дипломатичні та правові обмеження, які накладають країни-постачальники зброї в Україну, щодо застосування наданого озброєння проти цілей на російській території. Упродовж повномасштабного вторгнення РФ в Україну ця тема неодноразово порушувалась українською стороною задля можливості не просто вести оборонну війну, а й завдавати ударів на російській території по об'єктах, що працюють на військово-промисловий комплекс. У новинах артикулюються позиції урядів, лідерів міжнародних організацій щодо дозволу чи заборони застосування зброї західного виробництва: «Україна має право захищатися: дозволити Україні бити по військових цілях Росії за допомогою західної зброї закликав партнерів

генеральний секретар НАТО», «Рада», 25.05.2024; «Зелене світло на удари в глиб території РФ», «Рада», 10.07.2024; «Париж офіційно дозволив Україні бити своїми ракетами великої дальності по російській території вглиб», «Ми – Україна», 23.11.2024. Наприклад, у новинному матеріалі «ICTV» та «СТБ» (16.07.2025) повідомляється: «Перші ракети до систем Patriot для України союзники вже відвантажують. Вони скоро прибудуть», – заявив президент США Дональд Трамп. А от далекобійних ракет нам поки не дадуть. Зеленському не слід бити по Москві. Так американський лідер прокоментував нещодавнє повідомлення ЗМІ про те, що у приватній розмові він нібито питає українського президента, чи той може вдарити по російській столиці. Трамп досі сподівається, що Путін хоче миру. Ми скоро дізнаємося і це має статися за час до 50 днів, – сказав він» («ICTV», «СТБ», 2025). Цей матеріал поєднує кілька дискурсів: воєнно-політичний та геополітичний. Попри допомогу українській армії, США окреслюють червоні лінії, переступати які не готові. Удари по Росії далекобійною зброєю – одна із таких ліній. У матеріалі образ Сполучених Штатів Америки через політичну фігуру Дональда Трампа представлений як головний безпековий гарант. Текст новини сформований із залученням військової та дипломатичної риторики, з чітким акцентом меж підтримки від західних союзників.

Відновлення деокупованих населених пунктів. У телематеріалах відображено різні напрями відбудови, зокрема інфраструктурне, соціальне та управлінсько-інституційне відновлення деокупованих територій: «Як відбудовують Київщину та Київ після окупації російської армії», «Рада», 05.04.2022; «Із Херсонщиною пліч-о-пліч. У рамках національного проєкту Черкащина відбудувала майже півсотні хат у Іванівці і Новопетрівці, деокупованих селах Херсонщини», «Ми – Україна», 26.08.2023; «Відбудову провадять у Покровському, що на межі Херсонської і Миколаївської областей», «Суспільне», 11.01.2024.

У новинному випуску телеканалу «1+1» (12.01.2023) порушується тема інфраструктурного відновлення деокупованої території: «110 мільярдів гривень на відбудову житла, зруйнованого через російську агресію. Таку суму планують витратити цього року. За словами прем'єр-міністра, кошти візьмуть із

конфіскованих російських активів. А ще завдяки внескам партнерів і UNITED24. У межах цієї платформи стартував проєкт «Відбудова України». Сюди увійшли 18 багатоповерхівок на Київщині» («1+1», 2023). У матеріалі висвітлюється процес відбудови одного із житлових комплексів в Ірпені, будинки якого зазнали пошкоджень внаслідок російської окупації. Через аматорські кадри, відзняті одразу після звільнення міста, аудиторія має можливість ознайомитися з наслідками руйнувань. У коментарях представників державної влади артикулюється наратив стабільності для громадян, чия приватна власність постраждала внаслідок російських атак. Недостатньо розкритим є питання конфіскації російських активів, оскільки процедура їх отримання Україною від партнерів юридично складна. У новинному теледискурсі зазначена проблема тривалий час порушується на рівні політичних наративів з акцентом на гарантованості отримання цих коштів.

Екологічні наслідки війни. У новинних випусках телемарафону порушуються питання шкідливого впливу війни на навколишнє середовище, висвітлюються масштабні екологічні збитки тощо: «У Каховському водосховищі масово гниє риба», «Суспільне», 14.01.2023; «Після підриву росіянами Каховської ГЕС державної екологічної інспекція взяла 600 про води ґрунтів у Херсонській», «Суспільне», 05.09.2023; «Тисячі загиблих птахів та дельфінів і тисячі кілометрів забруднення узбережжя: такі масштаби розливу мазуту від затонулих російських танкерів», «Рада», 15.01.2025.

Медико-психологічна реабілітація та соціальна адаптація учасників бойових дій. У новинних випусках висвітлюється фізична та психологічна реабілітація учасників бойових дій, їхня соціальна адаптація та реінтеграція, акцентується на недопущенні стигматизації щодо осіб з інвалідністю внаслідок війни: «В Ужгороді в центрі нейрохірургії та неврології реабілітують військових, які мають тяжкі поранення з фронтом», «ІСТV» та «СТБ», 06.12.2022; «Забіг на протезах», «1+1», 04.09.2023; «У Львові двоє військовослужбовців відкрили кав'ярню», «Рада», 15.10.2025; «Після важкого поранення підкорює вершини», «Рада», 01.12.2025. Наприклад, у новинному випуску телеканалу «1+1»

(15.01.2025) акцентується на важливості психологічного відновлення військових. У тексті репортажу один із військовослужбовців із позивним «Дімон» наголошує: «Дуже важко знаходитись там, в постійній напрузі, коли постійно йдуть обстріли, постійні штурми, емоційно воно дуже на тебе давить» («1+1», 2025). Центральна проблематика матеріалу – психологічне і фізичне перевантаження військовослужбовців та потреба відпочинку. У тексті є пояснення того, що військові психологи відправляють їх на відпочинок або реабілітацію примусово, особливо після масованих штурмів ворога. Через меседж «Усі витрати з відпочинку бійців і їхніх родин на себе взяв курорт. Ця програма обійшлася майже у 200 млн грн і її обіцяють не згортати до перемоги» («1+1», 2025) створюється позитивний імідж конкретного суб'єкта бізнесу.

Історії учасників війни. Тематична група охоплює матеріали, що висвітлюють особисті історії військовослужбовців та цивільного населення: «Щоб тата посмертно визнали Героєм України. Це у листі до Чудотворця написав 8-річний Дмитрик із Львівщини. Його батько загинув під час визволення Херсонщини», «1+1», 15.12.2022; «Рахує дні, коли зможе повернутися на фронт, хоча ще зовсім нещодавно парамедики прийняли його за двохсотого», «1+1», 05.06.2023; «Історія про Дмитра Бублика. Він пройшов АТО та не раз виривався з оточення, а в 2022-му разом із побратимами понад 40 днів тримав оборону Попасної і за це отримав найвищу військову нагороду Герой України», «Ми – Україна», 23.05.2025.

Міжнародна тематика: фінансово-військова підтримка союзників України («Посли Євросоюзу вирішили надати Україні 18 мільярдів євро», «Рада», 13.12.2022; «Туреччина вперше долучилася до захисту неба», «Інтер», 05.12.2023; «F-16 для України. Володимир Зеленський провів телефонну розмову з прем'єр-міністром Нідерландів», «Рада», 22.02.2025; «Кіт Келлог приїде з дводенним візитом до України», «1+1», 23.08.2025); *санкційна політика як інструмент стримування та послаблення РФ* («Японія запроадила санкції проти РФ», «ICTV» та «СТБ», 10.05.2022; «120 компаній і фізичних осіб із понад 20 країн зачепили нові санкції США», «Інтер», 13.04.2023; «Сполучені Штати та ЄС тим часом

запровадили санкції проти чотирьох компаній, причетних до виробництва і передачі росіянам ударних дронів», «Ми – Україна», 04.06.2024; «Вашингтон готовий посилювати санкційний тиск на Росію», «ICTV» та «СТБ», 15.10.2025); *репрезентація подій глобального порядку денного* («Фінляндія додасть заявку на членство у НАТО», «Інтер», 02.05.2022; «У самому Ізраїлі війна вже перетворилася на справжню різанину», «ICTV» та «СТБ», 11.10.2023; «Президент Сполучених Штатів Джо Байден та колишній лідер Дональд Трамп очікувано перемогли на перегонах так званого супервіторка», «ICTV» та «СТБ», 06.03.2024; «США посилюють економічний тиск на Китай», «Рада», 16.04.2025); *переговорний процес щодо завершення війни в Україні* («Другий етап переговорів з РФ», «Інтер», 04.03.2022; «Сполучені Штати хочуть якомога вигіднішого вирішення війни для України», «1+1», 15.01.2025; «Україна не погоджувалася жодних пунктів із так званого мирного плану США», «Ми – Україна», 21.11.2025; «Зустріч у Маямі між делегаціями», «1+1», 01.12.2025); *реакція міжнародних лідерів на воєнні події в Україні* («Прем'єр Польщі назвав масові вбивства у Бучі, Ірпені та Гостомелі геноцидом», «Суспільне», 02.04.2022; «Війна в Україні закінчиться найближчим часом, заявив Фіцо», «Рада», 16.10.2024; «Глава британської МЗС не бачить жодного прагнення Росії до миру з Україною», «ICTV» та «СТБ», 21.02.2025).

Політична тематика: діяльність органів державної влади («Рада починає працювати у звичному режимі», «ICTV» та «СТБ», 14.04.2022); *законодавчі ініціативи* («Рада заборонила використання знаків Z», «Суспільне», 14.04.2022; «Наступний крок до вступу у ЄС. Після ухвалення Закону «Про медіа» Верховна Рада закінчує роботу над Законом «Про рекламу», «1+1», 15.12.2022; «Верховна Рада продовжила дію воєнного стану ще на три місяці до 6 серпня», «Рада», 16.04.2025); *кадрова політика* («Ольгу Решетилову призначено військовим омбудсманом. Відповідний указ з'явився на сайті президента», «Інтер», 16.10.2025).

Соціальна тематика: міграційні процеси та зайнятість населення в умовах війни («Понад 5,5 мільйонів біженців виїхали з України», «Інтер», 02.05.2022;

«Щонайменше 5 мільйонів українців неофіційно і півмільйона офіційно втратили роботу від початку війни», «Ми – Україна», 12.12.2022; «Про жінок, які опановують зараз чоловічі професії: від машиністок кранів до електромонтерок і трактористок», «Ми – Україна», 23.11.2024); *державна політика підтримки внутрішньо переміщених осіб* («Субсидії на оренду житла для ВПО: у Мінсоцполітики розробили новий інструмент державної підтримки», «Ми – Україна», 11.07.2024); *організація освітнього процесу в умовах воєнних загроз* («Заради безпеки учнів та персоналу навчальний рік онлайн розпочали у місцевій школі 200 дітей із Таврійської громади на Запоріжжі», «Рада», 04.09.2023; «У протирадіаційному укритті навчаються вихованці єдиної в Харкові школи, де офіційно дозволили проводити офлайн уроки», «Суспільне», 05.03.2024; «Понад 2 мільйони дітей навчатимуться у школах очно», «1+1», 01.09.2025); *адаптація медичної сфери до безпекових викликів воєнного стану* («Бахмутська лікарня відновила роботу у Броварах на Київщині», «Суспільне», 07.03.2023; «У Сумській лікарні імені Святого Пантелеймона в укритті облаштовують автономну операційну», «Суспільне», 11.01.2024); *новітній досвід військової медицини* («Онкологія під час війни: у квітні минулоріч Міністерство охорони здоров'я України спільно з країнами ЄС ініціювало програму «Медична евакуація», «Суспільне», 05.12.2023; «Відновлюють голос після травм, співаючи українські пісні, народні та сучасні. Такий новаторський терапевтичний метод використовують у столиці», «1+1», 10.07.2024).

Економічна тематика: економічна співпраця України з міжнародними партнерами («ЄС на рік скасував мита на експорт з України», «1+1», 25.05.2022; «Україна готова підписати зі США угоду про надра», «Ми – Україна», 04.03.2025); *державні стратегії підтримки населення та бізнесу* («Податковий комітет Парламенту схвалив текст нового закону про підтримку бізнесу», «Інтер», 14.03.2022; «На період воєнного стану паркування на вулицях Києва безоплатне», «Інтер», 12.04.2022); *інфляційні процеси* («Цьогорічний традиційний новорічний стіл зріс у ціні на 40-50%. Такі розрахунки оприлюднили в експертній платформі Національного банку України», «ICTV» та «СТБ», 12.12.2022; «Великодній кошик

цьогоріч подорожчав на 10–15 %», «1+1», 16.04.2025); *цінова політика в енергетичній сфері* («В Україні скасували закон, який забороняв відключати тепло чи світло через комунальні борги», «Ми – Україна», 11.01.2024); *діяльність агропідприємств в умовах війни* («На 400 000 тон більше зернових і зернобобових планують зібрати цього року на Черкащині», «Суспільне», 12.10.2023; «Посівна в умовах війни: Україна розпочала весняну кампанію вчасно», «Рада», 10.04.2024; «На Херсонщині розпочався сезон кавунів. Попри війну, складні погодні умови та брак робочих рук, місцеві фермери вирощують баштани на звільнених територіях і вже зібрали понад пів тисячі тон», «Інтер», 17.07.2025).

Кримінальна тематика: кримінальні правопорушення у сфері мобілізації («Прикордонники затримали чоловіка, який незаконно намагався покинути межі України», «Рада», 10.01.2024; «Брали від 3 до 4 тисяч доларів за липові довідки», «1+1», 25.08.2023; «Більше 400 000 грн заплатили четверо ухилянтів із Донеччини і Прикарпаття за інформацією про місце, де нібито простіше перепливати Тису у бік Румунії», «Ми – Україна», 23.14.2024); *злочини у сфері національної безпеки, зокрема державна зрада, колабораційна діяльність, диверсії* («Так звану «сплячу» диверсійну групу затримали у Дніпрі. Трьох чоловіків російська ФСБ завербувала ще у 2015», «1+1», 20.04.2022; «ДБР провело обшуки у маєтку колаборанта Сальдо», «Ми – Україна», 07.01.2023; «За підпали, здійснені за дорученням російських кураторів, Служба безпеки України цьогоріч затримала понад 450 людей», «Рада», 15.01.2025; «Правоохоронці затримали пару агентів РФ, які планували підірвати будівлі ЗСУ», «Ми – Україна», 21.02.2025; «Правоохоронці Чернігівщини затримали підозрюваного у вбивстві військовослужбовців», «Інтер», 17.07.2025); *злочини (вбивства, насильницькі правопорушення) проти життя та здоров'я осіб: військовослужбовців, розвідників, політиків, журналістів* («Від початку повномасштабного вторгнення росіяни стратили 61 військовополоненого», «1+1», 05.06.2024; «Запис розмови обвинуваченого у вбивстві Ірини Фаріон із співкамерниками оприлюднили у Львівському суді», «1+1», 22.08.2025; «Затриманий у вбивстві Парубія дав перші покази», «Рада»,

01.09.2025; «60 діб для підозрюваного у вбивстві Парубія», «Ми – Україна», 02.09.2025); *корупційні злочини загального характеру* («Запобіжні заходи суддям Київського апеляційного суду, яких підозрюють у корупції», «Суспільне», 05.12.2023; «Неякісні балістичні окуляри, які завдали збитків на понад 25 мільйонів гривень», «ICTV» та «СТБ», 22.08.2025; «СБУ затримала колишнього посадовця Енергоатому», «Ми – Україна», 02.12.2025).

Надзвичайні новини: дорожньо-транспортний травматизм («Семеро пасажирів, серед них п'ятеро підлітків, постраждали у ДТП на Вінниччині», «Ми – Україна», 04.06.2024; «Смертельна ДТП у Дніпрі», «Рада», 02.12.2024); *надзвичайні події техногенно-побутового характеру* («Уночі у багатоповерхівці Кривого Рогу стався вибух. Імовірно, через витік газу», «Суспільне», 11.04.2024; «Цього року в Черкаській області сталося близько сотні пожеж через недотримання правил безпеки при експлуатації пічного опалення», «Інтер», 17.10.2024); *природні лиха, їх наслідки* («Негода на Волині. У Луцьку через рясні дощі затопило вулиці», «1+1», 13.08.2022; «Поламани дерева та зірвані рекламні щити. На Прикарпатті буревій накоїв чимало шкоди», «1+1», 24.11.2023; «Людські втрати та колосальні збитки. Одеса досі ліквідовує наслідки потопу», «Рада», 15.10.2025).

Культурна тематика: культурно-мистецькі події («Показала видовищний і водночас войовничий образ на конкурсі «Міс Усесвіт», «1+1», 12.01.2023; «В Україні презентували книгу «Не злякаюся зла», «Ми – Україна», 23.05.2025); *культурна спадщина та традиції як чинник національної стійкості* («Війна не зупинить колядку, вирішили в Івано-Франківську і проводять Міжнародний різдвяний фестиваль «Коляда на Майзлях», «ICTV» та «СТБ», 11.01.2023; «У занедбаному палаці на Житомирщині вчитель місцевої школи та краєзнавець створив артпростір із історичними експонатами», «Суспільне», 11.04.2024; «Давню традицію гри на трембіті вирішили зберегти у невеликому селищі Путила на Буковині», «Рада», 24.11.2024); *волонтерство діячів культури у воєнний час* («10 мільйонів Євро зібрали у Берліні на концерті», «ICTV» та «СТБ», 21.03.2022; «Музиканти на вуличних концертах збирають гроші на авто для ЗСУ»,

«Україна 24», 18.04.2022; «Фільм показує чому вашу країну потрібно підтримувати», «1+1», 22.02.2025).

У контексті волонтерства діячів культури у воєнний час заслуговує на увагу інформаційне повідомлення телеканалу «1+1» (25.05.2022): «Звуки миру просто неба: у Дніпрі у перервах між повітряними тривогами на площах грають оркестри. Класичні та сучасні твори лунають поблизу торговельних центрів та неподалік зупинок громадського транспорту. Такі благодійні виступи влаштовують працівники Дніпровської академії музики, щоб у скрутний час підтримати містян» («1+1», 2022). Цей матеріал репрезентує війну через спробу культурного спротиву. Матеріал демонструє адаптацію суспільства до викликів воєнного часу. Знижують рівень тривожності як метафорично маркована лексика («звуки миру»), так і самі фрагменти виконання композицій. Культура виступає інструментом емоційної підтримки в місті, що страждає від російської агресії.

Історична тематика: історичні події як складова національної пам'яті («14 травня Україна відзначає день пам'яті українців, які рятували євреїв під час Другої світової війни», «Рада», 14.05.2022; «Сьогодні в Україні День пам'яті жертв голодоморів», «ІСТV» та «СТБ», 25.11.2023; «Сьогодні Україна відзначає День гідності та свободи», «Ми – Україна», 21.11.2025; «День пам'яті жертв голодоморів», «Рада», 22.11.2025; «У 1991 році відбувся всеукраїнський референдум», «1+1», 01.12.2025); *деколонізаційні процеси як чинник нейтралізації російського впливу* («Декомунізація в Стрию», «Інтер», 12.04.2022; «Дерусифікація арки Дружби народів», «Рада», 25.04.2022; «Український прапор замість радянських зірок на столичній багатоповерхівці», «1+1», 29.08.2022).

Релігійна: віра як чинник психологічної стійкості та духовної підтримки («Військові, які обороняли Київ від російських окупантів, сьогодні були присутні на освячення великодніх пасок», «1+1», 12.04.2023; «Молитва на світанку: українці з різних куточків світу сьогодні об'єдналися у спільній молитві за Україну», «1+1», 24.08.2024; «І під склепінням столичного Свято-Успенського собору Києво-Печерської Лаври сьогодні відслужили молебень за загубленими життями українців», «Рада», 23.11.2024); *релігійні інституції та національна*

безпека України «Російська православна церква в Амстердамі оголосила про розрив із МП», «ICTV» та «СТБ», 14.03.2022; («Синод Української православної церкви Московського патріархату відмежувався від Патріарха Кирила», «1+1», 28.05.2022; «Ще 7 священнослужителів УПЦ потрапили під санкції», «Ми – Україна», 12.12.2022).

Наприклад, у матеріалі телеканалу «1+1» (29.12.2022) повідомляється: «Українська православна церква має вказувати у своїй назві приналежність до Росії. Цього вимагає закон, який ухвалили ще чотири роки тому і лише зараз визнали конституційним. Конституційний суд України після років розгляду не знайшов порушення законів про обов'язкову зміну назви релігійних організацій, керівний центр яких розташований в РФ. Тобто Українська православна церква до своєї назви має додати або Московського патріархату або Російська православна церква в Україні. В УПЦ заявили, що після повномасштабного вторгнення позбулися російського впливу і нинішнє рішення Конституційного Суду немає для них жодних правових наслідків» («1+1», 2022). Матеріал засвідчує законодавчу необхідність маркування релігійної структури, маркуючи приналежність окремих релігійних організацій до держави-агресора. У тексті простежується використання юридичної лексики та офіційно-ділових формулювань, які рамкують релігійне питання у воєнному дискурсі.

Спортивна тематика: спорт як інструмент національної репрезентації у світі («Збірна України зайняла 2 місце на Паралімпійських Іграх», «Суспільне», 14.03.2022; «Марта Костюк виграла престижний тенісний турнір», «Ми – Україна», 06.03.2023; «Магучіх найкраща легкоатлетка», «Рада», 02.12.2024; «Підкорила найвищу гору планети. Українська альпіністка Антоніна Самойлова встановила новий рекорд», «Рада», 25.05.2024); *міжнародна спортивна ізоляція РФ* («МОК призупинив членство Олімпійського комітету Росії», «Інтер», 12.10.2023); *спортивне волонтерство* («Благодійний матч між «Динамо» та «Галатасарай», «Суспільне», 14.04.2022).

Отже, домінантною в новинних випусках телемарафону є воєнна тематика. Якщо у 2022 році сфокусовано увагу на висвітленні характеру та динаміки

російсько-української війни, евакуації населення, окупації та деокупації українських територій, проблемах ВПО та реакції міжнародної спільноти на воєнні події в Україні, то упродовж 2023-2025 років спостерігаємо збільшення кількості матеріалів з акцентом на політичні, економічні, соціальні та міжнародні процеси як в Україні, так і у світі. Доцільно зазначити, що культурна, соціальна, спортивна та інші тематики актуалізуються крізь призму воєнної. Така тематична зміна є закономірною для тривалого збройного конфлікту. З переходом війни у затяжну фазу тематичний спектр новинного контенту відповідно розширився.

2.3. Фреймінг в інформаційних випусках телемарафону

Одним із фундаторів теорії фреймів виступає Ірвінг Гофман. Науковиця О. Харитоненко зазначає, що автор трактує фрейм як інструмент «структурування реальності» (Харитоненко, 2018). У дослідженні «Фреймінг: на шляху до прояснення роздробленої парадигми» Р. Ентман аналізує фреймінг, наголошуючи, що в комунікаційному процесі його доцільно розглядати як інструмент селекції смислів, закладених у повідомленні (Ентман, 1993). Дослідник вважає, що фреймінг, за своєю суттю, включає відбір та акцентування. Фреймувати – означає обирати певні аспекти реальності та робити їх більш помітними в комунікаційному тексті таким чином, щоб сприяти певному визначенню проблеми, причинній інтерпретації, моральній оцінці та наданню рекомендацій щодо способів вирішення описаного питання (Ентман, 1993).

Український дослідник С. Лазарев характеризує фрейм як «мінімально можливий опис сутності якої-небудь події, ситуації, процесу або об'єкта» (Лазарев, 2014, с. 212). На його думку, в умовах екзистенційних криз важливу роль відіграють мобілізаційні фрейми, що проявляються через відповідні заклики.

У статті ««Медіафреймінг: типологія та огляд обчислювальних підходів у різних дисциплінах» дослідники розглядають фреймінг як динамічну систему, в якій здійснюється фільтр інформаційних потоків. Спосіб подання інформації в масмедіа впливає на сприйняття фактів та відповідні рішення, тому виявлення та аналіз фреймування є важливими для розуміння упереджень в контенті, який

споживаємо (Отмахова, Ханезар, Фрерманн, 2024). Автори подають таку типологію медіафреймінгу: акцентне (вибірковість подання інформації, коли певні аспекти применшуються або залишаються поза увагою); еквівалентне (інформація подається в позитивному або негативному світлі через різні семантичні рамки); фреймування через вибір слів та маркування (коли використовується нейтральне слово, але йому надають негативну когнітивну рамку); наративне (вимальовується загальна історія або структура розповіді).

Е. Бойдстун, Дж. Г. Гросс, Ф. Резнік, Н. А. Сміт у науковій розвідці «Ідентифікація медійних фреймів та динаміки фреймінгу в межах окремих політичних питань та між ними» запропонували систему класифікації фреймів із різних суспільно-політичних питань (Бойдстун, Гросс, Резнік, Сміт, 2013). Автори дослідження узагальнили 14 категорій фреймів: економічні (наприклад, фінансово-економічні наслідки проблеми); спроможності та ресурсів (наявність або нестача людських чи фінансових ресурсів); моральні (орієнтація на релігійні доктрини); справедливості та рівності (рівність усіх перед законом); конституційності та юриспруденції (накладені на громадян конституційні обмеження, питання повноважень держави); політичних рішень та їхньої оцінки (оцінка конкретних заходів для вирішення тієї чи іншої проблеми); правопорядку, злочинності та правосуддя (зростання рівня злочинності); безпеки та оборони (загроза безпеці окремої особи або нації в цілому); здоров'я та безпеки (доступність та ефективність медичної допомоги); якості життя (мобільність, якість життя громад, вплив політиків на добробут); культурної ідентичності (культурні цінності, що пов'язані з певною політичною проблемою); громадської думки (орієнтація на суспільні настрої, результати опитувань); політичні (політична боротьба, домовленості, лобізм); зовнішнього регулювання та репутації (відносини з іншими державами); інші (наприклад, ті, які не належать до вищезгаданих) (Бойдстун, Гросс, Резнік, Сміт, 2013).

О. Порпуліт зазначає, що сучасні медіа, створюючи контент, застосовують емоційний фреймінг як механізм структурування реальності. Авторка дослідила, як подання новин (емоційний фреймінг новинних текстів: нейтральний,

негативний та регулятивний) впливає на рівень паніки в молоді. Участь у дослідженні взяли 60 респондентів (18–25 років), яким було запропоновано однаковий за обсягом та змістом текст, однак із різною побудовою речень. «Результати дисперсійного аналізу засвідчили наявність статистично значущих міжгрупових відмінностей за рівнем панічної афективної активації, що вказує на системний вплив психолінгвістичної організації новинного повідомлення на емоційний стан реципієнтів... Рівень панічної афективної активації є функцією психолінгвістичних параметрів тексту, індивідуальних особливостей емоційної регуляції та контексту соціальної невизначеності. Це дає підстави стверджувати, що системна організація мовного подання новин має ключове значення для моделювання емоційних реакцій аудиторії» (Порпуліт, 2026, с. 147).

О. Бровкіна та О. Ракітіна у праці «Маніпулятивний потенціал військової лексики у сучасному медіадискурсі (перекладацький аспект)» розглядають військову лексику як невід’ємну частину сучасного медіадискурсу, в якому фреймінг виступає одним із механізмів мовної маніпуляції. Автори відзначають, що, застосовуючи фрейми захисту та агресії, можна впливати на сприйняття аудиторією воєнних подій. «З аналізу використання військової лексики в сучасному медіадискурсі випливає, що вона виконує кілька важливих функцій: інформаційну, ідеологічну, емотивну та маніпулятивну. Медіа не лише повідомляють про події, а й формують їхній контекст, використовуючи певні мовні засоби» (Бровкіна, Ракітіна, 2025). У дослідженні «Вплив психології масмедіа на формування політичної свідомості: механізми маніпуляції громадською думкою» Н. Перепелиця наголошує, що на відміну від праймінгу, який розглядають як одну із маніпулятивних технік, фреймінг «впливає на інтерпретацію інформації, задаючи рамки, у яких події й факти оцінюються» (Перепелиця, 2024, с. 140).

Науковці О. Дем’янчук та К. Рошук вважають, що формування фреймів у новинах залежить від низки чинників: ідеології, цінностей, установок, політичної зорієнтованості медіа, впливу ззовні (певних публічних осіб, еліт або груп) та професійних норм.

Досліджуючи особливості фреймування російсько-української війни в польських медіа, науковиця О. Почапська вважає, що «фреймінг дає змогу маніпулювати громадською думкою, створюючи певні алгоритми причинно-наслідкових зв’язків» (Почапська, 2024). На думку Ю. Нагорної, за допомогою фреймінгу медійники конструюють інформацію для аудиторії в певних смислових межах. Його використання допомагає краще формулювати та добирати слова, які активізують сприйняття та реакцію аудиторії (Нагорна, 2024).

Дослідники В. Кульгова та В. Садівничий аналізують фреймінг образу військових у виданнях «Дзеркало тижня», «Українська правда» та «День». Автори зазначають, що у вищезазначених медіа домінує позитивне фреймування, яке акцентує на героїзмі, самопожертві, професіоналізмі військових. У матеріалах військові виступають як гаранті свободи та безпеки. Негативне фреймування зосереджене на внутрішніх конфліктах, випадках жорсткого поводження та зловживаннях (Кульгова, Садівничий, 2025).

Досліджуючи новинний контент телемарафону «Єдині новини», зауважуємо конструювання чітких меседжів про російсько-українську війну через використання фрейму як інструменту впливу на аудиторію, створюючи для глядача «правильну картину дійсності». На основі аналізу новинних випусків телемарафону пропонуємо авторську класифікацію фреймів (таблиця 2.4.).

Таблиця 2.4 Авторська класифікація фреймів воєнного дискурсу телемарафону «Єдині новини»

Критерії класифікації фреймів	Тема	Назва фрейму	Зміст	Маркери
Воєнний потенціал	Хід бойових дій (оборонні та наступальні операції, тактичні маневри)	«Професійність українського війська», «легітимація участі у війні», «повернення територій», «превентивного порятунку», «рашисти цинічно атакують цивільне населення», «дегуманізація армії РФ», «сили волі та	Передає розвиток війни, фіксує контрольованість ситуації та динаміку бойових дій, успіхи сторін	Опис масштабів бойових дій, згадування географічних точок, темпоральні маркери, кількісні, військово-термінологічні («за даними Генерального штабу, ЗСУ просунулися», «російські війська окупували», «нова тактика росіян»)

		незламності військових», «технологічний новатор»		
Міжнародна участь у воєнних процесах	Дипломатичні зусилля; міжнародні переговори та саміти; санкційна політика та пошук різних видів підтримки	«Переговорні процеси», «цивілізаційний розподіл», «міжнародна підтримка», «саботаж переговорного процесу з боку РФ», «подвійність стандартів або пошук власної вигоди», «позиційна невизначеність», «прагматичність та самозахист», «безпековий фрейм»	Демонструє міжнародну допомогу як акт єдності та намагання підтримати одну із сторін	Маркери дипломатичної взаємодії, підтримки та солідарності, координаційної взаємодії, нормативно-правової регуляції («Канада направляє Україні допомогу», «У Білому домі розкрили деталі санкцій», «нові санкції проти Росії», «відстояти демократичні цінності», «передають озброєння», «посилюють підтримку», «долучаються до коаліції», «координують допомогу»)
Суспільна активність	Діяльність військових та цивільного населення, їхня реакція на широкомасштабне вторгнення РФ в Україну, волонтерська або військова діяльність	«Сила волі та незламність військових», «громадянська активність», «консолідація суспільства»	Підкреслюється ініціативність суспільства та суспільне усвідомлення потреби захищати рідну країну	Оціночно-емоційні маркери, спротиву та опору, морально-ціннісні («люди вийшли проти російських військових і техніки», «кинув роботу на заводі і пішов у тероборону», «волонтери вивозять», «волонтер зібрав», «захищати рідну країну»)
Інституційна залученість влади	Внутрішня політика, ухвалення законів, координація дій, відповідальність та взаємодія між інституціями	«Владні гарантії», «контрольованість надзвичайної ситуації», «законність рішень»	Оцінка діяльності та реакції влади на виклики широкомасштабної агресії Росії в Україні	Маркери політико-інституційної лексики, згадування офіційних посад/структур/діячів/заходів/зведень, посилення на заяви та оцінки посадовців, узагальнення («Верховна Рада ухвалила», «президент Володимир Зеленський сьогодні на щоденному селекторі», «усі ці питання розглянули на засіданні Ставки», «зараз ситуація контрольована»)

В інформаційних випусках телемарафону артикулюються такі *фрейми*, як «професійність українського війська», «повернення територій» та «рашисти цинічно атакують цивільне населення». Ці фрейми простежуємо в матеріалах тематичної групи «хід бойових дій»: «Окупанти оскаженіло обстрілюють мирних жителів», «Інтер», 07.03.2022; «Сумщина напередодні вкотре потерпала від

терору рашистів», «ICTV» та «СТБ», 19.05.2023; «106 авіаційних і чотири ракетних удари завдали рашисти впродовж минулої доби», «ICTV» та «СТБ», 06.03.2024; «Ворог атакував Одесу вночі ударними дронами та ракетами з акваторії Чорного моря», «1+1», 23.02.2024. Проаналізуємо інформаційне повідомлення новинного випуску телеканалу «Інтер» (07.03.2022). «Українська армія і далі стійко тримає оборону. Завдає противнику максимальних втрат, а подекуди переходить у контратаки. На Харківщині Збройні Сили України звільнили місто Чугуїв. Знищено командира 61 бригади морської піхоти РФ та заступника командира 11 десантно-штурмової бригади РФ...» («Інтер», 2022). В інформаційному повідомленні траншуються героїко-патетичні наративи, висвітлюється героїзм, фаховість українських військових. Інформація про знищений керівний склад армії РФ слугує маркером контрольованості ситуації на фронті з боку ЗСУ та відображає змінність ролей: Україна не лише жертва збройної агресії, а держава, яка здатна давати відсіч противнику та звільняти окуповані території.

Фрейм «професійності українського війська» під час подій на території Курської області РФ конструюється в інформаційному повідомленні телеканалу «1+1» (22.11.2024): «Операція Збройних Сил України в Курській області дала змогу врятувати від наступу Запоріжжя. Про це повідомили «ТСН» джерела в керівництві Генерального штабу. Те, що наші війська перетнули кордон, допомогло випередити плани росіян, які хотіли атакувати Сумщину і Харківщину, і дало можливість відтягнути війська Кремля, які вже сконцентрувалися на Запоріжжі. За даними нашої розвідки, там Москва сформувала ударні групи Курськ і Север, які мали перейти в наступ для створення буферної зони. Але цей план провалився через наступ ЗСУ на Курську область», – кажуть і в Генштабі» («1+1», 2024). Вищезазначений фрейм демонструє не лише успішне ведення бойових дій ЗСУ, а й професійність військового командування. У цьому інформаційному повідомленні простежуємо також *фрейм «превентивного порятунку»*, який акцентує на можливих негативних наслідках на полі бою для України, якби її керівництво не наважилося на проведення воєнних операцій на

території РФ, метою яких було захистити тилове місто від потенційних загроз та показати слабкість захисту російського прикордоння.

Фрейм «дегуманізація армії РФ» артикулюється в таких матеріалах: «Окупанти чинять геноцид у Тростянецькій громаді», «Інтер», 22.03.2022; «Звірства у Бучі – головні теми світових медіа», «ІСТV» та «СТБ», 02.04.2022; «Ворог не припиняє терору на Харківщині. У Куп'янську воєнні злочинці вбили жінку», «1+1», 22.08.2025.

У новинному випуску телеканалу «Інтер» (13.07.2023) повідомлялось: «Російські терористи обстріляли автобуси під час евакуації з Маріуполя. Про це повідомив голова Запорізької військової адміністрації Олександр Старух. За його інформацією, постраждали 4 дитини. Їх доправили до лікарні. Одна у важкому стані. Стріляли в Запорізькій області. Колона із 20 транспортних засобів намагається дістатися зеленим коридором до Запоріжжя та дорогою рашисти цинічно атакують і провокують бої» («Інтер», 2023). Дегуманізація армії РФ під час обстрілу евакуаційного маршруту – це наскрізний фрейм у новинних випусках телемарафону, який супроводжується візуальним рядом із представленням гуманітарних автомобілів, кадрів пожеж та фрагментів порятунку людей. Такий відеоряд виступає логічним продовженням аудіоряду з чіткими акцентами з боку ведучого, який посиляється на офіційні джерела інформації – представників органу державної виконавчої влади. Через наратив «Росія – держава-терористка», що воює не з військовими, а з цивільним населенням, яке намагається евакуюватися, окреслено цинізм ворога та геноцидність повномасштабної війни. Дискурс воєнного злочину подано через об'єкт атаки, яким виступає група евакуйованих, та суб'єкт – російські військові, які завдали удару. Незначна деталізація інформаційного повідомлення, відсутність асоціативного відеоряду (фото із соцмереж, скрина з повідомлень посадовців) зменшують його змістову наповненість та довіру до інформації. Фрейм «дегуманізація ворога» побудований лише на переповіданні кореспонденткою офіційної інформації, не використовуються при цьому коментарі посадових осіб, які б додали інформації значущості. Неможливість вести зйомки на окупованих територіях обмежують

ресурсність виробництва якісних телематеріалів. З огляду на це, більш виправданим форматом представлення таких подій може бути інформаційне повідомлення або коротке інтерв'ю в межах новинного випуску з представниками органів місцевого самоврядування, які б детальніше розповіли про проблему. Пряме ввімкнення кореспондентки, яка не спілкується з джерелами інформації в окупації, з рідними тих, хто постраждав, або не опрацьовувала тему ретельно, не створює цінності для глядача. Наратив геноцидності російсько-української війни, який транслюється в новинних випусках телемарафону, потребує не тільки смислового наповнення та правильних меседжів, що зображують російського агресора вбивцею цивільних. Факт злочину повинен бути висвітлений та підкріплений деталями – візуальними, експертними оцінками.

У новинних випусках телемарафону артикулюються такі *фрейми*, як «консолідація суспільства», «переговорні процеси», «законність рішень». У новинному випуску «Суспільного» (11.04.2024) повідомлялось: «Народні депутати ухвалили закон про мобілізацію. «За» проголосувало 283 народних обранця. Відтепер чоловіки призовного віку зобов'язані протягом 60 днів оновити свої облікові дані у військкоматах, центрах надання адмінпослуг або в електронному кабінеті призовника. Також треба при собі постійно мати військово-облікові документи та пред'являти їх на вимогу поліції чи працівників ТЦК. Депутати прибрати із закону норму про демобілізацію після 36 місяців служби. Про це написав у телеграмі нардеп Олексій Гончаренко» («Суспільне», 2024). В інформаційному повідомленні інформується про нововведення після ухваленого парламентом законопроєкту. У новині виокремлюємо фрейм «законність рішень». Глядачам презентують чіткі законодавчі зміни, недотримання яких може призвести до відповідальності. Маркером виконання виступає дедлайн «60 днів», що посилює відчуття терміновості та безапеляційності реалізації дії. Об'єктом фреймування є «центри надання адміністративних послуг». Цей фрейм наголошує на цифровізації та сервісному розвитку питання документообігу в Україні. Інформаційне повідомлення не містить жодного емоційного забарвлення, щоправда фраза «Депутати прибрати із

закону норму про демобілізацію після 36 місяців служби» має опозиційний характер, загострюючи відчуття несправедливості в суспільстві через дискримінаційні прояви по відношенню до військовослужбовців, які проходять службу у ЗСУ з перших днів повномасштабної війни.

Фрейми «міжнародна підтримка», «прагматичність та самозахист» конструюються в новинному випуску телеканалів «ICTV» та «СТБ» (10.07.2024): «У самому Вашингтоні розпочався саміт НАТО – ювілейний 75-ий. Він триватиме до 11 липня. Україна – основна і наскрізна тема заходу, хоча офіційного запрошення до Альянсу на саміті не почуємо. У спільному комюніке союзники напишуть, що шлях України до НАТО незворотній. За підсумками отримуємо і більше військової допомоги. Як ми вже сказали, відомо про рішення виділити Києву додаткові системи Patriot, однак на тлі останніх звірських атак Росії на дитячу клініку «Охматдит» не виключено, що Україні доведеться просити Сполучені Штати зняти всі обмеження на використання американської зброї для ударів по території противника. Про це пише сьогодні видання Politico. Йдеться, зокрема, про далекобійні ракети ATACMS, радіус дії яких до 300 кілометрів» («ICTV», «СТБ», 2024). В інформаційному повідомленні формується наратив про те, що через обстріли об'єктів інфраструктури РФ заслуговує ударів у відповідь. Але на це потрібна політична воля західних держав. Емоційна тональність повідомлення підсилюється згадкою про удар по лікарні, який в пам'яті громадян виступає тригерним елементом. Ведуча презентує інформацію аудиторії стримано, без зайвого емоційного навантаження. Словосполучення «звірських атак» відображає достатній рівень розуміння наслідків російських атак та нагальності проводити адвокаційну кампанію з боку України задля захисту своїх громадян і послаблення спроможності Росії шляхом завдання ударів із застосуванням ракет ATACMS, які мають дальність ураження до 300 кілометрів.

Безпековий фрейм формується в короткому інформаційному повідомленні новинного випуску телеканалу «ICTV» та «СТБ» (24.11.2023): «Якщо допомога союзників Україні буде недостатньою і повільною, це всупереч її волі може втягнути країну в переговори з Росією. Про це заявив Міністр закордонних справ

Литви Габрієлюс Ландсбергіс. Він наголосив, що відсутність в українців ракетних систем і боєприпасів та багатомісячний процес ухвалення рішень в ЄС можуть поставити Київ у таке становище, коли в нього просто не буде іншого вибору, як просити миру. Ландсбергіс розчарований, що у Сполучених Штатах допомогу Україні блокують республіканці, а Євросоюз не здатний забезпечити потрібну кількість снарядів. Виглядає комічно, коли КНДР допомагає Росії більше, ніж ЄС» («ICTV», «СТБ», 2023). У новині наголошується на необхідності збільшувати допомогу, щоб Україна не опинилася у безвихідній ситуації, коли їй доведеться вести перемовини з РФ про мир. Виокремлюємо безпековий фрейм, що відображає відображення воєнних проблем від регіонального до глобального рівнів. ЄС виглядає слабшим порівняно з РФ та КНДР, що створює підґрунтя для подальших дискусій щодо можливих наслідків. Крім цього, окреслюється негативний сценарій розвитку подій у випадку відсутності достатньої кількості підтримки від партнерів. У цьому дискурсі концепт «миру» розглядається через можливий тиск від безвиході, у якій може опинитися Україна, а не як наратив «світ готовий підтримувати Україну до перемоги». Якщо для міжнародної аудиторії таке повідомлення слугує сигналом невідкладної мобілізації зусиль для гарантування безпеки на європейському континенті, то для внутрішнього споживача – складовою інформаційної стратегії легітимації підготовки майбутніх перемовин із РФ, перекладаючи відповідальність із держави Україна в особі її органів влади на зовнішніх гравців. Також інформує українську аудиторію про те, що масштаби міжнародної підтримки можуть бути суттєвіші. Комунікаційний ефект такого повідомлення легітимізує в суспільстві тему переговорів. *Фрейм «подвійності стандартів або пошуку власної вигоди»* демонструє глядачам реальну картину того, як складно союзникам України ухвалити рішення, котрі можуть критично сприйняти громадяни цих країн, оскільки вони надають пріоритет власним економічним інтересам, а не протидії збройній агресії РФ.

В інформаційному повідомленні новинного випуску телеканалу «Рада» (10.07.2024) артикулюється *фрейм «технологічний новатор»*: «Український дрон MAGURA V5 знищив найбільше російських кораблів. Таких результатів дійшли

польські науковці, які оприлюднили дослідження. Вони проаналізували вплив використання безпілотних морських дронів на безпекову ситуацію в Чорноморському регіоні та визначили найбільш результативний морський безпілотник. Загалом українські морські дрони за період війни вразили 22 ворожі військові кораблі. Нагадаю, MAGURA V5 є безпілотним надводним дроном, який використовується для розвідки та знищення ворожих цілей» («Рада», 2024) Це інформаційне повідомлення, яке не супроводжувалося якісним відеорядом, а лише однією світлиною дрону, доцільно сприймати як чітко сконструйований смисловий наратив, який репрезентується в межах фрейму «технологічний новатор». Не піддаючи сумнівам успіхи ЗСУ щодо вдалих уражень українськими дронами російських ворожих цілей, зауважуємо недотримання повноти інформації. Зокрема, відсутність детального опису дослідження (методології), проведеного польськими науковцями. Водночас теза «український дрон знищив найбільше російських кораблів» звучить для аудиторії переконливо, є основою для інтерпретацій. Таку інформацію можна розглядати як один із класичних інструментів впливу на громадську думку суспільства, щоб збільшити рівень довіри до виробників української зброї та сформованої політики держави в цьому напрямку.

В інформаційному повідомленні новинного випуску телеканалу «Суспільне мовлення» (24.02.2023) артикуються декілька фреймів, у межах яких подається інформація: «Генасамблея ООН більшістю голосів підтримала українську резолюцію щодо миру. За проголосували 141 країна-член ООН, ще 32 утрималися. Проти – семеро, зокрема Росія, Білорусь, Північна Корея, Еритрея, Малі, Нікарагуа та Сирія (рис. 2.3). В основі документу є формула миру, яку восени 2023 року запропонував Володимир Зеленський. Зокрема, Україна вимагає негайно вивести російські війська з українських територій та покарати воєнних злочинців» («Суспільне мовлення», 2023).

негайно покинути небезпечну територію. Влада закликала мешканців підготуватися, зібрати документи, речі першої необхідності, вимкнути усі електроприлади і подбати про домашніх тварин. Головне виконувати інструкції рятувальників та поліцейських» («Інтер», 2023). У тексті згадуються представники різних рівнів влади – від державної до місцевої, щоб продемонструвати оперативність реагування та ступінь залучення до управління кризою з їхнього боку. Однак у цьому інформаційному повідомленні, яке побудоване на реакціях та рекомендаціях представників української влади, не наголошено на суб'єктах підриву ГЕС. Це створює небезпеку того, що глядач, який перебуває поза контекстом, не отримає відповідей на усі запитання.

У репортажі новинного випуску телеканалу «ICTV» та «СТБ» (22.08.2025) конструюється *фрейм «сили волі та незламності військових»*: «Складна мінно-вибухова травма, ампутація, тривале лікування та нарешті реабілітація. Це історія про боротьбу за життя одного з наших оборонців, який із цивільного став військовим. На передовій Сергій наступив на протипіхотну міну. Його ногу розірвало. Евакуації поранений боєць чекав аж вісім діб. Нині мультидисциплінарна команда реабілітологів вчить чоловіка ходити заново» («ICTV», «СТБ», 2025). У матеріалі висвітлюються питання реабілітації та соціальної адаптації військових. Описуючи рішення військовослужбовця йти на фронт, кореспондентка використовує окремі елементи його коментарів: «Прийняли рішення боронити свою країну. За дітей, за батьків». Наведена фраза вказує на домінування наративу «тяглості роду», де кожен член сім'ї відповідальний за прийдешні покоління та готовий діяти у випадку воєнних загроз, щоб захистити рід. Це актуалізує *фрейм «легітимації участі у війні»* через апеляцію до наявності суб'єктів захисту. У телематеріалі спостерігається і *фрейм «оптимістичного прогнозу»*, ретранслятором якого виступає лікар: «Пацієнт мотивований. Він працює і самостійно також. Я думаю, якщо все так піде, то в нього будуть збуватися його мрії» («ICTV», «СТБ», 2025).

Висвітлюючи обстріли об'єктів критичної та цивільної інфраструктури, у матеріалах артикулюються такі *фрейми*, як «громадянська активність», «владні

гарантії». У матеріалі «110 мільярдів гривень на відбудову житла, зруйнованого через російську агресію» висвітлюється активність громадян, які зображені противниками стратегії очікування, коли питаннями відбудови замість них опікуватиметься держава, тож активізують власні фінансові та організаційні ресурси. *Фрейм «владні гарантії»* передається через пряму мову урядовців («Цей рік стане роком перемоги і тотального відновлення, початком тотального відновлення») та закадровий текст кореспондентки («Вони уже знають, звідки взяти 110 мільярдів на відбудову житла») (ТСН, 2023). Він формує довіру до влади, легітимізує управлінські рішення, створює ефект контролю над ситуацією.

У наративі свідомої відмови російської армії від своїх полонених центральними елементами слугують *фрейми «саботажу переговорного процесу»* з боку РФ. Ці повідомлення формують в аудиторії уявлення про країну-агресорку як недоговороздатну сторону переговорного процесу, яка перекладає відповідальність за зрив обмінів на українську владу. Через задану рамку для глядача інтерпретується реальність, у якій чітко визначені ролі: жертви, винні та ті, хто докладають зусиль для відновлення цього процесу – українська влада.

В інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини» простежено дихотомію позитивного та негативного фреймування. Висвітлюючи ЗСУ, їхню діяльність, виробники новинного контенту використовують стратегію легітимізації та героїзації образу українського військовослужбовця та дій військових підрозділів: «Один проти п'яти. На Куп'янському напрямку спецпризначенець ГУР самотужки стримав російських солдатів», «Інтер», 17.07.2025; «На Харківщині Росія боїться контрнаступу», «ICTV» та «СТБ», 24.05.2022; «Українські оборонці минулої доби знищили 990 окупантів», «Перший канал Суспільного мовлення», 12.10.2023; «Однією кулею ліквідував двох ворогів», «ICTV» та «СТБ», 10.01.2024; «Ми боремося з ворогом, який на тисячі світлових років відстає від нас як від людей, які мають гідність», «Інтер», 04.03.2022; «Захисники Торецька відбили чергову атаку російської армії», «Ми – Україна», 17.04.2025; «Україна готова захищати Донбас», «ICTV» та «СТБ», 19.04.2022; «На Покровському напрямку сили оборони продовжують стримувати

навалу ворога», «Ми – Україна», 23.08.2024; «Наймасованіший штурм українські військові відбили», «Рада» 16.07.2025; «Сили спеціальних операцій показали кадри з вулиць Бахмута: на відео випалене росіянами місто мужньо тримає українське військо», «Інтер», 20.05.2023; «На відміну від росіян наші армії чітко розраховують удари по ворожих позиціях», «Перший канал Суспільного мовлення», 12.01.2023; «Із середини травня Збройні Сили України провели тактично значущі та успішні контратаки на півночі Харківської області», «Інтер», 11.07.2024; «А далі про одного з тих, з ким мати одне громадянство честь. Саме він виконував найнебезпечніші авіамісії першого року великого вторгнення», «Ми – Україна», 26.08.2023; «Наші люди на нашій зброї», «Рада», 25.05.2024, «Окупанти намагаються відбити у наших військ село Володимирівка, де частково заблоковані війська противника. Втім, машини росіян палають, а піхота гине», «1+1», 15.10.2025. Це сприяє побудові прообразу морального орієнтира періоду широкомасштабної збройної агресії РФ проти України, впливає на посилення віри серед громадян щодо неминучості перемоги та представляє російську армію з негативною конотативною забарвленістю. Поляризація у фреймуванні стає інструментом стратегічних комунікацій протидії російській дезінформації, розвінчування міфів (російська – друга армія світу) та фокусування уваги населення через медіа на тих цілях, які є визначальними для України.

Водночас російські військовослужбовці, їхнє військове та політичне керівництво, союзники РФ представлені у негативній експресивній конотації із застосуванням деструктивних характеристик: «Злочинців-вагнерівців ловлять на Житомирщині», «Рада», 01.03.2022; «Росія планує теракти на своїй території», «Інтер», 12.04.2022; «На Запоріжжі окупанти викрадають громадян України», «Рада», 18.05.2022; «Згвалтування, мародерство. Чергове перехоплення розмов рашистів», «Інтер», 23.05.2022; «Російський Снайпер розстріляв літню пару в Бахмуті», «Рада», 12.04.2023; «Очільник Офісу президента України відреагував на шокуючі кадри страти Українського військового», «Рада», 12.04.2023; «Розвідка уже встановила російських нелюдів, які відрізали голову українському воїну», «Ми – Україна», 13.04.2023; «Від ворожих обстрілів двоє мирних жителів

загинули», «Перший канал Суспільного мовлення», 20.05.2023; «Російські окупаційні війська намагаються штурмувати», «ICTV» та «СТБ», 24.11.2023; «Російські війська цілеспрямовано вдарили по готелю в Харкові», «Перший канал Суспільного мовлення», 11.01.2024; «Росіяни не зупинилися і били по Харкову впродовж дня», «ICTV» та «СТБ», 24.05.2024; «Ворог не дає спокою Херсонщині», «ICTV» та «СТБ», 02.09.2024; «У Запоріжжі росіяни убили чоловіка і поранили 11-річного хлопчика», «Ми – Україна», 23.11.2024; «Росіяни масовано атакували ударними дронами Чернігів», «Інтер», 03.06.2025; «Росія продовжує свою стратегію повітряного терору», «Рада», 16.07.2025; «На Херсонщині російські військові атакували машину швидкої допомоги», «Інтер», 17.07.2025; «Усі види озброєння застосовують росіяни для ударів по Донеччині», «1+1», 01.09.2025. Використання негативного фреймування сприяє солідаризації українського суспільства навколо ідеї «зупинити і перемогти противника», побудованої на бінарній опозиції «свій / чужий».

Отже, за допомогою фреймінгу в новинних випусках телемарафону відбувається структурування воєнної реальності. Фрейм виступає інструментом впливу на аудиторію, змальовуючи потрібну для телеканалу картину дійсності. У новинному дискурсі телемарафону артикулюються такі фрейми, як «професійність українського війська», «владні гарантії», «позиційна невизначеність», «громадянська активність», «сила волі та незламність військових», «цивілізаційний розподіл», «контрольованість надзвичайної ситуації», «консолідація суспільства», «легітимації участі у війні», «технологічний новатор» тощо.

2.4. Жанрова парадигма матеріалів

Враховуючи суспільні виклики, розвиток комунікаційно-цифрових технологій, зміни в медіаспоживанні, варто зазначити, що в сучасному телепросторі артикулюються традиційні жанрові моделі. Водночас структура телевізійних жанрів зазнає трансформацій, спостерігається тенденція до

поєднання інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних елементів, що призводить до гібридизації жанрових форм.

Типологію телевізійних жанрів, особливості їх функціонування досліджували В. Гоян, З. Дмитровський, В. Здорова, І. Іщенко, О. Костюченко, І. Михайлин, О. Холод, Н. Цмох, А. Яковець та інші.

Жанр – це «один з елементів форми журналістського твору; визначається задумом, змістом, роллю, яку виконує певний твір на газетній полосі, у програмі теле- чи радіопередачі» (Здорова, 2004, с. 143); «змістовно-формальна єдність» (Михайлин, 2011, с. 368). Дослідники визначають такі критерії жанрового розмежування: об'єкт відображення, призначення матеріалу, масштаб охоплення дійсності, узагальнення, особливості літературно-стилістичних засобів.

Жанри журналістики науковці поділяють на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні (Ващук, 2014, с. 190). Замітку, репортаж, інтерв'ю та звіт М. Тимошик називає «жанрами, які виникли чи не першими» (Тимошик, 2022, с. 30). Як зазначає В. Захаров, інформаційна журналістика «становить базу жанрового розмаїття телевізійного контенту, яка вимагає вміння збирати, аналізувати та представляти актуальні повідомлення» (Захаров, 2024, с. 31).

Науковець О. Костюченко поділяє жанри телевізійної журналістики на *інформаційні* (інформаційне повідомлення (відеосюжет), звіт, виступ (монолог у кадрі), інтерв'ю, репортаж); *аналітичні* (коментар, огляд, бесіда, дискусія, токшоу, пресконференція, кореспонденція) та *художньо-документальні* (нарис, замальовка, есе, сатиричні (фейлетон і памфлет) (Костюченко, 2016).

Інформаційні тележанри – жанри тележурналістики, основне призначення яких оперативно відображати події, факти, явища. У них переважає подієва інформація, яка здебільшого стосується лише якоїсь певної події, одиничного факту. Інформаційні жанри відповідають емпіричному (фактологічному) рівню осягнення та відображення реальної дійсності» (Мазур, 2008, с. 122).

У науковому дискурсі жанрова диференціація базується на різних критеріях – функціональному, структурно-композиційному та комунікативно-

технологічному. Загалом науковці виокремлюють такі критерії типології інформаційних телевізійних жанрів:

- 1) ступінь фактологічності та оперативності подачі інформації: новина (інформаційне повідомлення), замітка, звіт, інтерв'ю та репортаж;
- 2) спосіб відображення дійсності: фактологічні (новина, повідомлення), подієво-описові (репортаж, звіт), діалогічні (інтерв'ю, коментар);
- 3) особливості аудіовізуальної комунікації: студійні жанри (новинний випуск, студійне інтерв'ю), позастудійні (репортаж із місця події, включення), комбіновані форми (інформаційні програми з елементами різних жанрів).

Дослідники Н. Цімох та К. Чорна зазначають, що до інформаційних «належать жанри, завданням яких є повідомлення про подію або явище (замітка, репортаж, звіт, інтерв'ю)» (Цімох, Чорна, 2018, с. 164). О. Костюченко до інформаційних телевізійних жанрів відносить інформаційне повідомлення, звіт, виступ, інтерв'ю та репортаж (Костюченко, 2025, с. 37). У межах нашого дослідження зазначену класифікацію покладено в основу аналізу.

Дослідник О. Холод зазначає, що «інформаційне повідомлення – будь-яке подавання інформації на телебаченні, яке є нейтральним за формою у порівнянні з репортажем і виконує, як правило, суто функціональні завдання: повідомити що, де і коли відбулося» (Холод, Дмитровський, Шаповал, 2012). Жанровими особливостями інформаційного повідомлення є «оперативність, подієвість, актуальність, достовірність, неупередженість, конкурентність» (Білоус, 2020, с. 96).

За функціональними та комунікативними критеріями дослідники виокремлюють такі види інформаційних повідомлень: усні (стисло озвучена інформація ведучим / ведучою без коментаря і відеоряду); із відеорядом; із відеорядом та відеокоментарями. Усні повідомлення подають інформацію в лаконічному вербальному форматі; повідомлення з відеорядом візуалізують події, підсилюючи їх достовірність; поєднання відеоряду з відеокоментарями розширюють інтерпретаційний потенціал повідомлення через залучення додаткових джерел і точок зору. З огляду на практичний досвід виробництва

телеконтенту для новинних випусків, вважаємо таке групування виправданим, оскільки типологія інформаційних повідомлень корелюється з принципами базового інформаційного підходу, ґрунтується на способі подання інформації та характері поєднання вербальних і аудіовізуальних компонентів (Теленков, 2020).

Дослідник З. Дмитровський наголошує на потребі класифікації усних повідомлень. Вчений виокремлює такі види: хронікальне (стисле оперативне повідомлення про подію); розширене або деталізоване (представлена низка деталей, є відповіді на питання «хто?», «як?» і «чому?»); коментоване (наявність інформаційно-констатувальної та пояснювальної частини) (Білоус, 2020, с. 96).

Вищезазначені класифікації слугують теоретичним підґрунтям проведеного дослідження. У межах дисертаційної роботи усне повідомлення ми розглядаємо як тип інформаційного повідомлення, яке подається без додаткового відеоряду та зачитується ведучим/ведучою на відміну від інформаційних повідомлень із відеорядом або ж додатковими коментарями (відеоповідомленнями). Наприклад, усне *хронікальне* повідомлення на телебаченні фіксуємо у випуску «Ми – Україна» (23.08.2024). Ведуча повідомила глядачам про те, що у Сумах пролунали вибухи і закликала аудиторію подбати про безпеку. Жодним відеорядом або ж додатковими візуальними елементами повідомлення не супроводжувалось. Найчастіше такі типи усного повідомлення в межах інформаційних випусків телемарафону присутні у випадку оголошення повітряних тривог, про які сповіщають аудиторію телеканали.

Розширене усне повідомлення представлене у випуску телеканалу «Рада» (04.12.2023). Ведуча повідомила глядачам, що нічні вибухи на Хмельниччині були роботою ППО. Озвучуючи цю інформацію, вона посилається на допис у соціальних мережах посадовця обласної військової адміністрації, уточнивши, що постраждалих немає. Жодним відеорядом повідомлення не супроводжувалось. Одразу за цим усним повідомленням глядачам представили ще одне – *коментоване*. Воно стосувалося наслідків обстрілів російською армією Авдіївки та Костянтинівки, під час яких загинули та були поранені люди. Повідомлення містить інформаційну і пояснювальну частини, у яких розповідається про те, як,

коли та де трапилася подія, хто винен, у якому стані потерпілі та які дії були прийняті правоохоронними органами (йдеться про розпочате кримінальне провадження). Відеоряду повідомлення не містить.

Проаналізувавши 2500 матеріалів в інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини» (2022–2025 рр.), можемо констатувати, що домінантним жанром є *інформаційне повідомлення* – понад 71%, репортажі становлять – 24,7%.

Інформаційне повідомлення – це повідомлення, для якого характерні такі структурно-композиційні прийоми: усне повідомлення (студія), БЗ (без звуку), СНХ (синхрон), студія+СНХ, БЗ+СНХ (або СХ). У цих матеріалах подається оперативна інформація щодо російських атак на різних напрямках фронту, ударів по об'єктах цивільної інфраструктури, зведень Генштабу, візитів Президента України Володимира Зеленського та світових лідерів тощо («Внаслідок російських атак в Україні пошкоджені усі теплові електростанції», «Рада», 13.12.2022; «Зеленський прибув до Японії для участі у саміті G7», «Інтер», 20.05.2023; «На фронті ворог просунувся поблизу Мирнограда», «1+1», 01.12.2025).

Виробництво інформаційних повідомлень здійснюється на основі чітко визначеного підходу:

- якщо подія найсвіжіша і відбулась за короткий період до виходу новинного випуску чи під час його транслявання (наприклад, початок повітряної тривоги або обстріли населених пунктів), її подають у формі усного повідомлення з обмеженим обсягом інформації. Відеоряд практично відсутній або представлений фотографіями від офіційних структур;

- якщо подія відбулась у період, що дозволяє оперативно поінформувати аудиторію про її обставини та суспільну значущість, то текст доповнюється відповідним відеорядом та коментарями. Однак деколи телеканали нехтують асоціативним відеорядом, повідомляють інформацію без використання відео- та фотоматеріалів. Наприклад, у новинному випуску телеканалу «Інтер» за 26 серпня 2023 року інформаційне повідомлення містить виключно текст, який начитується ведучою: «Російські війська, які стоять в обороні на Таврійському

напрямку, воюють без ротацій та підкріплень. Про таке пишуть аналітики Інституту вивчення війни і констатують, що це значно послаблює бойовий потенціал окупантів. В Інституті припускають, що українські сили досягають успіхів у районах населених пунктів Роботине та Урожайне, але масштаби цих успіхів наразі оцінювати не беруться. В українському Генштабі ситуацію на Півдні коментують стримано». З огляду на сучасну телевізійну практику та професійні навички режисерів монтажу і графічних дизайнерів, у разі відсутності актуального відеоряду редакція могла б використати інтерактивні карти для відображення бойових дій на зазначених напрямках, що дозволило б візуалізувати просторову інформацію.

Аналіз емпіричного матеріалу дає змогу констатувати, що *репортаж* виступає структурним центром жанрової палітри новинних випусків телемарафону. Науковці кваліфікують репортаж як «оперативний жанр, у якому яскраво й емоційно відтворюються картини дійсності у їх розвитку через безпосереднє сприйняття автора, що створює враження присутності на місці події» (Здоровега, 2008); «розповідь про цікаві історії людського життя, в якій автор звертається до щонайширшої палітри чуттєвих вражень, отриманих від усіх органів чуття; синтетичний жанр, який поєднує у собі елементи низки інших журналістських жанрів» (Павлів, 2015), «найбільш розгорнутий та емоційний інформаційний жанр, що потребує одночасно, з одного боку, документальності, суворого дотримання фактів життя, з іншого, емоційності, особистого сприйняття події, уваги до подробиць, факту, явища» (Іващук, 2013), «оперативний жанр, якому притаманні динамічність та документальність при зображенні дійсності», «один з основних інформаційних жанрів журналістики, предметом якого є цікаві для громадськості події дня; головне в репортажі ефект присутності, коли читач (глядач) немов бачить, чує та сприймає те, що відбувається, разом із журналістом» (Михайлин, 2011).

Дослідники виокремлюють такі жанрові ознаки репортажу: суспільна значущість, оперативність, інформативність, наочність (створення образної картини шляхом предметного опису деталей, наведення подробиць, відтворення

вчинків та реплік дійових осіб), динамічність (поетапний розвиток дії, наявність фабули). документальність (репортаж не може бути реконструкцією події або творчою вигадкою). З. Годунок та О. Костюченко до структурних елементів репортажу пропонують відносити «історію», «позицію чи голос щодо дії чи події тих людей, які до неї долучені», «саму дію чи подію та порядок її розгортання» (Годунок, Костюченко, 2026, с. 71).

Враховуючи специфіку жанру, його гібридну природу, мультимедійну трансформацію, дуалізм підходів щодо суб'єктивного й об'єктивного, у наукових дослідженнях репортаж класифікується за різними критеріями, що зумовлено наявністю різних типів. О. Бикова виділяє такі різновиди репортажу: художні, подієві, спеціальні, історичні, а також репортажі-застереження, репортажі-розслідування» (Бикова, 2009, с. 38). Ю. Коваленко виокремлює такі види: «інформаційний (подієвий) з одиничною подією; тематичний – з подією регулярною, розповідь про яку актуалізовано інформаційним приводом; змодельований (постановочний) – з подією, створеною автором-репортером; спеціальний – з реконструйованою подією, яка аналізується; проблемний (висвітлення конфліктної ситуації в суспільстві)» (Коваленко, 2014, с. 190).

«Жанр телевізійного репортажу найбільше, ніж інші, наближений до дійсності, тому що передбачає два основних правила: наочну відеорозповідь про подію та присутність репортера – автора на місці подій» (Лісневська, Коженівська, 2013). Науковиця П. Дворянин акцентує на видозміні телевізійного репортажу з часу повномасштабного вторгнення РФ в Україну. В умовах воєнного часу принципи свободи слова та загальноприйняті правила висвітлення подій були скориговані. Пріоритетного значення набув критерій доцільності / недоцільності розголошення інформації, що зумовило трансформацію жанрових характеристик та традиційних вимог до репортажу. «Попри впливи та виклики часу, репортаж все ж залишається найбільш інформаційним жанром, хоча й з великим відсотком суб'єктивності» (Потятиник, Лозинський, 2025, с. 25).

За основу класифікації телерепортажу взято науковий підхід, запропонований дослідниками А. Лісневською та Т. Коженівською, які виокремлюють такі різновиди:

- подієвий (фіксація, аналіз та перебіг запланованої або спонтанної події);
- тематичний (передбачає поглиблене вивчення теми оперативного матеріалу);
- художній (розповідь про життя з галузі культури або літератури, має ознаки нарисовості);
- проблемний (глибоке вивчення події через проблему, логічно побудований ланцюжок причинно-наслідкових зав'язків, елементи аналітики);
- спеціальний (відгук на значущу подію будь-якої сфери суспільного життя).

На основі проаналізованих новинних матеріалів телемарафону «Єдині новини» виокремлюємо найбільш артикульовані різновиди репортажів:

Подієвий: «Музиканти на вуличних концертах збирають гроші на авто для ЗСУ», «Україна 24», 18.04.2022; «У Херсоні знову курсують тролейбуси. У перший день після піврічної паузи набралось за півтори тисячі пасажирів», «Суспільне», 12.04.2023; «Двоє загиблих і вже 13 поранених в Сумах. На світанку терористи атакували місто дронами», «1+1», 22.11.2024; «Харків оговтується від чергової ночі терору: російський безпілотною влучив у житлову п'ятиповерхову», «1+1», 03.03.2025.

Тематичний: «На Заході України готуються до чергової хвилі переселенців», «ICTV» та «СТБ», 19.04.2022; «Зранку вчителі, а в позаробочий час в одній з полтавських шкіл шиють адаптивний одяг для бійців, яких лікують у шпиталях», «Рада», 24.11.2023.

Проблемний: «Окупована Херсонщина без зв'язку», «1+1», 02.05.2022; «Бути воїном – означає бути не лише сміливим та безстрашним, а й кмітливим. Коли ламається техніка, закінчуються набої наші захисники часто змушені вигадувати як компенсувати нестачу», «ICTV» та «СТБ», 10.04.2024.

Спеціальний: «Рік тому, 24 лютого, «Суспільне» вийшло в ефір з екстреним випуском новин. Це відбувалося паралельно з оголошенням воєнного стану в Україні», «Суспільне», 24.02.2023.

Художній: «Відновлення мистецьких установ: в Україні провели найбільший міжнародний артпроект року з назвою «Модуль тимчасовості», «1+1», 11.10.2023; «Документальний фільм є претендентом на «Оскар», «1+1», 07.03.2023; «У столиці творче об'єднання колишніх студентів-істориків проводить театралізовані екскурсії про відомих українців», «Рада», 25.05.2024.

За моніторинговий період в інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини» серед тематичних репортажів найбільш представлений *воєнний*. У період російської збройної агресії він не тільки інформує аудиторію про хід бойових дій та реальну ситуацію в країні, а й виступає засобом фіксації воєнних злочинів.

Дослідниця Н. Букіна відзначає, що український воєнний репортаж перебуває на етапі динамічної трансформації. Це зумовлено швидкими змінами на фронті, специфікою бойових дій та спробами пошуку нових варіантів висвітлення побаченого. Перші воєнні репортажі, на думку авторки, відображали найчастіше технічні характеристики озброєння, деталізацію тактик бойових угруповань. Пізніше більше уваги приділялось саме діалогам та використанням опису, щоб передати погляди і вчинки героїв. Медіарепрезентація дійсності у воєнних репортажах спирається насамперед на мілітарний контекст (Букіна, 2022, с. 132).

А. Калинів у праці «Авторське «Я» в телевізійному репортажі на воєнну тематику» наголошує, що основним детермінантом у підготовці телевізійного воєнного репортажу є його автор. Насиченість матеріалу емоційністю, модерація змісту та структурування залежить саме від суб'єкта творчої діяльності. Перед автором воєнного репортажу стоїть завдання не лише інформувати про хід бойових дій, воєнну обстановку та ризики, а й консолідувати суспільство, реагуючи на екзистенційні виклики для держави. Однак у репортажах актуалізується і виховна функція медіа. Тож автори матеріалів через репортажі повинні артикулювати національні наративи. Подолання дистанції між подіями, які висвітлюються, та споживачами інформації реалізується через персоніфікацію

репортерів. «Репортажу на військову тематику властиве відображення події крізь призму особистісного сприйняття автора, що створює «ефект співучасті» та «ефект присутності» глядача на місці події» (Калинів, 2024, с. 210).

У процесі виробництва воєнного репортажу особливу увагу варто приділяти формально-змістовим та професійно-етичним особливостям.

Згідно з наказом головнокомандувача ЗСУ, виданим у березні 2022 року, організація взаємодії між Силами оборони України і медіа базується на домовленостях щодо заборони розголошення стратегічно важливої інформації, яка може зашкодити національній безпеці, обороноздатності країни, зокрема:

- геопросторової та логістичної інформації (райони розгортання підрозділів, маршрути переміщення, місця розташування ППО, наслідки ударів по об'єктах критичної інфраструктури);

- інформації про планування ІІСО та інших операцій українськими військовими;

- тактичної та операційної деталізації (планування та перебіг військових операцій: напрямки наступу або оборони, бойові тактики, координація підрозділів, результати операцій у межах визначеної території);

- інформації про загиблих або втрату техніки та засобів ураження;

- результати ведення бойових дій, якщо таку інформацію не поширювали спершу офіційні представники Генштабу України або ж інших державних інституцій, що займаються оборонно-наступальним плануванням та його реалізацією (Національна спілка журналістів України, 2024).

На думку ізраїльських дослідників О. Джекмана та З. Рейха, однією із фундаментальних компетенцій репортерів, які висвітлюють війну, є конвертація складної воєнної інформації в доступну для широкої аудиторії форму. Суттєвим інструментом воєнкорів є доступ до закритих для загального загалу джерел інформації, якими володіють військові та політичні діячі. «Воєнна журналістика вимагає виняткового рівня міждисциплінарних знань. Наприклад, щоб зрозуміти системи ракетного руху та причини їх приземлення під певним кутом, потрібні знання з наук про Землю, фізики та балістики» (Ярошенко, 2024). Воєнкор, за

словами дослідників, не просто описує ситуацію на фронті чи в тилу, а шляхом використання відеоряду, закадрового тексту, прямої мови забезпечує контекстуалізацію подій, вибудовує причинно-наслідкові зв'язки, формує уявлення про героїв та розкриває основний концептуальний посил матеріалу (Ярошенко, 2024).

В інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини» найчастіше спостерігаємо події та тематичні репортажі воєнного спрямування: «Російські війська бомблять Маріуполь», «Суспільне», 19.04.2022; «Минулої ночі росіяни знову завдали удару по Запоріжжю», «Інтер», 06.12.2022; «Військовослужбовці інженерних військ нині мінують прикордоння Сумщини», «Суспільне», 25.11.2023; «Запоріжжя оговтується від останньої ворожої атаки: росіяни поцілили по житловим кварталам», «Рада», 10.01.2024; «У Харкові усувають наслідки нічного російського обстрілу», «ICTV» та «СТБ», 02.06.2025; «Десятки одиниць техніки і сотні солдатів. Росіяни вдруге за кілька днів пішли механізованим штурмом під Добропівлям», «1+1», 15.10.2025.

Аналізуючи інформаційні матеріали новинних випусків марафону «Єдині новини» упродовж 2022–2025 років, пропонуємо авторську класифікацію жанру воєнного телерепортажу. Нагальна потреба в поділі зумовлена трансформацією телевізійного контенту в період російсько-української війни, радикальними змінами умов його виробництва та розширенням наративних домінант у теледискурсі. На думку дослідників А. Калиніва та П. Дворянин, у площині комунікативної моделі «військові-журналіст-авдиторія» телевізійний воєнний репортаж є актуальною формою комунікації. Однак «сучасна концептосфера потребує переосмислення феномену воєнної журналістики, ширшої експлікації поняття та його адаптацію до нинішніх реалій» (Калинів, Дворянин, 2026, с. 39). Пропонуємо для використання авторську класифікацію воєнного репортажу періоду російської агресії в Україні:

1. Воєнний репортаж із фронту (включає телерепортажі про зброю, хід бойових дій, життя та побут військових, просування російської армії, історії військових, евакуацію цивільного населення).

2. *Воєнний репортаж з деокупованих територій.* Цей вид репортажу найчастіше артикулювався в перші місяці російсько-української війни.

3. *Воєнний репортаж із місць влучань* (телерепортажі, які фіксують наслідки російських атак по об'єктах цивільної та критичної інфраструктури, демонструють на загал вбивства мирного населення задля інформування аудиторії (як внутрішньої, так і зовнішньої) про геноцидні дії РФ.

4. *Воєнний репортаж із церемонії прощання та поховання.* Це специфічний за поданням і продукуванням телерепортаж, у якому інформування про події корелюється з етичною відповідальністю репортерів.

Кожна із запропонованих класифікаційних одиниць відповідає характеристикам телерепортажу, зокрема сюжетно-образній концепції (експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, перипетії, розв'язка). Натомість об'єкт відображення в запропонованих типах телевізійного репортажу про війну має іншу специфіку. Для нього характерна багат шаровість медіатизації.

Предметом відображення у воєнному телерепортажі *із фронту* є хід воєнних дій, історії військових про бойовий досвід, особливості роботи військовослужбовців із західною технікою, зміни в тактичних підходах противника, застосування військовими РФ різного типу озброєння. Вимоги до цього виду репортажу: дотримання норм воєнної цензури; нерозголошення даних про точне розташування військових підрозділів, маршрути пересування техніки, наслідки ударів у режимі реального часу; візуальна достовірність; контекстуальність події; уникнення надмірної натуралізації наслідків бойових дій, емоційної маніпулятивності та драматизації.

У матеріалі телеканалу «1+1» (05.06.2023) розповідається, як на Донеччині бійці 59-ої окремої мотострілецької бригади «завдають нищівних ударів, знищуючи ворогів» («1+1», 2023). За жанровими характеристиками він відповідає моделі *репортажу із фронту*. Матеріал розпочинається відеорядом із полів, де на фоні чути обстріли. Кілька секунд глядачі мають можливість слухати їх без коментарів, після чого репортер у кадрі наголошує, що «працює незрозуміло ворожа чи наша артилерія. Скоріш за все, це ГРАДи» («1+1», 2023). У стендапі

репортер описує місце, де ведуться бойові дії, не вказуючи населеного пункту / точних координат, акцентує лише на тому, що неподалік видно околиці Донецька, «поки що окупованого». Автор матеріалу з елементами ліризації описує кулемет, з якого українські військові ведуть вогонь на ураження: «Серія пострілів змушують старенького Максима трохи піддимлювати. Виготовлений ще в 40-их роках минулого століття, цей кулемет потребує особливого догляду. Десь підкрутити, десь не пошкодувати мастила, але працює він безвідмовно» («1+1», 2023). Сюжетна лінія репортажу подана через розповіді військовослужбовців, наприклад, із позивним «Ом»: «Ми стріляємо, коли ворог пересувається або був замічений»; «Бачите, сюди вже прилетіло. Якщо б цього не було, вже б три-чотири кулі були або в броні, або в мене в голові». Якщо «Ом» в матеріалі характеризує зброю та описує загальну ситуацію на фронті, то інші військовослужбовці розповідають про досягнення бригади, її бойові завдання: «Посадку проглядаємо, спостерігаємо їхні просування. Поки вони даліше просунутися не можуть. Пробують, періодично пробують» («1+1», 2023). Ключовий наратив репортажу – взяття в полон російських військових. «Дехто з полонених ще й дякують, що взяли. Визнають, що це їхній єдиний шанс, щоб вижити» («1+1», 2023), – повідомляє в закадровому тексті репортер. У матеріалі військовополоненого показують із відкритим обличчям (без ретушування), що є порушенням Женевської конвенції про поводження з військовополоненими. Варто зауважити, що воєнний дискурс після повномасштабного російського вторгнення актуалізував проблему допустимості / недопустимості оприлюднення фото- та відеоматеріалів із військовополоненими («1+1», 2023). У фокусі полеміки було питання балансу між суспільним правом на інформацію та дотриманням норм міжнародного гуманітарного права, зокрема недопущення приниження людської гідності, розкриття надмірних персональних даних, створення умов для додаткової стигматизації тощо. Наприкінці репортажу транслюється й інший наратив – пріоритетність захисту держави над приватними інтересами особистості: «А вже у найближчому майбутньому саме такі зачистки поля бою допоможуть підготувати контрнаступ. Бійці сподіваються, що потім вже

можна буде повернутися додому. 8 місяців тому ось у цього кулеметника народилася донька. І за увесь час молодий тато бачив дитину лише двічі. Поки що він живе тут, на передовій, в окопі» («1+1», 2023). Використання значної кількості інтершумів посилює ефект присутності та документальності репортажу. Крім того, в кадрі є репортер із місця події, який перебуває в повному комплекті необхідного захисного спорядження, що візуально кодує зону зйомок як небезпечну. У закадровому тексті репортер використовує лексику, яка героїзує Збройні Сили України: «Сьогодні для окупантів буде гаряче»; «артилерія буквально розбирає на запчастини ворожий бліндаж, фактично змішує з чорноземом техніку окупантів, їхні укріплення і живу силу»; «вже за кілька годин під натиском ЗСУ від ворожих укріплень лишається хіба купка сміття». Коментарі українських військовослужбовців емоційно насичені й слугують просто свідченнями. Відеоряд не порушує етичних норм, які б могли травматизувати суспільство і не розголошує воєнних таємниць.

У випуску «ICTV» та «СТБ» (02.10.2024) транслявався матеріал про Курахове, від якого до лінії фронту близько кілометра, однак там і досі залишаються проживати майже дві тисячі місцевих мешканців. Доцільно зауважити, що у випусках систематично транслюються матеріали, у яких артикулюються проблеми евакуації жителів прифронтових територій. В новинних етерах репортери називають основні причини відмови людей покидати населені пункти, серед яких: занепокоєння щодо відсутності неналежних умов на новому місці проживання, небажання залишати власне домогосподарство та обмежені фінансові ресурси. «Аби заїхати у колись тилове Курахове, евакуаційний автобус виїжджає о 3 ранку» («ICTV», «СТБ», 2024), – наголошує в першому закадровому тексті репортерка, демонструючи на екрані кадри дороги зсередини транспортного засобу. Дорогою репортерка описує побачене: знищені адміністративні споруди, відсутність неушкоджених будівель. Після описового закадрового тексту, що ознайомлює глядачів із населеним пунктом, подається стендап, який не лише створює ефект присутності знімальної групи в місті, що є характерною рисою репортажного жанру, але й містить корисну інформацію про

чисельність місцевого населення на прифронтовій території. Вербальне озвучення цієї важливої інформації репортеркою в кадрі на тлі звукових ефектів, спричинених вибухами, сприяє посиленню візуально-смислової цілісності повідомлення. Комунікативна ефективність такого повідомлення є високою. Складність ситуації в місті описують також співробітники гуманітарної місії, які супроводжують знімальну групу. «Зв'язок у Курахове зникає. Додзвонитися нереально. Люди залишаються. Будемо, як то кажуть, альтернативними способами інформацію розміщувати» («ICTV», «СТБ», 2024), – зазначає один із волонтерів. Під час розклеювання паперових оголошень про можливість евакуації напрямок сюжетної лінії репортажу зміщується на місцеву мешканку, яка з порожнім бутлем у руках йде по воду, оскільки з комунікаціями обстановка в місті є критичною. «Там квартиру знімати немає за що. Місяць-два, а потім шукайте самі квартиру» («ICTV», «СТБ», 2024), – жителька пояснює свою відмову щодо виїзду. За словами репортерки, люди погоджуються виїжджати тільки тоді, коли удар припадає безпосередньо на їхній будинок. «Нема в мене хати. Згоріло. Що згоріло, що під землю пішло. Їсти нічого» («ICTV», «СТБ», 2024), – розповідає 80-літня вчителька української мови пані Люба. У закадровому тексті кореспондентка передає побачене всередині автобуса: «Автобус рушає. Біля вікна плаче 36-річна Ольга». Зі спілкування журналістки з цією жінкою стає зрозуміло, що до Курахового вони мешкали в Костянтинівці. Це вже другий переїзд їхньої сім'ї подалі від російських обстрілів («ICTV», «СТБ», 2024). Тривожність та критичність зображуваної ситуації виражена не лише вербальними висловлюваннями репортерки через кадровий текст та прямою мовою мешканців, а й за допомогою візуального ряду та постійного звуку руху автобуса, що додає події динамічності та напруженості. Дослідниця Ю. Коваленко характеризує цю особливість (динамічність) репортажу як «подання фактів не методом констатації, як в інших інформаційних текстах, а через опис події безпосередньо в процесі існування» (Коваленко, 2014). Згідно з її твердженням, «детальне з'ясування значення поняття події розкриває природу репортажного твору» (Коваленко, 2014). «Із заднього вікна автобуса видно, як

встає над побитим Кураховим сонце», – таким описом починає один із за кадрів репортажа («ICTV», «СТБ», 2024). У ньому вона наголошує на тому, що після того, як евакуаційний автобус рушив, один із місцевих мешканців отримав поранення. Потім розповідається про історію мешканки із котом, які жили на околиці Курахового і теж наважилися на евакуацію. Репортаж завершується смисловим акцентом на фразі волонтера «завтра все повториться знову».

У воєнних *телерепортажах із деокупованих територій* предметом висвітлення слугують наслідки бойових дій та окупаційного режиму, зруйновані інфраструктурні об'єкти, досвід життя місцевих жителів на ТОТ, трансформація їхнього стану в доокупаційний, окупаційний та постокупаційний періоди, резильєнтність громадян, причини швидкої або ж повзучої окупації, гуманітарна криза, свідчення місцевих жителів про різні види насильства, якого зазнали в окупації, воєнні злочини російських військових, колективна травма від пережитого, процеси відновлення соціального простору після деокупації. Вимоги до виробництва такого виду репортажу: конструювання наративів про наслідки окупації; уникнення надмірної натуралізації наслідків насильства та повторної травматизації постраждалих осіб; дотримання етичних норм при висвітленні контенту.

У телерепортажах із деокупованих територій простежується спрямованість на виключно емоційне сприйняття реальності та формування цілісної картини подій. Наприклад, в ефірі телеканалів «ICTV» та «СТБ» (09.04.2022) вийшов денний репортаж про початок ексгумації тіл у звільненій від російської окупації Бучі. «Щоразу після зйомок тут, у Бучі, ставиш собі питання, чи можуть бути кадри ще жахливішими, а зйомки ще страшнішими. І щоразу, коли повертаєшся сюди на нову локацію, де є нові злочини Росії проти людяності, розумієш, що межі звірств окупантів просто не існує. Тут на території храму є чергове, наймасовіше на сьогоднішній день поховання людей», – розпочинає репортаж із стендапу кореспондент телеканалу «СТБ» Артем Сорокін. Позаду нього – будівля церкви і перетягнута попереджувальна стрічка. Камери фіксують ексгумацію тіл, похованих біля храму в період окупації Бучі (березень 2022 року). У закадровому

тексті кореспондент акцентує на великій кількості чорних мішків, поруч з якими проставлені номери: «У них люди, яких вбили російські солдати під час окупації Бучі. Чи ти велосипедист, чи пішохід... По цивільному населенню загарбники вели вогонь без розбору» («ICTV», «СТБ», 2022). У матеріалі кореспондент висловлює як власні судження та відчуття, так і посиляється на свідчення очевидців. Це, наприклад, настоятель храму, який розповів: «Морг забитий тілами, там не працюють холодильники, бо немає світла. На вулицях лежать багато людей вбитих. А на кладовище добратися неможливо, бо всі автомобілі, які рухалися, обстріляні» («ICTV», «СТБ», 2022). Весь репортаж із деокупації супроводжують емоційно насичені відеокадри: мішки з тілами, розкопки тіл (важливо, що відзняті вони здалеку, а отже, не потребують блюру, бо не демонструють деталей, які могли б шокувати).

Центральним персонажем телерепортажу – місцева жителька Галина Максимівна, яка шукає безвісти зниклого сина. Зміна фокусу на місцеву жительку супроводжується використанням інтершуму одразу після прямої мови (синхрона) настоятеля храму. «По посадках вже ходжу. Ні дня, ні ночі немає спокою. Уже по всіх братських могилах шукала», – каже жінка» («ICTV», «СТБ», 2022). Під час спілкування з кореспондентом вона плаче, що є виправданим кадром у матеріалі. Особливість репортажів зі звільнених територій проявляється у надмірній емоційності людей: радість від деокупації та сум від воєнних злочинів російської армії.

Наступний епізод репортажу пов'язаний з історією Валентини Тимофіївни, яка, перебуваючи у стані гострої фази переживання щодо втрати своїх рідних, уособлює травматизацію суспільства внаслідок воєнних злочинів РФ. Під час окупації Бучі російські військові вбили її невістку та двох неповнолітніх онуків (4 та 9 років). «Я не можу без вас жити, мої дорогі. Для вас і пекла, для вас і варила, щоб ви не були голодні. Забрали фашисти прокляті, забрали моїх внучаток», – говорить жінка. Кореспондент переповідає зі слів Валентини Тимофіївни історію вбитої сім'ї. Текст візуалізує кадрами руйнувань Бучі, траурною атрибутикою та стихійними похованнями. На передньому плані – могила, де похована матір із

дітьми. Зверху по центру могили розміщений дерев'яний хрест, на якому написані імена вбитих. Він виступає маркером трагізму окупації, воєнних злочинів проти цивільного населення. На хресті кореспондент фокусує увагу, описуючи емоції Валентини Тимофіївни: «У чорній хустці. Сама. Поруч зі своїми» («ICTV», «СТБ», 2022).

Воєнний телерепортаж документує насильницькі смерті жителів Бучі внаслідок російської окупації, фіксує локації масових захоронень, демонструє реакцію влади та міжнародних партнерів України на воєнні злочини армії РФ. Історії передано через свідчення героїв сюжету (постраждалих), які є носіями колективної пам'яті.

Окремо варто зацентувати на тексті кореспондента. На відміну від політичних або економічних тем, які вимагають максимальної виваженості та неупередженості, у воєнних репортажах із деокупованих територій емоційність та красномовність у закадрових текстах та стендапах допустима, але з дотриманням етичних норм та професійних стандартів новинної журналістики. Кореспондент не може бути поза контекстом, беземоційно переповідаючи події, оскільки йдеться про репортерів українських телеканалів, для яких війна стала безпосередньою реальністю, а армія РФ чинить насильство проти їхніх співвітчизників («ICTV», «СТБ», 2022).

У новинному випуску телеканалу «Суспільне» (11.06.2022) транслювався воєнний репортаж із Бахмача Чернігівської області. Домінантним тематичним вектором матеріалу є репрезентація спротиву цивільного населення під час вторгнення російських військ у населений пункт. Центральною фігурою наративу постає житель Бахмача Сергій Шевченко, який намагався зупинити російських військових. Деталі події в матеріалі розповідає сам герой: «У мене закипіло. Вони давай рухатися. Я взяв велосипед і кинув на танк. Він переїхав і поїхав. Наступний їхав, я на другий кинув. А на третій танк застрибнув, думав, що його зупиню» («Суспільне», 2022). Перебіг інциденту з вікон будинків на мобільні телефони фільмували місцеві жителі, відео яких використав автор матеріалу, що дозволило надати візуального підсилення закадровому тексту. Організація

репортажу побудована на послідовному чергуванні причинно-наслідкових зв'язків. Наслідком героїчного опору чоловіка російським окупантам є зруйнований велосипед. Транспортний засіб зберігся, його також продемонстрували глядачам.

Репортажі з деокупованих територій можуть мати і позитивну розв'язку, яка позиціонується як життєствердний наратив воєнного періоду. Сюди можна віднести репортаж телеканалу «Україна 24» (16.05.2022), у якому розповідається про те, як місцеві жителі Димера, що на Київщині, під час окупації викрали бензовоз російських військових, а потім роздали паливо тим, хто цього потребував найбільше» («Україна 24», 2022). Матеріал кореспондент розпочинає аматорськими кадрами бензовоза, за кермом якого їде мешканка Київщини. Жінка на ім'я Світлана – одна із героїнь репортажу. Під час спілкування з кореспондентом розповіла, за яких умов побачила бензовоз і як їй вдалося рушити: «Я залізла, там був ключ. Завела і поїхала», – розповіла жінка. Закадровий текст кореспондента емоційно забарвлений, з використанням популярного з часу повномасштабної збройної агресії РФ проти України штампу про «другу армію світу», де ставиться під сумнів військова могутність противника. Натомість героїзуються українські захисники: «Військові так званої другої армії світу покинули свою техніку та кинулися навтьоки, коли наші почали їх обстрілювати» («Україна 24», 2022). Матеріал наповнений емоційними коментарями учасників та свідків події. А підводячи до їхньої прямої мови (СНХ), кореспондент використовує іронічну лексику «покреативили як зробити так, щоб окупанти не чіпали вантажівку», описуючи, як місцеві неподалік будинків у лісосмузі заховали бензовоз, прикривши табличкою заміновано. «За всю окупацію рашисти бачили його, але боялися підходити», – каже один із героїв репортажу» («Україна 24», 2022). Мовна стратегія, якої притримується кореспондент, посилює конструювання наративу цивільного спротиву, який візуально представлений живими розповідями очевидців та учасників подій. Маркований неологізм «рашисти» часто артикулюється в мовленні як героїв матеріалів новинних випусків телемарафону, так і самих журналістів («Одна людина

загинула. Це наслідки нічного удару по Кривому Рогу. Рашисти вгнали ракетами», «1+1», 05.12.2022; «106 авіаційних і чотири ракетних удари завдали рашисти впродовж минулої доби», «ICTV» та «СТБ», 06.03.2024).

Предметом висвітлення *воєнного телерепортажу із місць влучань* є фізіологічно-психологічна реакція цивільного населення на атаки армії РФ, руйнування цивільної або критичної інфраструктури, його типологію, постударне відновлення. Вимоги до цього виду репортажу: оперативне інформування про наслідки ракетно-дронових атак; використання узагальненої офіційної інформації; наявність коментарів очевидців, представників влади, рятувальників та правоохоронних органів, які забезпечують фактологічну достовірність матеріалу; дотримання професійних та етичних стандартів; уникнення сенсаціоналізації людського горя та демонстрації сцен, здатних порушити гідність постраждалих або загиблих.

Воєнні телерепортажі із місць влучань мають своєрідну специфіку підготовки, побудови та монтажу. Якщо в деокупованих населених пунктах фіксація кожної деталі важлива для документування воєнних злочинів Росії і проведення зйомок у таких зонах потребує офіційного погодження, то висвітлення наслідків ракетно-дронових ударів по об'єктах цивільної інфраструктури часто супроводжуються суперечками через спроби правоохоронців заборонити журналістам потрапити на місця влучань. «Після російських атак українські журналісти фіксують наслідки обстрілів мирних населених пунктів. Це не лише репортажі, а й докази для майбутніх судів щодо воєнних злочинів РФ. Проте іноді роботі журналістів перешкоджають – як цивільні, так і правоохоронці» («Фронтлайнер», 2025). Важливою тут є і психологічна готовність працювати на таких місцях та спілкуватися з постраждалими атак, їхніми рідними.

З початку російсько-української війни і до кінця 2025 року кількість матеріалів щодо наслідків обстрілів військовими РФ українських міст зростає. В ефірі телеканалу «Ми – Україна» від 2 травня 2023 року транслювався репортаж із Павлограда Дніпропетровської області, у якому висвітлювалися масштаби

наслідків ворожої атаки – пошкоджень зазнали 80 приватних будинків, 5 шкіл, амбулаторія та 24 багатоповерхові житлові будівлі. «Якби не вибігли, три-п'ять секунд і нас не було б», – розповідає кореспондентці місцевий житель Сергій. Спілкування відбувається на фоні руйнувань. «Ударною хвилею повністю знесло покрівлю і сусіднього будинку, – йдеться у матеріалі, – тож люди взялися накривати дах тимчасовою плівкою. На дворі були, тікали. З дому вибігли і на дорозі були. Біля колодця лежали. Дома небезпечно було», – розповідає мешканець Павлограда Василь («Ми – Україна», 2023). У мовленні учасників подій, закадровому тексті кореспондентки та підведенні ведучої у студії простежується безпековий імператив, що актуалізує необхідність перебувати в укриттях під час повітряних тривог. Часто мапи повітряних тривог виводять окремими елементами студії та попереджають глядачів про небезпеку.

Особливості побудови воєнного репортажу проаналізуємо на прикладі матеріалу про ракетний обстріл Києва, внаслідок чого постраждала Національна дитяча спеціалізована лікарня «Охматдит» МОЗ України. Це репортаж із місця події в прямому ефірі, що передбачає елементи інтерв'ю зі спікерами та демонстрацію картинки в реальному часі. «Безпрецедентний злочин Російської Федерації, який ми бачимо просто зараз, який ми хочемо показати вам у прямому ефірі, як люди вимушені відкопувати з-під завалів дітей... Це найбільша дитяча клініка і навколо мене я бачу, що постраждали всі корпуси», – заявляє кореспондентка Наталія Нагорна. Цими словами вона фіксує ефект присутності на місці події, емоційно залучає аудиторію, підкреслюючи порушення норм гуманітарного права. Перш ніж перейти до аналізу передісторії події і деталізованого опису зафіксованих руйнувань, кореспондентка спілкується з Міністром охорони здоров'я Віктором Ляшком. Посадовець не надавав оперативної інформації щодо кількості постраждалих, лише уточнив: «Зараз організована ліквідація наслідків надзвичайної ситуації. Ми будемо розуміти за певний час, кого евакуювала швидка, а хто потенційно може бути під завалами» («1+1», 2024). Цей коментар є важливим у контексті висвітлення такої резонансної події, оскільки сприяє стриманішому формуванню суджень і

суспільного сприйняття. У випадках, коли інциденти стосуються травматизації дітей, посилюється емоційно-експресивна складова репортажу. Одночасно в кадрі на задньому фоні зафіксовано десятки людей, які розбирають завали. Це і медики в закривавлених халатах, і просто цивільні, що долучилися до процесу розборів. Кореспондентка наживо описує, що відбувається на місці події, а оператор візуалізує це шляхом переміщення камери, використовуючи записаний до прямого включення відеоряд, що демонструє наслідки ударів за межами лікарні («1+1», 2024).

У воєнному телерепортажі із церемонії прощання та поховання предметом відображення є бойовий шлях військовослужбовців та їхній досвід героїчного спротиву. Сакральність таких подій, поведінка людей на похоронах і карбування легітимізації втрати потребують особливої уваги журналістикознавців і медійників-практиків, щоб удосконалити підходи до їх висвітлення. Призначення репортажу – формування колективної пам'яті, меморіалізація подвигу загиблих та вираження суспільної скорботи. Основні вимоги до цього виду репортажу: висвітлення церемонії прощання з акцентом на символічних елементах державної та військової шани; дотримання етичних норм, коректне представлення інформації про загиблих, уникнення розкриття чутливих деталей обставин смерті без суспільної необхідності; неприпустимість надмірного емоційного забарвлення; використання нейтральної лексики, уникнення оціночних суджень; візуальний ряд повинен супроводжуватися загальними планами, фіксуючи церемонію прощання без деталізації приватних моментів скорботи, з огляду на відсутність згоди родичів.

Наприклад, у новинному випуску телеканалу «1+1» (22.02.2025) глядачам продемонстрували репортаж «З Майдану – на війну. У Луцьку попрощалися із 40-річним Героєм Андрієм Серганчуком на псевдо «Фестиваль». У матеріалі кореспондентка наголошує, що «саме з Революції Гідності розпочалася і його війна», при цьому демонструються архівні фотографії з Майдану. Репортаж містить спогади друзів та побратимів, їхні коментарі звучать на фоні церковних співів під час прощання, що створює емоційний контекст, підсилює ефект

присутності та втрати, тобто відбувається взаємодія вербального і невербального аудіоканалів. Крім цього, у репортажі транслуються кадри архівного інтерв'ю, у якому Андрій розповідав те, як вдалося втримувати Донецький аеропорт у найгарячіші дні. Ці кадри затемнені, що характерно для чорного кольору як візуального коду, який символізує втрату. «За словами побратимів, Андрій був безстрашним. Пригадують, як через ворожий блокпост біля аеропорту, попри небезпеку, провозив гранати» («1+1», 2025), – ділиться з глядачами у закадровому тексті кореспондентка. В останньому закадровому тексті глядачам розповіли, що воїн загинув внаслідок влучання російського дрона. Завершальними в репортажі є кадри, як накриту національним стягом труну з тілом воїна проносять повз людей, що стоять на колінах, як символ поваги, шани і вдячності (рис. 2.6).



Рис. 2.5. Скрин із воєнного репортажу про прощання з військовим

Кожен із запропонованих типів воєнного телерепортажу вирізняється унікальністю та специфікою побудови відеоряду залежно від місця, часу, події, етичних норм та професійних стандартів новинної журналістики, безпекових викликів, динаміки інформаційного телемовлення. У воєнних телерепортажах із церемонії поховань та прощань із військовослужбовцями, волонтерами та цивільними, яких вбила армія РФ, дата, час та місце для медіа відомі заздалегідь. Репортери можуть підготуватися, прочитати додаткові відомості, ознайомитися через відкриті джерела з людьми, які можуть відвідати прощання, щоб бути готовими записати їхні коментарі. Зйомки воєнних репортажів на фронті також здійснюються планово і під протекцією та за координації пресофіцерів підрозділів. Їхня трансляція в телеефірі можлива лише після перегляду та

відсутності заперечень із боку військового командування, щоб не нашкодити ЗСУ. Перед виїздом у зону бойових дій репортери формують попередній перелік тем, тематичних фокусів, бажаних спікерів, з якими прагнуть поспілкуватися. У репортажах із місць влучань по об'єктах цивільної інфраструктури принцип попереднього планування та підготовки є неможливим, оскільки не можна передбачити часово-просторової локалізації ракетно-дронових атак.

Принципи побудови відеоряду різних типів воєнних телерепортажів відображено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5. Принципи побудови відеоряду різних типів воєнних телерепортажів

<i>Тип воєнного телерепортажу</i>	<i>Принцип побудови відеоряду</i>
Воєнний репортаж із фронту	Без зайвої романтизації війни; дозволене використання трясучих кадрів (посилює присутність знімальної групи на місці події); дозволяється знімати не всі елементи та об'єкти на місці події; тіла загиблих зображуються з ефектом блюру або розмивання; шок-контент під заборорою; під час зйомок військовополонених необхідно дотримуватися міжнародних конвенцій; питання-маркери для знімальної групи, яка працює на фронті: «Чи не зашкодить відзняте Україні?», «Як ворог може використати цю інформацію проти України?». Обов'язковою складовою відеоряду виступає інтершум
Воєнні репортажі з деокупованих територій	Використання порівняльного підходу «до» та «після» сприяє чіткому уявленню про масштаби руйнувань, наслідки життя в окупації; обов'язковий елемент відеоряду – це плани зруйнованих/понівечених національних символів та вказівників або ж об'єктів цивільної інфраструктури; емоційність місцевих жителів, звільнених з окупації. Інтершуми теж виступають як фрагменти відеоряду
Воєнний репортаж із місць влучань	Акцент на емоціях та поведінці власників житла, масштабах руйнувань, роботі ДСНС та інших служб; фокус на деталях: розкидані іграшки, понівечені фото, порожні гойдалки (фрагменти, притаманні відеоряду, що зображують трагедію загибелі дітей), квіти, які несуть на місця прощання; відео зсередини зруйнованих будівель; пакунки, у які люди збирають свої пожитки. Інтершуми теж виступають як фрагменти відеоряду
Воєнний репортаж із церемонії	Обмежене використання крупних планів;

прощання та поховання	недоцільне зображення емоцій родичів, які можуть перебувати в пригніченому або надемоційному станах; повага до приватності рідних, друзів, колег загиблих; увага до деталей (фото загиблого, синьо-жовті квіти, національний стяг), масштабність церемонії (зобразити траурну ходу або колону в русі). Інтершуми як фрагменти відеоряду. Доцільне використання додаткового відеоряду з архіву загиблого/загиблої (за наявності та згоди рідних)
-----------------------	---

Аналізуючи новинний відеоконтент, спостерігаємо розмивання жанрових меж телевізійного репортажу. Динамічність розвитку подій, відхід кореспондентів від суто фактологічного інформування, додавання прогнозів та узагальнень зумовлює трансформацію інформаційного репортажу шляхом інтеграції окремих елементів аналітичного жанру. Такий формат ще не відповідає класичній репортажній аналітиці, проте виходить за межі суто інформаційного репортажу з місця події.

До репортажу відносимо і пряме включення кореспондента із місця події, тобто *прямий репортаж*. Дослідник В. Головецький відзначає, що «прямий репортаж транслюється в ефір у момент здійснення дії та проводиться за допомогою пересувної телевізійної станції (ПТС)» (Головецький, 2016). З огляду на трансформацію комунікаційних технологій, на сучасному етапі ввімкнення кореспондентів у прямий етер відбувається не лише за допомогою ПТС. Цей спосіб використовують у випадку визначально важливих або масових подій. Поширеною практикою є ввімкнення за допомогою мобільних пристроїв зв'язку, використовуючи спеціальне програмне забезпечення (наприклад, LiveU Smart), встановлене на них. Такий підхід до телевізійного виробництва забезпечує редакціям максимальну мобільність та оперативність, мінімізує втрати у виробничій діяльності.

Технологія запису за трансляцією дозволяє показати подію повністю в зручніший для телеефіру час. На цих особливостях ґрунтується класифікація жанру за способом транслювання, відповідно до якої репортаж поділяється на прямий та фіксований (Коваленко, 2014). Репортаж методом прямого включення

журналіста в етер передбачає висвітлення події, яка відбувається в момент виходу новинної програми. Щодо воєнного репортажу, то йдеться про опис наслідків влучань російських ракет та дронів по об'єктах цивільної інфраструктури, закулісся міжнародних візитів та навіть пряме ввімкнення із зони бойових дій про ситуацію на фронті.

За результатами аналізу не усі прямі ввімкнення кореспондентів з оперативних подій відповідають телевізійній репортажності. Наприклад, у новинному випуску телеканалу «Інтер» (04.06.2024) у прямий етер виходить кореспондентка Юлія Зайцева. Підведенням до цього ввімкнення є слова ведучої: «Вибухало і на Сумщині. За добу сотня снарядів ударила по прикордонних населених пунктах. Детальніше про ситуацію на Сумщині та Чернігівщині готова розказати наша кореспондентка Юлія Зайцева» («Інтер», 2024). Ця інформація спонукає до очікувань, що кореспондентка буде щонайменше в одному із населених пунктів, який пережив атаку, і зможе якісним відеорядом забезпечити належний телевізійний опис того, що відбулося. Однак вона вмикається з нейтрального фону з міста Суми, озвучуючи інформацію, отриману від офіційних структур та використовуючи їхнє відео. «За добу було до сотні прильотів, щонайменше сім громад опинились під обстрілами – переважно з артилерії та мінометів». А згодом додатково описує ситуацію і на Чернігівщині («Інтер», 2024). Втрата ефекту присутності на місці події, обмеженість візуального компонента та використання суто офіційних джерел інформації за відсутності безпосередніх учасників або очевидців події зумовлюють невинуватність такого прямого ввімкнення, його функціональну необґрунтованість.

Аналогічна ситуація простежується в репортажі телеканалу «Інтер» (26.08.2023). Ведуча озвучує підводку: «У Нікополі загинув 59-річний місцевий мешканець. Сталося це напередодні увечері, коли окупанти обстріляли місто з артилерії. Пошкоджено п'ять приватних будинків, перебиті лінії електропередач. Про ситуацію в місті і в регіоні дізнаємося від Олени Мандалюк. Вітаю, Олено. Як тривають ці вихідні у вашому регіоні?» («Інтер», 2023). Кореспондентка

вмикається з однієї із вулиць Дніпра: «Вітаю, Анастасіє. Відносно спокійно. На Дніпропетровщині починаються вихідні, у військових адміністраціях просять враховувати підступність ворога і не нехтувати власною безпекою у разі оголошення повітряної тривоги» («Інтер», 2023). А потім розповідає про початок навчального року, формат навчання. Для цього використала відеокоментар голови Ради оборони Кривого Рогу Олександра Вілкула. Варто зауважити, що підведення і наповнення самого ввімкнення відрізняються. З огляду на відсутність відеоряду та героїв, пряме ввімкнення можна було б замінити жанром інформаційного повідомлення.

У проаналізованих новинних випусках телемарафону «Єдині новини» артикулюється інформаційний жанр *інтерв'ю*. Дослідниця Н. Симоніна подає таку дефініцію поняття «телевізійне інтерв'ю»: «Це аудіовізуальний продукт, що виникає у процесі спілкування журналіста зі спікером на теми, актуальні та цікаві для глядача, відзнятий за допомогою телевізійної техніки, що вийшов в ефір наживо або у запису» (Симоніна, 2012). Як зазначає С. Касьянова, це єдиний жанр, де наявність одного джерела інформації припустима і безальтернативна (Касьянова). Дослідники А. Тернова та Т. Захарс наголошують на тому, що інтерв'ю ділиться на два різновиди: 1) як складник і органічна частина відеосюжету; 2) цілісне інтерв'ю як окремий матеріал інформаційної програми (Павлик, 2025, с. 134). За роллю журналіста Е. Цуріна класифікує телеінтерв'ю на такі види: інформаційне, аналітичне, публіцистичне. До підвидів інформаційного інтерв'ю вона відносить інтерв'ю-факт, інтерв'ю-думка, оперативне, протокольне, блищопитування (Цуріна, 2021).

У межах інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» використання жанру інтерв'ю не є щоефірним систематичним явищем. На відміну від розмовних студій, де розгорнуті інтерв'ю виходять кожні пів години та становлять основу студійного формату, з якими чергуються новинні випуски.

У новинних випусках (переважно ранкових) жанр інтерв'ю представлений фрагментами спілкування ведучих із речниками Генерального штабу ЗСУ про перебіг подій на полі бою за минулу добу. За класифікацією Е. Цуріної, це

оперативний підвид інформаційного інтерв'ю. Залежно від телеканалу, який виробляє контент для марафону, ці інтерв'ю форматом прямого включення гостя в студію за допомогою спеціальних технічних засобів зв'язку тривають по-різному, але в середньому від трьох до шести хвилин. Жанр інтерв'ю представлений в таких матеріалах: «Минулої доби російські війська обстріляли майже 20 населених пунктів», «1+1», 07.03.2023; «Вночі в Одесі пролунало п'ять повітряних тривог», «ICTV» та «СТБ», 10.04.2024; «Зараз із нами наживо Владислав Волошин, речник Сил оборони Півдня», «Інтер», 16.10.2025.

Елементи інтерв'ю представлено у прямих включеннях кореспондентів зі студією, зокрема в тих випадках, коли він знаходиться не безпосередньо на місці перебігу події, а перебуває в кадрі на нейтральному фоні, інформуючи без достатньої ілюстративності. Таким чином, жанрові ознаки репортажності (репортажу наживо) значною мірою втрачаються, водночас цю форму складно кваліфікувати як повноцінне інтерв'ю. Поєднання елементів різних жанрів зумовлює гібридизацію репортажу.

Отже, за результатами аналізу констатуємо домінування в інформаційних випусках телемарафону коротких жанрових форм. Якщо у 2023 році репортажі становили 31,16 % від загальної кількості матеріалів, то у 2024 році – 27,06 %, у 2025 – 19,82 %. Кількість інформаційних повідомлень натомість із 66,17 % від загальної кількості матеріалів (2023 р.) зросла до 77 % (2025 р.). Доцільно зазначити, що жанр репортажу в контексті воєнних викликів набув нових змістових та структурних характеристик.

Висновки до 2 розділу

Результати аналізу матеріалів упродовж 2022–2025 років засвідчують домінантність воєнної тематики в новинних випусках телеканалів, що здійснюють виробництво медіаконтенту для марафону «Єдині новини». Воєнний дискурс зорієнтований на різні рівні соціокомунікаційної взаємодії: історії військовослужбовців та цивільного населення, рішення державних органів влади, міжнародні відносини та дипломатичний вектор. Упродовж аналізованого періоду

в новинних випусках спостерігаємо низький рівень представленості культурної (менше 2%) та спортивної тематик (менше 1%).

На основі аналізу новинних матеріалів представлено авторську класифікацію фреймів, критеріями формування якої є воєнний потенціал («професійність українського війська», «повернення територій», «зміна тактики бойових дій»), міжнародна залученість у воєнні процеси, суспільна активність та інституційна залученість влади.

У жанровій палітрі спостерігається домінантність коротких форм, зокрема жанру інформаційного повідомлення (66,17 % у 2023 році, 70,45 % у 2024 та 77 % у 2025). Другим за кількісним представленням в інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини» є репортаж. Жанр репортажу зазнає структурних та змістових характеристик під впливом повномасштабного вторгнення РФ в Україну, зумовлених специфікою висвітлення воєнних дій. З огляду на це, запропоновано авторську класифікацію воєнного телевізійного репортажу: репортаж із фронту, репортаж із деокупованих територій, репортаж із місць влучань, воєнний репортаж із церемонії прощання та поховання. Жанр інтерв'ю найчастіше представлений у ранкових випусках і подає аудиторії зведення із зони бойових дій.

РОЗДІЛ 3. РЕЦЕПЦІЯ НОВИННОГО КОНТЕНТУ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ»

3.1. Соціально-демографічна характеристика респондентів

З метою вивчення особливостей рецепції новинного контенту інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» було проведено два анкетування. Перше опитування охопило широку аудиторію споживачів контенту (150 респондентів) (Додаток И), друге було спрямоване на вивчення думки професійної спільноти журналістів (76 респондентів) (Додаток К). Такий підхід дозволив порівняти сприйняття новинного контенту з різних перспектив та виявити спільні й відмінні тенденції.

Представлення соціально-демографічної характеристики респондентів важливе для обґрунтування вибірки, підтвердження її різноманітності та глибини аналізу отриманих результатів. Вік, професійний досвід, освіта, зайнятість, соціальний статус респондентів, а також географія залученості до анкетування сприяють широкому охопленню опитаних, що підвищує довіру до результатів дослідження та якості отриманих даних.

Серед представників аудиторії в анкетуванні взяли участь 150 респондентів, які представляють різні соціально-демографічні групи. Соціально-демографічний профіль вибірки побудовано за принципом квотного відбору, що дозволило збалансувати респондентів за гендерною ознакою, віковими категоріями та освітньо-професійним статусом.

За гендерною диференціацією жінки становлять 60 %, чоловіки – 40 % (рис. 3.1).

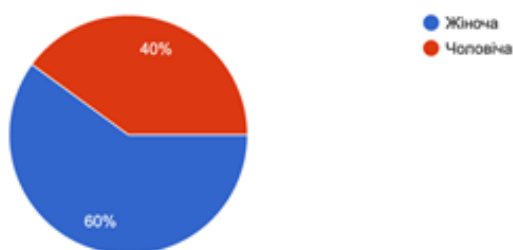


Рис. 3.1. Гендерна представленість респондентів

За результатами опитування респонденти були розподілені на п'ять вікових груп: до 18 років, 19–25 років, 26–45 років, 46–60 років та від 61 року. З них – 14,3% осіб віком до 18 років, 25,7% – 19–25 років, 44,8% – 26–45 років, 14,3% – 46–60 років, 0,9% – від 61 року. Найбільш включеними у процес опитування були респонденти 26–45 років (рис. 3.2).

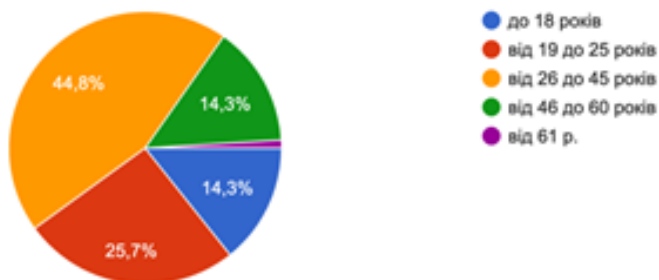


Рис. 3.2. Вік респондентів

Аналіз освітньої стратифікації вибірки засвідчив такі показники: 64 % – вища, 15 % – повна загальна середня, 9 % – професійна (професійно-технічна), 7 % – фахова передвища (рис. 3.3).

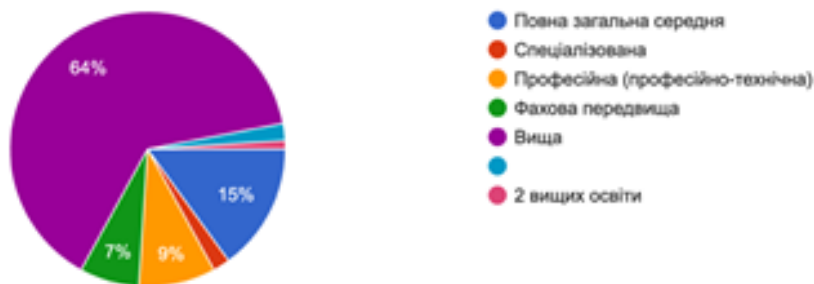


Рис. 3.3. Освітня стратифікація респондентів

У структурі вибірки за критерієм соціального статусу респондентів виокремлено кілька груп: працівники, тимчасово безробітні, пенсіонери, студентська та учнівська молодь. Думка школярів є важливою для розуміння того, наскільки традиційний телевізійний формат здатен конкурувати з платформними медіа щодо залучення уваги ювенальної аудиторії в умовах інформаційної війни. Серед респондентів особливу зацікавленість новинним контентом телемарафону

виявляють працівники (51,4 %) та студенти (35,1 %), найменшу – тимчасово безробітні (9 %), школярі (3 %), пенсіонери (1,5 %) (рис. 3.4).

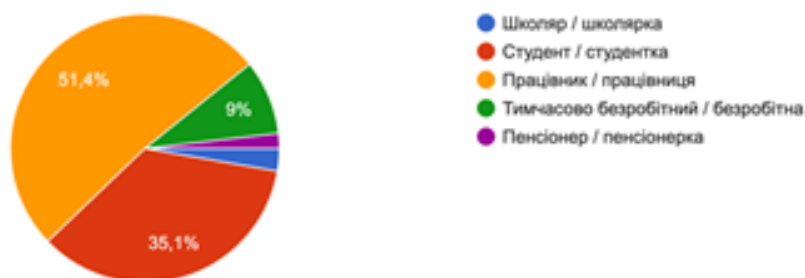


Рис. 3.4. Соціальний статус респондентів

З метою порівняльного аналізу емпіричну частину дослідження розширено шляхом анкетування серед працівників медіа (76 респондентів). Опитування дало змогу зіставити оцінки споживачів інформаційного контенту в межах потенційної глядацької аудиторії та експертного середовища. Формування вибірки відбувалося за методом цільового відбору (шляхом надсилання анкети через соціальні мережі).

Професійно-демографічна характеристика експертної групи включає загальні параметри (стать, населений пункт), досвід у медіагалузі та характер професійної діяльності. У межах соціодемографічного зрізу дослідницьку увагу сфокусовано на таких вікових категоріях: до 18 років, 19–25 років, 26–45 років, 46–60 років, від 61 року. Відповідно до результатів анкетування найбільш активними є респонденти віком від 26–45 років (73 %), суміжні вікові категорії (46–60 та 19–25 років) представлені в однакових пропорціях (13,5 %) (рис. 3.5).

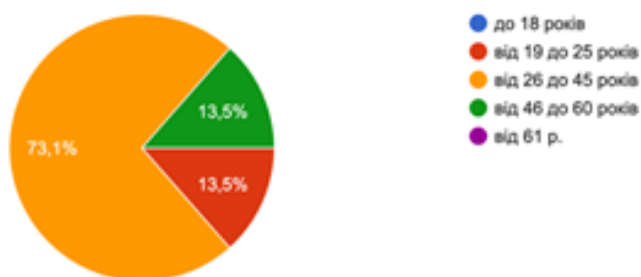


Рис. 3.5. Вік респондентів

Дослідження гендерного складу експертної групи засвідчило нерівномірне представництво: 82,4 % становлять жінки, 17,6 % – чоловіки (рис. 3.6).

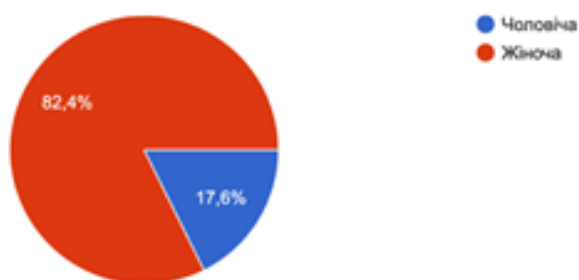


Рис. 3.6. Стать респондентів

В анкетуванні представлені думки медійників із Автономної Республіки Крим, Вінницької, Волинської, Дніпропетровської, Донецької, Житомирської, Закарпатської, Запорізької, Івано-Франківської, Київської, Львівської, Полтавської, Тернопільської, Херсонської, Харківської областей, міста Києва, а також із Фінляндії, Польщі та США (кореспонденти міжнародних медіа, які висвітлюють українську тематику). Це дає підстави для екстраполяції результатів дослідження на загальнонаціональний рівень (рис. 3.7).

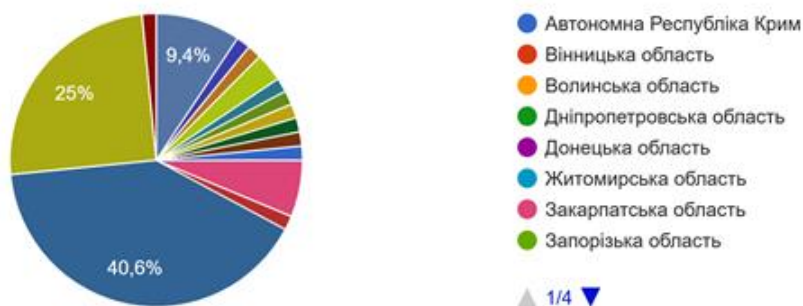


Рис. 3.7. Розподіл респондентів за регіонами

Респондентами виступили представники різних ланок медіавиробництва: журналісти, оператори, менеджери, лінійні продюсери, ведучі, редактори. Найбільш активними є дві категорії – журналісти (кореспонденти) та редактори. Частка журналістського складу становила 45,3 %, редакторів – 22,7 %, що сумарно складає абсолютну більшість опитаних експертів. Таке представництво є методологічно виправданим, оскільки дозволяє збалансувати емпіричні дані: з

одного боку, враховано позицію авторів медіатекстів (журналістів), а з іншого – стратегічне бачення суб'єктів прийняття редакційних рішень (рис. 3.8).

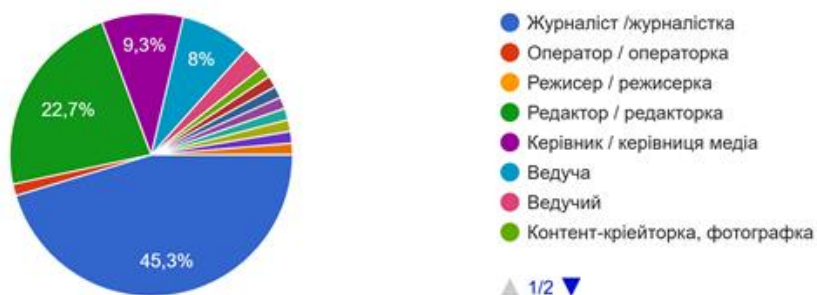


Рис. 3.8. Розподіл представників експертного середовища за зайнятими посадами

До вибірки свідомо не були включені чинні працівники телеканалів – учасників телемарафону «Єдині новини» (за винятком працівників «Суспільного мовлення», яке залишилось у межах телемарафону, але здійснює власне медіавиробництво) задля уникнення потенційного конфлікту інтересів та забезпечення неупередженості експертних думок.

Репрезентативність вибірки забезпечила залученість до опитування фахівців із різним рівнем професійного досвіду (від одного і до понад 20 років), які працюють в українських та закордонних медіа. У структурі вибірки домінують дві категорії – фахівці зі стажем від 6–10 років та 11–20 років, що забезпечує валідність результатів анкетування (рис. 3.9).

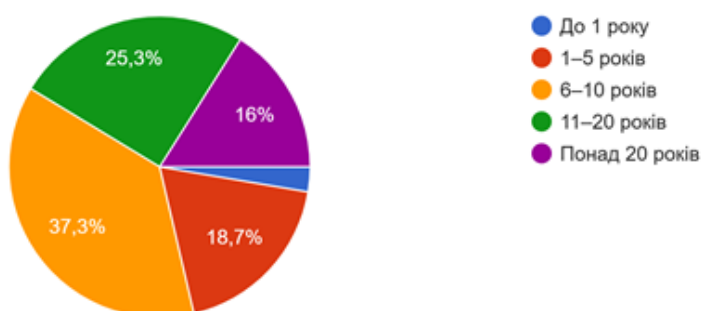


Рис. 3.9. Розподіл респондентів за стажем роботи в медіа

Важливою складовою анкетування є розподіл експертів за типом медіа (за охопленням та способом поширення інформації). Відповідно до результатів

зафіксовано такі показники: 53,9 % – представники загальнонаціональних медіа, 25 % – регіональних, по 10,5 % – місцевих та закордонних (рис. 3.10).

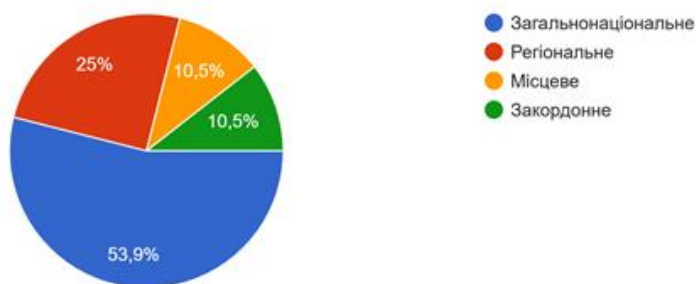


Рис. 3.10. Розподіл журналістів за типом медіа, які вони представляють

За способом поширення інформації найбільший сегмент респондентів сформували представники аудіовізуальних медіа (телебачення) – 52 %. Фахівці онлайн-медіа становлять 37,3 %, аудіальних (радіо) – 10,7 % (рис. 3.11).

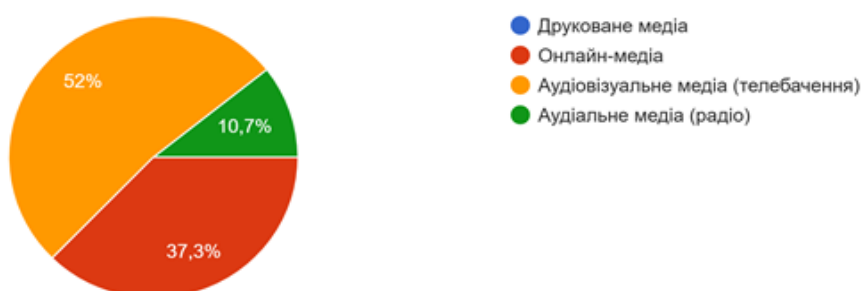


Рис. 3.11. Розподіл журналістів за типом медіа, які вони представляють

3.2. Сприйняття новинного контенту телемарафону масовою аудиторією та журналістською спільнотою

За результатами анкетного опитування отримано дані про мету використання новинних випусків телемарафону як джерела інформації для аудиторії та працівників медіагалузі, частоту їх переглядів, рівень довіри до інформації, відповідність новинного контенту інформаційним потребам та очікуванням респондентів, тематичні пріоритети та жанрову палітру матеріалів, стиль та якість подання новин, маніпулятивний вплив, формування фреймів у новинних випусках, доцільність подальшого функціонування телемарафону та

потребу його переформатування, рекомендації щодо покращення якості новинного контенту.

На запитання «Чи слугують для Вас джерелом інформації інформаційні випуски телемарафону «Єдині новини»?» 49,3 % респондентів відповіли «так», 50,7 % – «ні». Це засвідчує, що телемарафон є одним із важливих джерел інформації для значної частини аудиторії (рис. 3.12).

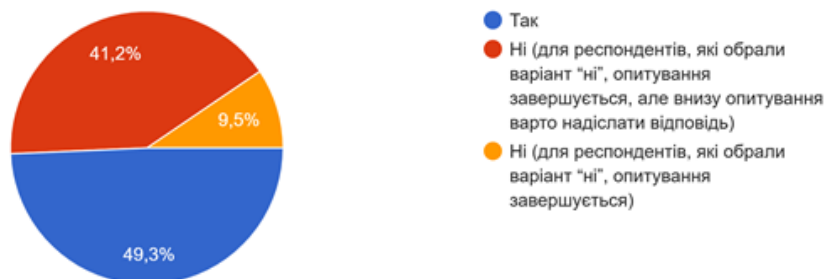


Рис. 3.12. Інформаційні випуски телемарафону як джерело новинної інформації для респондентів

За результатами анкетування новинні випуски телемарафону слугують джерелом інформації лише для 32 % опитаних журналістів, 68 % – обирають інші джерела (рис. 3.13).

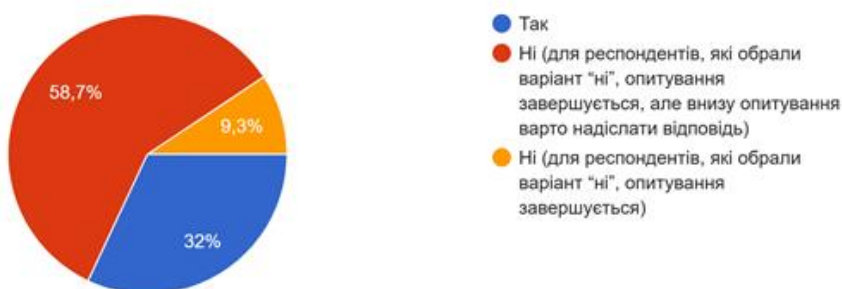


Рис. 3.13. Інформаційні випуски телемарафону як джерело новинної інформації для журналістів

Порівняно з потенційною глядацькою аудиторією, експертне середовище демонструє низький рівень зацікавленості контентом інформаційних випусків, що зумовлено критичним підходом до вибору джерел інформації, критикою формату телемарафону та великими обсягами споживання новинного контенту.

Результати дослідження констатують, що інформаційні випуски як джерело інформації є корисними для професійної спільноти журналістів, оскільки надають оперативну інформацію про хід бойових дій (28,9 % опитаних респондентів), слугують каналом верифікованої інформації (18,4 %), представляють різні точки зору на події / процеси (5,3 %) (рис. 3.14).



Рис. 3.14. Оцінка респондентами інформаційної цінності новинних випусків як джерела інформації

На запитання «З якою метою Ви використовуєте інформаційний контент телемарафону «Єдині новини»?» отримали такі відповіді: для моніторингу інформаційного порядку денного – 33,3 % опитаних медійників, відстежування наративів влади – 30,8 %, формування новинних стрічок – 12,8 %, підтвердження / спростування інформації – 7,7 %, для приватних цілей – 10,3 % (рис. 3.15).

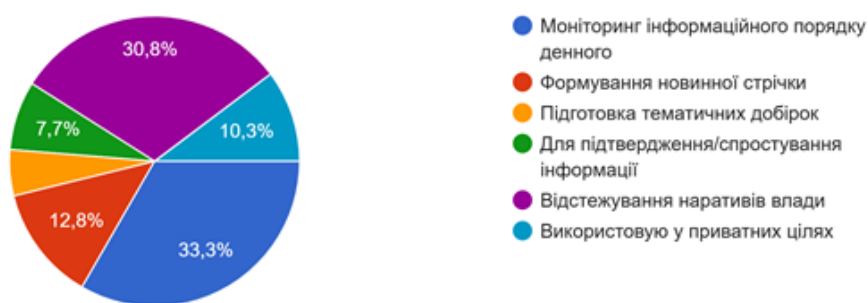


Рис. 3.15. Функціональне призначення інформаційного контенту телемарафону для експертного середовища

Задля виявлення рівня залученості аудиторії (глядацької) до споживання новинного контенту нами було запропоновано відповісти на запитання «Як часто Ви переглядаєте інформаційні випуски телемарафону «Єдині новини»?». Аналіз

результатів відповідей демонструє різний рівень частоти перегляду. 20,7 % респондентів переглядають інформаційні випуски щодня, 26,1 % – декілька разів на тиждень, 15,2 % – раз на тиждень, 38 % – рідко. Отримані результати засвідчують невисокий рівень щоденної залученості опитаної аудиторії щодо споживання новинного контенту телемарафону (рис. 3.16).

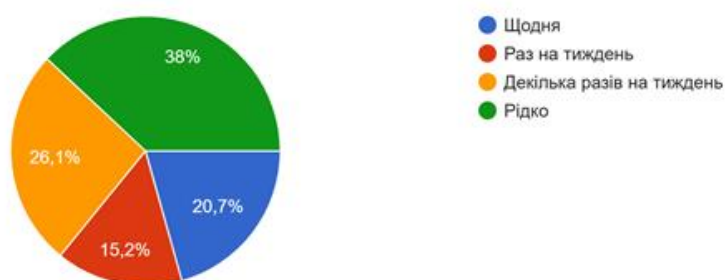


Рис. 3.16. Частота споживання новинної інформації з телемарафону опитаними респондентами

У професійній діяльності інформаційний контент телемарафону щодня використовують лише 17,5 % медійників, рідко – 72,5 %, декілька разів на тиждень – 10 % (рис. 3.17).

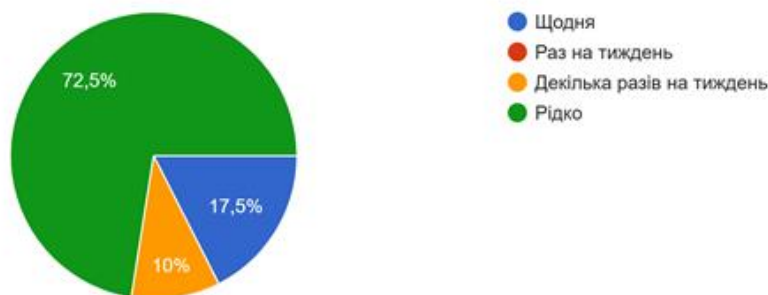


Рис. 3.17. Частота використання новинного контенту телемарафону в професійній діяльності журналістів

На запитання «Чи відповідає новинний контент телемарафону Вашим інформаційним потребам?» 52,2 % респондентів відповіли «частково», 32,6 % – «так», 15,2 % – «ні» (рис. 3.18).

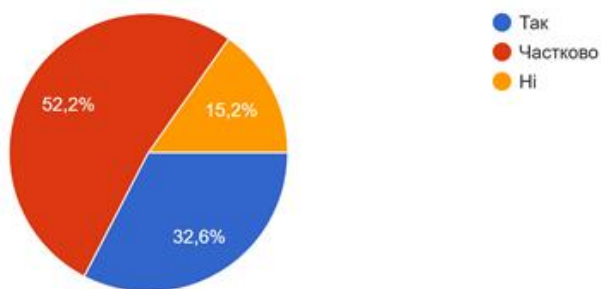


Рис. 3.18. Відповідність новинного контенту телемарафону інформаційним потребам аудиторії

Для дослідження важливо визначити рівень довіри респондентів до інформації, що транслюється в новинних випусках телемарафону. За шкалою від 1 до 5 рівень довіри до новинного контенту розподілився так: «1» – 10,9 % споживачів контенту, «2» – 3,3 %, «3» – 28,3 %, «4» – 33,7 %, «5» – 23,9 % (рис. 3.19). Середній показник становить 3,56, що свідчить про помірний рівень довіри.

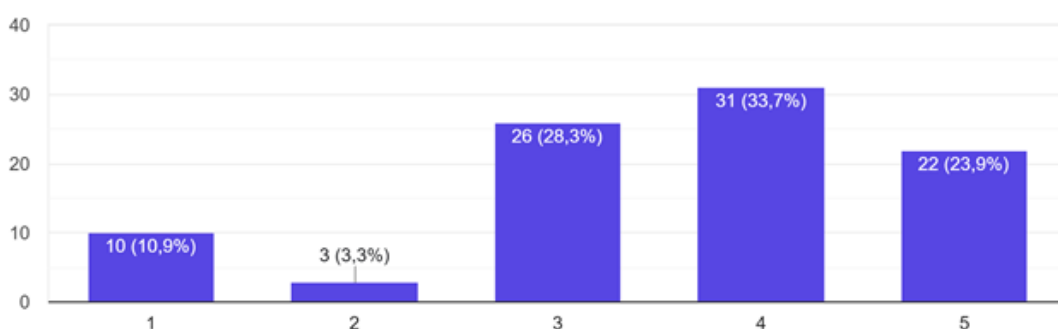


Рис. 3.19. Оцінка рівня довіри до новинного контенту серед респондентів (аудиторія)

Порівнюючи ці результати з опитуванням медійників, доцільно зазначити, що професійна спільнота демонструє нижчий рівень довіри: за аналогічною шкалою оцінку «1» поставили 10,3 % респондентів, «2» – 12,8 %, «3» – 30,8 %, «4» – 28,2 %, «5» – 17,9 %. Середній показник довіри серед журналістів становить 3,3 (рис. 3.20).

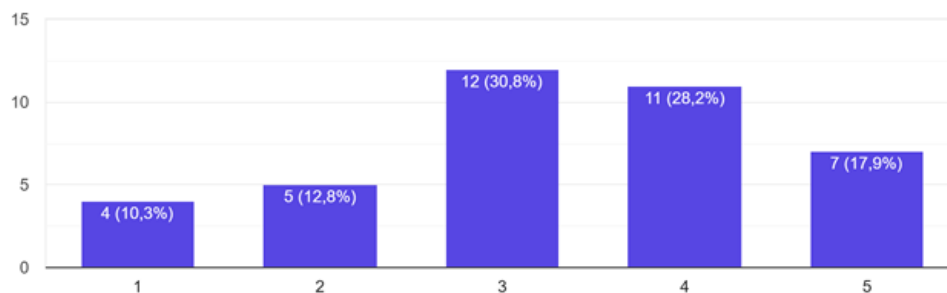


Рис. 3.20. Оцінка рівня довіри до новинного контенту серед журналістів

Рівень довіри до інформації, що транслюється в інформаційних випусках, серед глядацької аудиторії значно вищий, ніж серед представників професійного середовища.

Для виявлення тематичної спеціалізації медійникам було запропоновано відповісти на запитання «Над якою тематикою у професійній діяльності Ви працюєте найчастіше?». Результати відповідей дали змогу визначити тематичні напрями, які часто вони продукують: 42,1 % опитаних журналістів артикулюють політичні тематику, 25 % – соціальну, 10,5 % – воєнну (рис. 3.21).

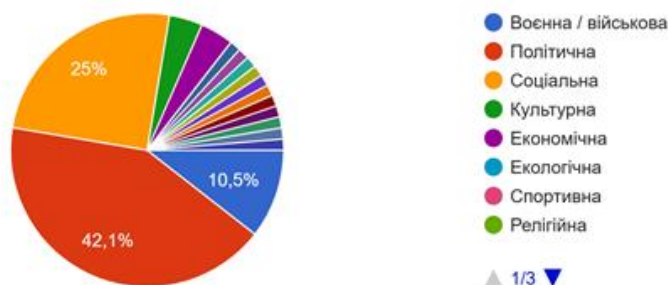


Рис. 3.21. Потенційне використання новинного контенту відповідно до професійної спеціалізації журналістів

Дослідження тематичної своєрідності новинних випусків телемарафону сприяло визначенню пріоритетних тем. За результатами опитування професійна спільнота найчастіше відстежує військову / воєнну (39,5 %) та політичну (36,8 %) тематики (рис. 3.22), споживачі контенту – також військову / воєнну (52,2 %) та політичну (25 %) (рис. 3.22). Вибір тематики залежить від редакційної політики каналу, актуальності подій та інформаційних потреб аудиторії.

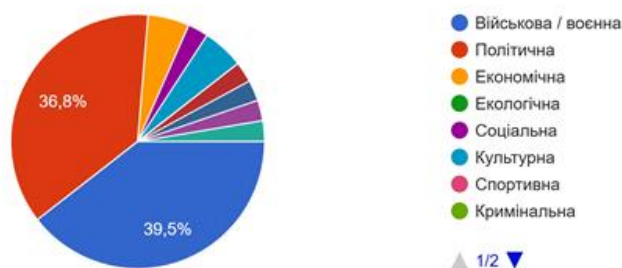


Рис. 3.22. Професійно значуща тематика новин для журналістів

Зіставлення даних контент-аналізу з оцінками експертного середовища (журналістів) та аудиторії уможливило експлікацію конструювання воєнної реальності.

У межах анкетування медійники вказали на домінування у новинному контенті таких тематичних векторів висвітлення російсько-української війни: хід бойових дій / ситуація на фронті (71,8 %), заяви українських та західних політиків і посадовців (56,4 %), відносини України з ЄС, НАТО (38,5 %), військова та гуманітарна допомога (23,1 %), мобілізація та демобілізація військовозобов'язаних (12,8 %). Менш представленими, на думку експертів, є: соціально-правовий захист військовослужбовців (7,7 %), соціальна адаптація внутрішньо переміщених осіб (5,1 %), волонтерська діяльність (5,1 %), вимушена міграція українців (2,6 %), соціальна політика щодо підтримки родин загиблих (2,6 %) (рис. 3.23).

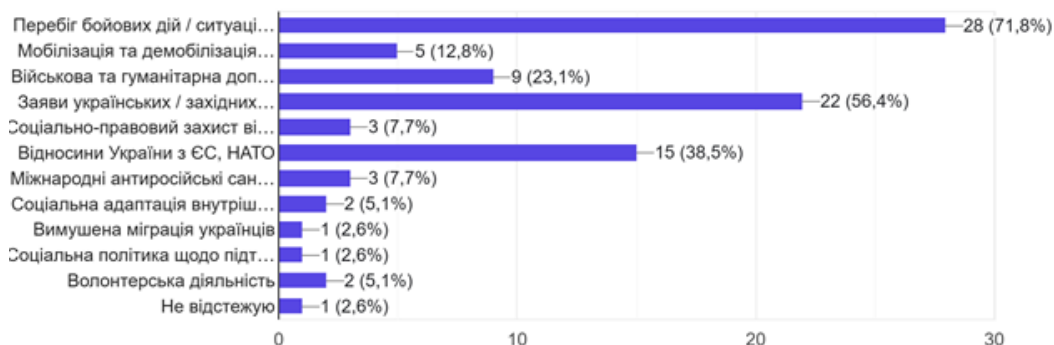


Рис. 3.23. Тематичні домінанти матеріалів (оцінка аудиторії)

Перехід від дослідження думок журналістів до аналізу рецепції аудиторії дозволяє з'ясувати кореляцію пріоритетності тем, задекларованих медійниками, з інформаційними запитами суспільства в умовах війни. Щодо пріоритетних

напрямів воєнної тематики в новинному контенті телемарафону, то респонденти виокремлюють хід бойових дій / ситуація на фронті (64,4 %), заяви українських та західних політиків і посадовців (10 %) (рис. 3.24).

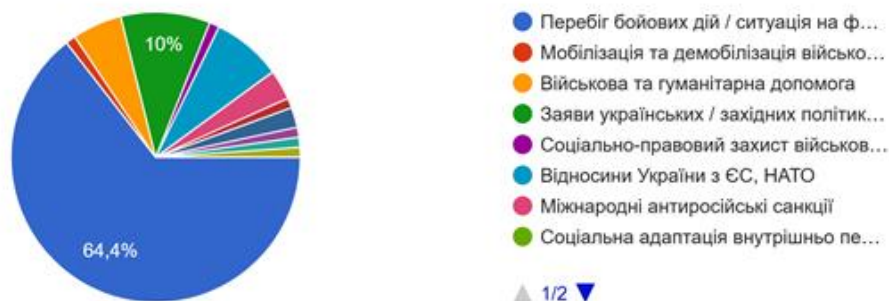


Рис. 3.24. Тематичні домінанти воєнного дискурсу (оцінка споживачів контенту)

Зіставлення думок журналістів та очікувань аудиторії дає змогу зафіксувати, яких саме тем не вистачає в новинних етерах телемарафону. Отримані дані свідчать, що журналісти та споживачі контенту акцентують на недостатності висвітлення тем внутрішньополітичних процесів в умовах війни, кризи політичних інституцій, критичному аналізі рішень влади, стану економіки України у воєнний період, фінансового забезпечення ЗСУ, правового захисту військовослужбовців, перебування українських військових у російському полоні, міграції українців, корупції як в органах державної та місцевої влади, так і в армії, порушень із боку ТЦК («бусифікації»), рекрутингу, ВПО, волонтерської діяльності, відновлення країни та її довгострокового розвитку, освіти в умовах війни.

Дослідження маловисвітлених проблем, пов'язаних із російсько-українською війною, демонструють лінійну кореляцію та високий ступінь ізоморфності поглядів журналістів та аудиторії. Результати опитування двох груп із зазначенням статистичного розриву представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1. Рецепція воєнних проблем інформаційних випусків телемарафону респондентами

Проблеми, які недостатньо висвітлені в інформаційних випусках телемарафону	Результати опитування експертного середовища	Результати опитування аудиторії	Статистичний розрив
Корупція в державних інституціях	52,6 %	42,4 %	10,2
Захист прав та соціальних гарантій військовослужбовців	34,2 %	36,5 %	2,3
Порушення законності та прав військовозобов'язаних у процесі мобілізації	31,6 %	34,1 %	2,5
Психологічна реабілітація військових та цивільних	18,4 %	29,4 %	11
Економічна ситуація в державі	26,3 %	24,7 %	1,6
Недосконалість механізмів державного обліку, пошуку та повернення полонених і зниклих безвісти	18,4 %	17,6 %	0,8
Правовий статус, соціальний захист та реінтеграція звільнених із полону захисників України	13,2 %	17,6 %	4,4
Екологічні наслідки російсько-української війни	23,7 %	16,5 %	7,2
Соціально-економічні проблеми інтеграції ВПО у громади	18,4 %	16,5 %	1,9
Проблеми відновлення соціальної інфраструктури на деокупованих територіях України	13,2 %	15,3 %	2,1
Шляхи та механізми забезпечення інформаційної безпеки держави в умовах війни	7,9 %	10,6 %	2,7

Як видно з таблиці 3.1, зближення позицій простежуються щодо таких тем, як недосконалість механізмів державного обліку, пошуку та повернення полонених і зниклих безвісти, економічна ситуація в державі, соціально-економічні проблеми інтеграції ВПО у громади, захист прав та соціальних гарантій військовослужбовців, порушення законності та прав військовозобов'язаних у процесі мобілізації, проблеми відновлення соціальної інфраструктури на деокупованих територіях України, шляхи та механізми забезпечення інформаційної безпеки держави в умовах війни.

Важливим для розуміння запитів та вподобань аудиторії та експертного середовища було запитання про оцінку якості подання новин телеканалами (за шкалою від 1 до 5) (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2. Оцінка респондентами якості подання новинного контенту телемарафону

Кількість балів	Результати опитування експертного середовища	Результати опитування аудиторії	Статистичний розрив
1	7,7 %	6,7 %	1
2	7,7 %	6,7 %	1
3	30,8 %	25,8 %	5
4	41 %	32,6 %	8,4
5	12,8 %	28,1 %	15,3

Як видно з таблиці 3.2, глядацька аудиторія та журналісти порівняно високо оцінюють рівень якості подання новин телеканалами, що здійснюють виробництво контенту для телемарафону.

На запитання «Які жанри найчастіше представлені в інформаційних випусках телемарафону?» 39,5 % опитаних журналістів зазначили інформаційне повідомлення, 36,8 % – репортаж, 15,8 % – інтерв'ю (рис. 3.25).

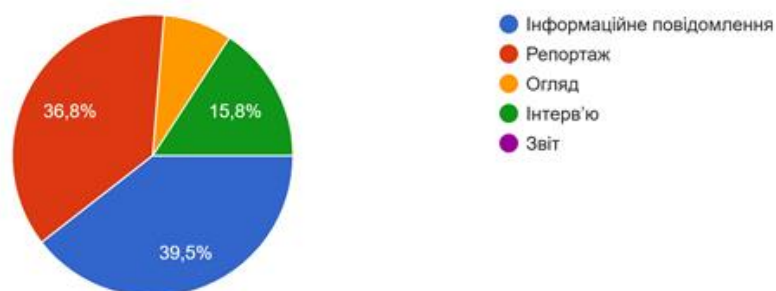


Рис. 3.25. Жанрова палітра інформаційних випусків телемарафону (оцінка журналістів)

Попри те, що для представників медіа було запропоновано обрати один варіант відповіді, глядацькій аудиторії дозволялося обирати кілька, з огляду на відмінність рівнів сприйняття та професійної експертизи. Однак домінантність жанру інформаційного повідомлення (59,1 %), репортажу (59,1 %) та інтерв'ю (35,2 %), як і у відповідях журналістів, зберігається (рис. 3.26).

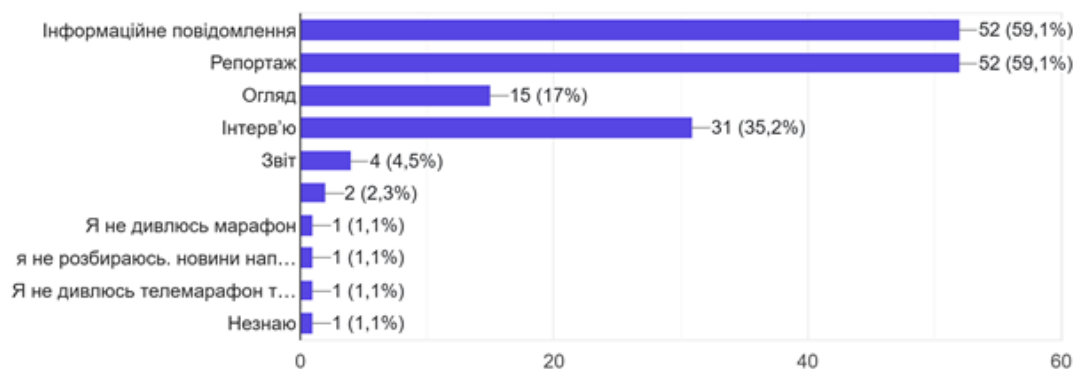


Рис. 3.26. Оцінка аудиторією жанрової представленості в інформаційних випусках

У контексті нашого дослідження важливо було з'ясувати використання фреймів у інформаційних випусках телемарафону. Більшість (42,1 %) опитаних журналістів відповіли, що часто деякі події в новинах подаються через певні інтерпретації або рамки (фрейми). 39,5 % зазначили, що іноді відстежували явище фреймування, 10,5 % – рідко, 7,9 % – не спостерігали взагалі (рис. 3.27). Результати цього опитування цінні з огляду на формування порядку денного та реальності телеканалами, що здійснюють виробництво інформаційних випусків телемарафону.

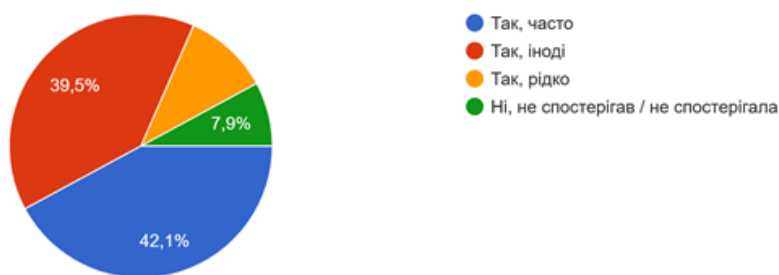


Рис. 3.27. Оцінка фреймування подій в інформаційних випусках телемарафону

За результатами опитування експертного середовища на формування фреймів у новинах телемарафону впливають такі фактори: державна інформаційна політика (43,2 %), політичні чинники (27 %), редакційна політика телеканалів (13,5 %) (рис. 3.28).

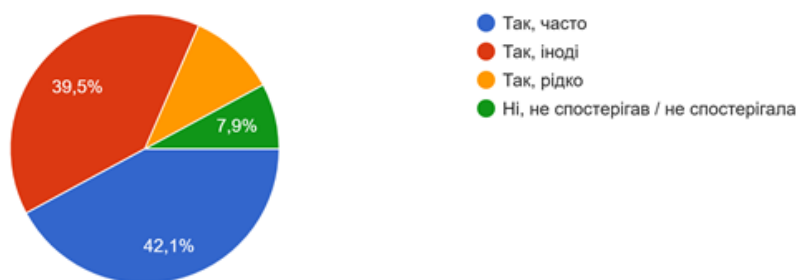


Рис. 3.28. Чинники впливу на фреймування подій в інформаційних випусках телемарафону

Респондентам (авдиторії та професійній спільноті журналістів) було запропоновано оцінити рівень дотримання стандартів виробниками інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини».

На запитання «Чи фіксували Ви в новинних етерах телемарафону порушення професійних стандартів новинної журналістики?» 47,7 % опитаних споживачів контенту відповіли «так», 52,3 % – «ні» (рис. 3.29).

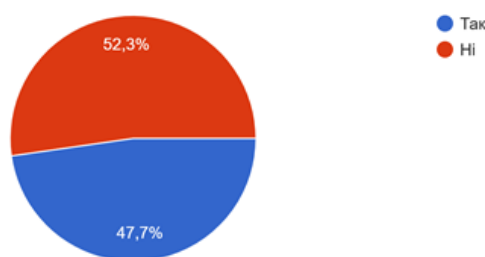


Рис.3.29. Наявність / відсутність порушень професійних стандартів новинної журналістики в етерах телемарафону (думки аудиторії)

Представники експертного середовища дали такі відповіді: «так» – 64,9 %, «ні» – 35,1 % (рис. 3.30)

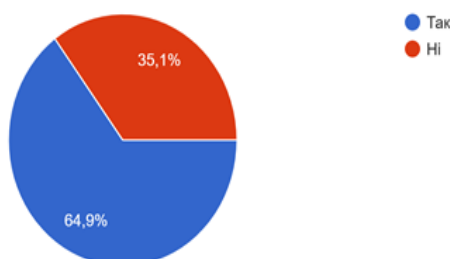


Рис. 3.30. Наявність / відсутність порушень професійних стандартів новинної журналістики в етерах телемарафону (думки експертного середовища)

Споживачі контенту вказали на порушення таких професійних стандартів новинної журналістики: балансу думок і точок зору (35,8 %), повноти інформації (24,5 %), відокремлення фактів від коментарів (18,9 %), достовірності інформації (15,1 %) (рис. 3.31).

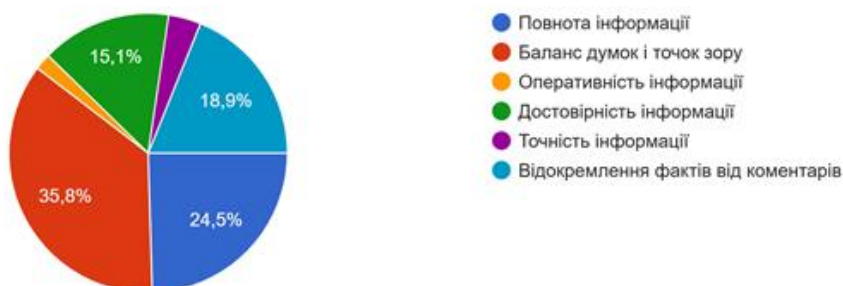


Рис. 3.31..Професійні стандарти новинної журналістики, які порушуються в інформаційних випусках телемарафону (оцінка аудиторії)

Медійники виокремили порушення таких стандартів: балансу думок і точок зору (60 %), відокремлення фактів від коментарів (16 %), повноти інформації (12 %), достовірності інформації (8 %) (рис. 3.32).

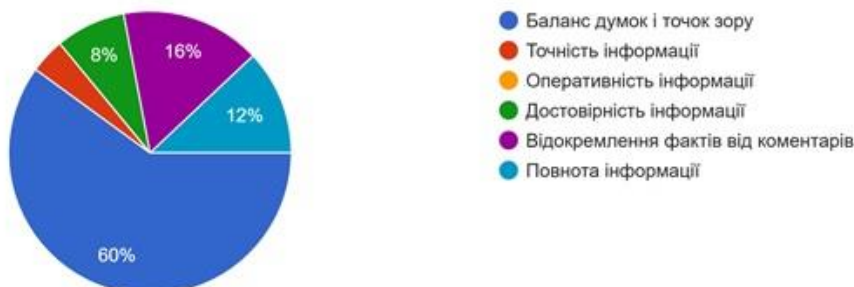


Рис. 3.32. Професійні стандарти новинної журналістики, які порушуються в інформаційних випусках телемарафону (оцінка експертного середовища)

На запитання «Які ознаки порушення стандарту оперативності інформації Ви спостерігали в новинних випусках телемарафону?» 53,8 % опитаних журналістів відповіли, що «свідомо подається запізніла інформація (коли йдеться про події із зони бойових дій)», 15,4 % відзначають «несвоєчасну подачу інформації», 7,7 % – «імітацію оперативності». 7,7 % відсотків не спостерігали таких ознак і стільки ж вказали «не можу відповісти».

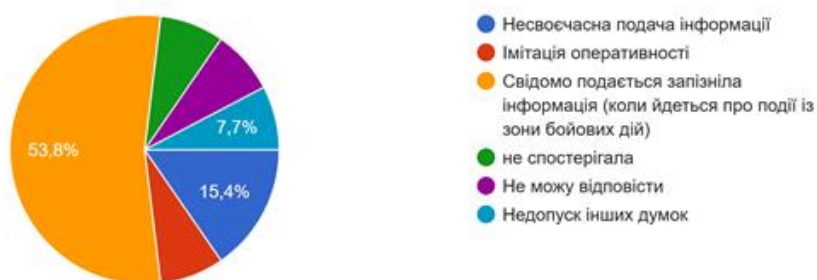


Рис.3.33. Ознаки порушення стандарту оперативності інформації в новинних випусках телемарафону (оцінка експертного середовища)

Щодо ознак порушення стандарту повноти інформації, то 38,9 % респондентів відповіли, що «в новинних випусках подається неповна інформація про подію», 33,3 % зацентували на «обмеженні стандарту повноти в новинному контенті про російсько-українську війну», 22,2 % – на «маніпулюванні бекграундом», 5,6 % зазначили, що «не можуть відповісти».

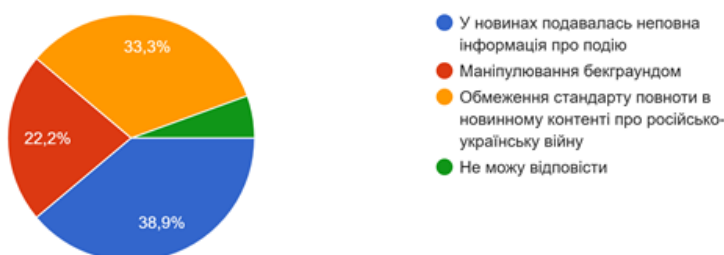


Рис. 3.34.Ознаки порушення стандарту повноти інформації в новинних випусках телемарафону (оцінка експертного середовища)

На запитання «На Вашу думку, які маркери свідчать про відсутність балансу думок у новинних випусках телемарафону?» отримали такі відповіді: 40,9 % опитаних журналістів вказали, що «різні сторони конфлікту представлені непропорційно як у смисловому, так і в кількісному відношеннях», 31,8 % – «викладена позиція однієї сторони конфлікту», 13,6 % – «експертна оцінка є заангажованою / експерт пов'язаний зі стороною конфлікту», 4,5 % – «представлені всі сторони конфлікту, проте одна із них маргіналізується, цитати вириваються з контексту або не стосуються суті проблеми», 4,5 % зазначили, що «не аналізували» (рис. 3.35).



Рис. 3.35. Ознаки порушення стандарту балансу думок у новинних випусках телемарафону (оцінка експертного середовища)

У новинних випусках телемарафону журналісти виділяють такі ознаки порушення стандарту достовірності інформації: «узагальнені посилання на джерела фактичного матеріалу (наприклад, Міноборони України, СБУ, Генштаб)» (50 % респондентів), «неадекватне (спрошене, викривлене) подання результатів дослідження / соціологічного опитування» (16,7 %), «джерело інформації неодноразово дискредитувало себе шляхом надання неправдивої інформації» (16,7 %), «джерелом інформації є група в соціальній мережі» (8,3 %).



Рис.3.36. Ознаки порушення стандарту достовірності інформації в новинних випусках телемарафону (оцінка експертного середовища)

За результатами опитування визначено, що в інформаційних випусках телемарафону простежено такі ознаки недотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів: «змішування фактів і оцінок: журналісти подають суб'єктивні судження як фактичну інформацію» (41,7 % респондентів), «артикулювання оціночних суджень журналістів» (33,3 %), «відсутність авторизації кожної висловленої думки» (25 %) (рис.3.37).

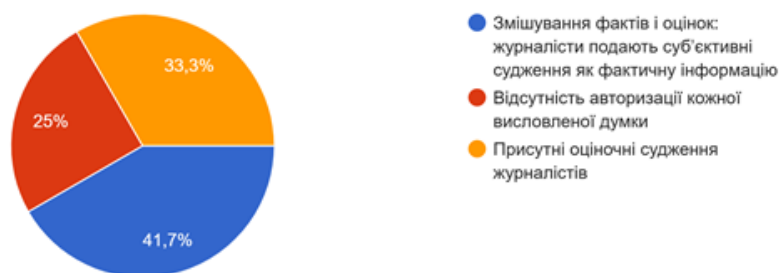


Рис. 3.37. Ознаки порушення стандарту відокремлення фактів від коментарів у новинних випусках телемарафону (оцінка експертного середовища)

На запитання «Які ознаки порушення професійного стандарту точності інформації Ви спостерігали в новинних випусках телемарафону? 50 % опитаних відзначають «наявність фактичних помилок», 16,7 % – «неточне цитування: перекручування, неадекватність подання цитованої мови», 16,7 % – «невідповідність відеоряду змістові повідомлень», 8,3 % – «ігнорування новин». 8,3 % – «не аналізували».

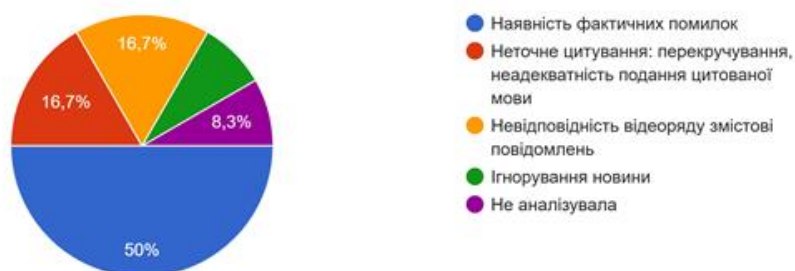


Рис. 3.38. Ознаки порушення стандарту точності інформації в новинних випусках телемарафону (оцінка експертного середовища)

З огляду на трансформаційні процеси в медіасистемі, розвиток нових медіа, суспільний та професійний інтерес, важливою є думка журналістів та аудиторії щодо доцільності подальшого функціонування телемарафону «Єдині новини». 45,3 % опитаних споживачів інформації вважають подальше функціонування доцільним, 27,9 % – не підтримують таку ідею, 26,7 % – зазначили, що їм «важко відповісти» (рис. 3.39).

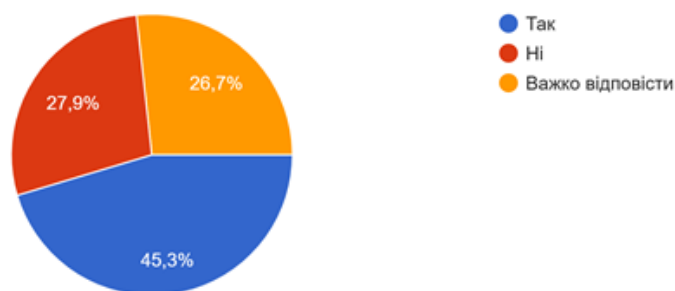


Рис. 3.39. Перспективи подальшого функціонування телемарафону (авдиторія)

Бачення журналістів відмінні від думок аудиторії: лише 11,4 % підтримують доцільність подальшого функціонування телемарафону, 54,5 % – ні, 34,3 % – зазначили, що їм «важко відповісти» (рис. 3.40).

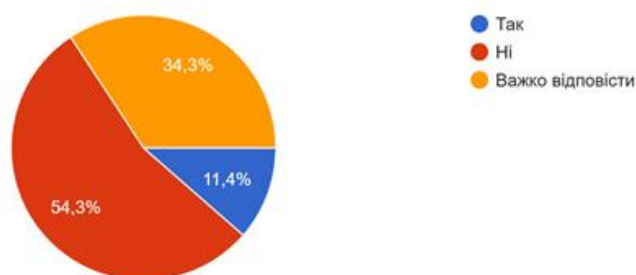


Рис. 3.40. Перспективи подальшого функціонування телемарафону (експертне середовище)

Відмінність у поглядах щодо подальшого функціонування телемарафону, на нашу думку, зумовлена різними інформаційними потребами, рівнями залученості в медіасистему та виробництво контенту, варіантами альтернативних джерел отримання інформації, професійно-критичним мисленням, чутливістю до дотримання журналістських стандартів та етичних норм.

Респондентам, які відповіли «так», запропоновано визначити доцільність подальшого функціонування телемарафону в контексті інформаційної безпеки держави. 47,4 % опитаної аудиторії та 38,9 % журналістів зацентрували на забезпеченні телемарафоном безперервного інформування громадян у період російсько-української війни, 28,1 % (споживачів контенту) та 33,3 % (медійників) – на консолідації інформаційного простору та протидії російській дезінформації, пропаганді, 17,5 % (авдиторії) та 11,1 % (працівників медіа) – залученості

широкого кола експертів та офіційних спікерів, що мінімізує кількість ворожих інфовкидів щодо подій/процесів (рис. 3.41, 3.42).



Рис. 3.41. Оцінка доцільності функціонування телемарафону як інструменту інформаційної безпеки (авдиторія)

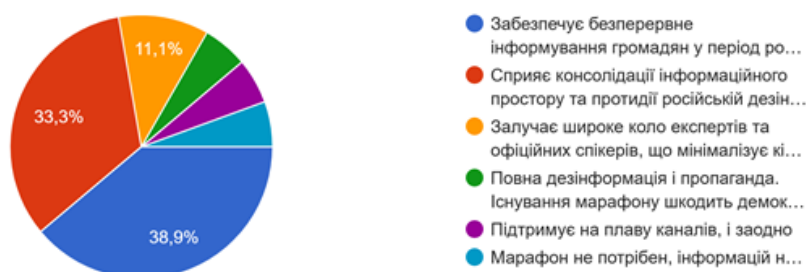


Рис. 3.42. Оцінка доцільності функціонування телемарафону як інструменту інформаційної безпеки (експертне середовище)

Співставлення результатів відповідей обох груп демонструє тотожні оцінки щодо доцільності функціонування телемарафону в контексті інформаційної безпеки. На нашу думку, схожість оцінок може вказувати на однакові підходи експертного середовища та глядацької аудиторії щодо визначення пріоритетних категорій інформаційної безпеки періоду російської збройної агресії в Україні. Також ці результати дозволяють окреслити основні параметри та складові медіаспоживання, з огляду на те, що інформаційні випуски телемарафону є елементами української медіасистеми в сучасному комунікаційному середовищі.

Відповідаючи на запитання «На Вашу думку, чи потрібно переформатувати телемарафон «Єдині новини»?», 33,3 % опитаної аудиторії вказали на потребу комплексного переформатування змістового та жанрового наповнення, 28,4 % – підтримують часткове переформатування, 14,8 % – вважають, що не потребує

переформатування, можливі лише незначні корективи, 17,3 % – переконані, що чинний формат є ефективним, 6,2% – не змогли відповісти (рис. 3.43).

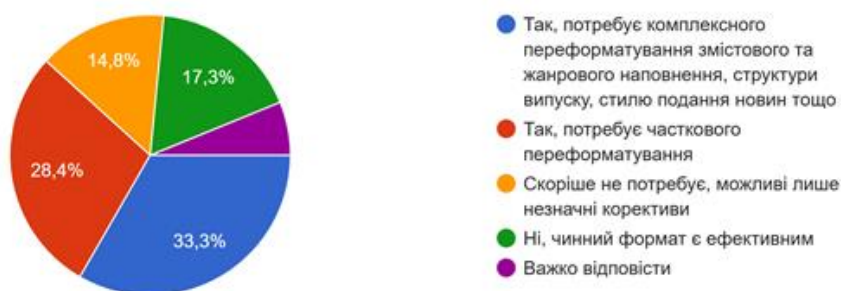


Рис. 3.43. Ставлення респондентів до необхідності переформатування телемарафону (авдиторія)

Щодо дослідження заявленого запитання серед експертного середовища, 55,6 % опитаних журналістів виступають за комплексне переформатування змістового та жанрового наповнення, 33,3 % – підтримують ідею часткового переформатування, 5,6 % – не потребує переформатування, можливі лише незначні корективи, 2,7 % – вважають, що чинний формат є ефективним, 2,8 % – обрали варіант «важко відповісти» (рис. 3.44).



Рис. 3.44. Ставлення респондентів до необхідності переформатування телемарафону (експертне середовище)

З огляду на представлені результати відповідей ідея «комплексного переформатування телемарафону» знаходить високий рівень підтримки як серед експертного середовища, так і аудиторії.

3.3. Рекомендації щодо покращення якості новинного контенту телемарафону

Телемарафон «Єдині новини» постійно перебуває у фокусі уваги експертного середовища, що зумовлено особливістю формату, державним фінансуванням інформаційного продукту, що виробляють телеканали задля протидії російській дезінформації та посилення інформаційної безпеки, викликами щодо загрози свободи слова через контрольованість владою наративів, які артикуюються в телеестерах.

В експертному середовищі ведуться фахові дискусії щодо формату телемарафону, доцільності його подальшої трансляції, якості медіаконтенту, порушення стандартів новинної журналістики тощо (табл. 3.4.1). Так, із 21 березня 2022 року контент телемарафону «Єдині новини» систематично аналізує ГО «Детектор медіа». Метою моніторингу є «допомогти редакціям формувати спільний етер ефективно та якісно для кращого інформування суспільства про поточні події. Предметом дослідження є аналіз ефірних сіток різних каналів, контент, який продукували редакції (сюжети, прямі ввімкнення, гостьові студії), дотримання та порушення стандартів інформаційної журналістики, етичних норм учасниками телемарафону, наративи російської пропаганди, фейки на її «підтвердження», прояви політичного піару, представлення в ефірі різних парламентських фракцій і депутатських груп тощо. Основні теми дня та спікерів оглядачі репрезентують аудиторії в резюме за підсумками дня, місяця, року» (Детектор медіа).

Медіаексперти акцентують на погіршенні якості значної частини етерів телемарафону, участі в них переважно провладних експертів, необхідності відведення слотів для єдиної новинної лінійки, самостійності вибору іншого контенту телеканалами (голова ГО «Детектор медіа» Н. Лигачова), ігноруванні «неприємних» для влади тем (журналістка видання «Цензор.нет» М. Данилюк-Ярмолаєва), ранжуванні тем, недоречності у воєнний період окремих тем, представлених у сюжетах і прямих ввімкненнях (медіаексперт І. Куляс) тощо (Таблиця 3.4.1.). На думку О. Довженка, телемарафон відіграв вагому «роль у збереженні української державності в перші місяці війни, однак на десятому місяці своєї діяльності дає більше приводів для критики» (Довженко, 2022). Він

зазначає, що «формально телемарафон не є каналом, не має спільної редакції, а його виробники координуються переважно на стратегічному рівні. Блоки, що чергуються у спільному ефірі, виробляють редакції з різними стандартами, різними пріоритетами (в тому числі й продиктованими інтересами власників чи політичних патронів), зорієнтовані на різну цільову аудиторію» (Довженко, 2022). Фахівці вважають, що телемарафон перетворився в інструмент політичного впливу (директор Інституту фронтиру Є.Глібовицький), його продовження є «симптомом прямої політичної кризи» (головна редакторка газети «День» Л. Івшина).

Таблиця 3.4.1. Критичний погляд експертів щодо особливостей функціонування телемарафону, 2022-2025 рр.

Дата	Експерт	Зауваження / рекомендації
02.06.2022	Н. Лигачова, голова ГО «Детектор медіа»	Дисбаланс експертів (представленість провладних та відсутність незалежних) у телемарафоні
31.08.2022	О. Довженко, медіаексперт	Використання телемарафону владою «для власного піару та зведення політичних поррахунків»; зростання кількості повторів матеріалів та імітація інформаційної журналістики
17.01.2024	М. Данилюк-Ярмолаєва, журналістка видання «Цензор.нет»	Ігнорування «неприємних» для влади тем
28.12.2022	О. Довженко, медіаексперт	Завершення спільного телемарафону у 2022 році залишило б його в історії українського телебачення «феноменом» і «телерадіодивом» (Довженко, 2022)
17.01.2024	Л. Івшина, головна редакторка газети «День»	Продовження телемарафону є «симптомом прямої політичної кризи»
10.01.2023	Н. Лигачова, голова ГО «Детектор медіа»	Відводити слоти для єдиної новинної лінійки, інший контент – на вибір телеканалів
09.08.2023 30.12.2023	І. Куляс, медіаексперт	Незручні теми для влади залишаються поза висвітленням у телемарафоні; недоречність у час війни окремих тем, представлених у сюжетах і прямих ввімкненнях
07.01.2024	Н. Лигачова, голова ГО «Детектор медіа»	Переформатування телемарафону: участь у ньому опозиційних медіа, створення наглядової ради
15.01.2024	О. Романюк, очільниця Інституту масової інформації	Через втрату аудиторії телемарафон потребує трансформації
01.04.2024	Я. Юрчишин, голова Комітету зі свободи слова Верховної Ради України	Необхідність зміни формату телемарафону та відновлення довіри до нього
24.09.2024	І. Куляс, медіаексперт	Незбалансоване та однобічне висвітлення внутрішньо-політичних процесів
15.01.2025	Є. Глібовицький, директор Інституту фронтиру	Перетворення телемарафону в інструмент політичного впливу
06.06.2025	Комісія з журналістської етики	Потреба осучаснення телемарафону

Аналізуючи позиції фахівців про доцільність / недоцільність функціонування телемарафону, констатуємо, що експерти артикулюють наративи щодо його переформатування. Н. Лигачова рекомендує долучити до виробництва контенту опозиційні медіа, створити наглядову раду, Я. Юрчишин – змінити формат та відновити довіру до нього, Комісія з журналістської етики – дотримуватися етичних норм та професійних стандартів новинної журналістики, модернізувати телемарафон.

Водночас не менш важливою складовою дослідження є вивчення запитів споживачів інформаційного контенту. Оцінки професійної спільноти журналістів та думок аудиторії сприяють комплексному розумінню новинного мовлення телемарафону, його переваг, проблемних аспектів. На основі проведеного анкетування подаємо рекомендації щодо покращення якості новинного контенту телемарафону, запропоновані опитаними респондентами, що представляють загальну аудиторію та професійну спільноту журналістів. На відкрите запитання «Які рекомендації Ви дали б виробникам телемарафону для покращення якості інформаційних випусків?» обидві групи респондентів надали розгорнуті відповіді, які демонструють як спільні, так і відмінні погляди на проблему. Опитані подають такі рекомендації: розширити тематичний спектр матеріалів; не уникати складних і «незручних» тем; висвітлювати особливості ментального здоров'я цивільних та військовослужбовців; медіатизувати життя військових, ВПО, родин загиблих, їх психологічну реабілітацію; урізноманітнити жанрову палітру матеріалів / структуру інформаційних випусків; зменшити кількість повторів однієї і тієї ж інформації упродовж доби; дотримуватись балансу хороших та поганих новин; звертати більше уваги на позитивні новини; висвітлювати історії успіху, зменшити кількість повторів інформації на добу, дотримуватися етичних норм та принципу «не нашкодь»; поважати гідність постраждалих та не експлуатувати людське горе; надавати більше контексту та глибокого аналізу подій; уникати пропагандистських наративів; регулярний зворотній зв'язок із глядачем.

З урахуванням пропозицій, наведених споживачами інформаційного контенту та професійною спільнотою журналістів, вважаємо за доцільне запропонувати власні рекомендації щодо покращення якості новинного контенту телемарафону «Єдині новини».

Розширення тематичного охоплення. При відборі тем для верстки новин потрібно орієнтуватися на такі критерії, як охоплення всіх сфер суспільного життя, відповідність запитам аудиторії, мінімальна орієнтованість на інтереси влади, людиноцентричність / україноцентричність та критичний погляд, що забезпечуватимуть релевантний підхід та всебічне висвітлення суспільно значущих подій, історій, центром яких виступатиме людина як суб'єкт суспільних відносин (рис. 3.4.1).



Рис. 3.4.1. Критерії відбору тем для інформаційних випусків телемарафону

Результати проведеного дослідження засвідчили, що в інформаційних випусках активно продукується воєнна тематика (підрозділи 2.2., 3.2), проте рівень уваги до окремих тем є недостатнім. У цьому контексті пропонуємо урізноманітнити тематичну палітру матеріалів.

Жанрове розмаїття медіаматеріалів. За результатами проведеного контент-аналізу та анкетування в інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини» домінують новинні жанри, зокрема інформаційні повідомлення, репортажі, інтерв'ю. У цьому контексті вагомим вектором розширення жанрової

палітри є посилення аналітичної складової медіаматеріалів. Авдиторія потребує не лише інформування про події, явища, процеси, а й пояснення їх контексту, причинно-наслідкових зв'язків. Тому редакціям варто урізноманітнити жанрову структуру інформаційних випусків, поєднувати оперативну інформацію з аналітичними медіаматеріалами (наприклад, коментарі експертів тощо). Щодо жанрової оптимізації, то доречним буде введення в структуру ранкових випусків новин систематичних дайджестів (інформаційний телевізійний матеріал із закадровим текстом та відеорядом, основою якого є добірка актуальних подій на ідентичну тематику). Розширення жанрової палітри інформаційних випусків у фіксованих часових зрізах (ранкові, денні, вечірні), на наш погляд, дозволить покращити змістову цілісність повідомлень, сприятиме посиленню уваги з боку глядача до контенту усіх телеканалів, а також збільшить конкурентність інформаційного продукту телемарафону «Єдині новини» на телевізійному ринку.

Дотримання професійних стандартів новинної журналістики. З врахуванням думок журналістської спільноти та медіаекспертів рекомендуємо виробникам інформаційного контенту дотримуватися професійних стандартів новинної журналістики. Формування єдиного інформаційного наративу, узгодження контенту із представниками державних структур обмежує редакційну самостійність телеканалів. В інформаційних випусках телемарафону простежуємо одностороннє сприйняття воєнної реальності, зниження рівня представленості альтернативних позицій, використання маніпулятивних технологій, артикулювання пропагандистських наративів. З огляду на вищезазначене, рекомендуємо використання офіційних джерел інформації, розширення джерельної бази, уникнення непідтверджених даних, особливо із соцмереж, впровадження перехресної верифікації інформації з кількох незалежних джерел, долучення до медіаматеріалів коментарів експертів та представників офіційних структур, дотримання балансу позитивних та негативних новин, забезпечення різноманітності точок зору, незалежності редакційної політики, прозорості в поданні інформації.

Отже, з'ясовано, що інформаційні випуски телемарафону потребують переформатування жанрово-тематичної та структурної частин. Особливу увагу виробникам новинного контенту доцільно звернути на підвищення рівня дотримання професійних стандартів новинної журналістики, що дозволило б продукувати більш якісний новинний контент. В експертному середовищі започатковано дискусію щодо повного закриття телемарафону, зважаючи на його деструктивні функції для системи масмедіа.

Висновки до 3 розділу

У третьому розділі на основі анкетування проаналізовано реценцію новинного контенту телемарафону «Єдині новини» аудиторією та журналістською спільнотою. З'ясовано, що пріоритетною для глядацької аудиторії та експертного середовища є військова/воєнна тематика (перебіг бойових дій/ситуація на фронті, заяви українських та західних політиків і посадовців). Водночас недостатньо висвітленими в новинних випусках телемарафону є внутрішньополітичні процеси в умовах війни, криза політичних інституцій, критичний аналіз рішень влади, правовий захист військовослужбовців, корупція в органах державної та місцевої влади. Домінантними жанрами в інформаційних випусках телемарафону є інформаційне повідомлення та репортаж.

З огляду на виявлені запити та проблеми сформульовано рекомендації для покращення якості інформаційних випусків телемарафону. Рекомендації охоплюють питання розширення тематичного охоплення та жанрового розмаїття матеріалів, форматів подання інформації, дотримання професійних стандартів журналістики. З'ясовано, що аудиторія (33,3 %) та професійна спільнота журналістів (55,6 %) вбачають потребу в переформатуванні телемарафону, показник стверджувальної відповіді експертного середовища при цьому значно вищий. Можемо пояснити це більш поглибленими знаннями про особливості виробництва медіаконтенту, критичним мисленням у контексті мети,

особливостей, регуляції, способу функціонування телемарафону, його деструктивного впливу на національні та регіональні медіа.

ВИСНОВКИ

У дисертаційному дослідженні здійснено комплексний аналіз інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини».

З'ясовано, що в контексті розвитку цифрового середовища, суспільно-політичних та воєнних викликів структура новинного телемовлення зазнає суттєвих трансформацій, зокрема змінюється контент, підходи до структурування та подання новин.

У дослідженні здійснено ретроспективний аналіз наукових підходів щодо визначення сутності «телевізійні новини». Окреслено інформаційний, комунікаційний, дискурсивний, масовокомунікаційний та соціокультурний наукові підходи, що дозволяє розглядати теленовини як багатовимірний предмет дослідження. Сформульовано визначення поняття «телевізійні новини» в авторській редакції: аудіовізуальний інформаційний контент про факти, події, явища з домінантним відеорядом, представлений на телебаченні у визначений час для оперативного висвітлення актуальної та суспільно важливої інформації.

З'ясовано історичні передумови виникнення та еволюцію телемарафону як формату у практиці закордонних та українських телевізійних мовників.

Запропоновано авторське визначення поняття «телемарафон»: специфічний формат тривалого або безперервного телевізійного мовлення з елементами саморегуляції, що виникає як відповідь на гострі суспільно-політичні виклики, які постають перед державою або окремою спільнотою.

З'ясовано, що телевізійний марафон «Єдині новини» позиціонується як сучасний формат інформаційного мовлення, наділений сукупністю виразних структурно-функціональних особливостей. Зазначений формат зазнав суттєвих трансформацій з часу появи і становлення у телевізійному просторі. Еволюцію телевізійного марафону як формату можна зобразити за такою схемою: благодійний (як технологія фандрейзингу) – кризове новинне мовлення (як спосіб реагування на суспільні кризи та трансформації) – політичний (як форма політичної комунікації).

Досліджено, що національний телемарафон «Єдині новини» створено в період воєнних викликів задля формування єдиної державної політики у сфері захисту інформаційного суверенітету. Закцентовано на імплементації американської моделі безперервного мовлення (з елементами фандрейзингу, політичного маркетингу) та переформатуванні в монолітний інструмент стратегічних комунікацій держави.

Простежено, що телеканали як суб'єкти спільного інформаційного виробництва марафону, зберігаючи редакційну автентичність (назву програми новин, логотип, студійне оформлення, маркування мікрофонів, впізнавані ведучі), водночас працюють за уніфікованими правилами і нормативно-правовим регулюванням воєнного часу. Розподіл контенту кожного із згаданих суб'єктів телемарафону варіюється залежно від виробничих можливостей.

Національний телемарафон «Єдині новини» концептуалізовано як нову об'єднану структурно-форматну модель аудіовізуальних медіа періоду широкомаштатної агресії РФ. Її специфіка полягає в переході від конкурентного мовлення окремих телеканалів до створення спільної циклічної макроструктури ефіру. Ця модель характеризується специфічним розподілом ефірних слотів між медіагрупами, наскрізною архітектонікою трансляції та особливим типом інтеграції різножанрових інформаційних блоків.

З'ясовано, що телемарафон «Єдині новини» функціонує за принципом контентних складових: інформаційні випуски новин різної тривалості та черговості; інформаційно-аналітичні панелі (розмовні студії із залученням гостей); спецпроекти.

Для реалізації дисертаційних завдань використано наукові підходи (комплексно-аналітичний, структурний, діалектичний, ідеографічний (описовий)) та методи (емпіричного аналізу, історико-теоретичний, моніторингу, спостереження, описовий, синтезу, порівняльний, класифікації, моделювання, узагальнення, контент-аналізу, фрейм-аналізу, анкетування). Ефективне використання вищезазначених методів дало змогу сформулювати методологічну основу дослідження.

Обґрунтовано поняття «телевізійна верстка» в межах терміносистеми теорії соціальних комунікацій. Проаналізовано верстку новинних випусків телемарафону за такими критеріями: часові форми новин, принципи відбору тем, форми тематичного структурування подій та явищ, вибір жанрових форм матеріалів, структурно-композиційні прийоми. Окреслено часові форми телевізійних новин: ранковий, денний, вечірній, нічний, підсумковий випуски. Досліджено, що структура інформаційних випусків телемарафону характеризується поділом на тематичні блоки, але послідовність, кількість, наративність, суспільна вага тематики воєнного та міжнародного блоків рамкують стандартну верстку, надаючи їй ієрархічного обрамлення. Виокремлено такі типові блоки: воєнна тематика, міжнародна, економічна, соціальна, культурна, спортивна, релігійна, кримінальна, надзвичайні новини. Проілюстровано чергування тематичних блоків у верстках новинних випусків телеканалів-учасників марафону.

З'ясовано, що в структурі новинних випусків переважають інформаційні жанри, зокрема інформаційні повідомлення та репортажі. Встановлено, що візуальним форматом даних у новинних випусках телемарафону виступають як статичні, так і рухомі зображення.

На основі аналізу інформаційних випусків телемарафону запропоновано алгоритм формування порядку денного: акумулювання інформаційних потоків → відбір тем на основі пріоритетності → первинна селекція матеріалів за критеріями актуальності, релевантності, достовірності, суспільної значущості та резонансу → тематичне структурування матеріалів з урахуванням змістової спорідненості, характеру подій → визначення способу подання інформації, вибір жанрових форм → редакційна обробка матеріалів → монтаж → фінальна верстка → етер.

Запропоновано авторську схему тематично-блокової моделі верстки новин: воєнна, міжнародна / політична, економічна, соціальна, культурна / релігійна / історична, спортивна.

Емпіричну базу дослідження становлять інформаційні випуски телемарафону «Єдині новини» за березень 2022 – грудень 2025 рр. За моніторинговий період проаналізовано 2500 матеріалів.

Досліджено тематичне спрямування новинних випусків телемарафону «Єдині новини». Виокремлено такі тематичні групи: воєнна, політична, соціальна, економічна, міжнародна, кримінальна, надзвичайні новини, культурна, історична, релігійна, спортивна. Виявлено домінування воєнної тематики (понад 54,5 % матеріалів із проаналізованих випусків). Досліджено такі проблемно-тематичні групи воєнного дискурсу: перебіг бойових дій, удари по об'єктах цивільної та критичної інфраструктури, ядерна безпека України в умовах війни, мобілізація військовозобов'язаних, військова та гуманітарна допомога Україні, розвиток національного оборонно-промислового комплексу, міжнародні санкції проти РФ, життя українців на тимчасово окупованих територіях, евакуація цивільного населення із зони бойових дій, відновлення деокупованих населених пунктів, екологічні наслідки війни, медико-психологічна реабілітація та адаптація учасників бойових дій, історії учасників війни. Досліджено, що в інформаційних випусках телемарафону міжнародна тематика за кількістю матеріалів займає друге місце (21 %). Це переважно новини, що стосуються реакцій іноземних посадовців на події широкомасштабної агресії Росії в Україні, санкційна політика, візити української офіційної делегації до країн-партнерів. Доведено недостатність висвітлення культурної, релігійної та спортивної тематик.

Представлено авторську класифікацію фреймів, критеріями поділу якої є воєнний потенціал («професійність українського війська», «повернення територій», «зміна тактики бойових дій», «дегуманізація армії РФ»), міжнародна залученість у воєнні процеси («переговорні процеси», «цивілізаційний розподіл», «міжнародна підтримка»), суспільна активність («сила волі та незламність військових», «громадянська активність», «консолідація суспільства») та інституційна залученість влади («контрольованість надзвичайної ситуації», «владні гарантії»).

Досліджено, що домінантними жанрами в інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини» є інформаційні повідомлення (71 %) та репортажі (25 %). Із 2023 по 2025 рік зафіксовано кількісне зростання в новинних випусках інформаційного повідомлення. З'ясовано, що у 2023 році кількісний показник інформаційного повідомлення в новинних випусках становив $\approx 66\%$, а у 2025 зріс до 77% . Водночас повністю відсутній або частково інтегрований в інші жанри звіт. Спостерігається гібридизація інформаційних жанрів телебачення.

З огляду на провідну роль репортажу як смислового центру інформаційного мовлення та специфіку його виробництва в умовах російсько-української війни запропоновано авторську класифікацію воєнного телерепортажу: репортаж із фронту, репортаж із деокупованих територій, репортаж із місць влучань, репортаж із церемонії поховання та прощання. До кожного із зазначених типів презентована характеристика візуального ряду з огляду на особливості підготовки, зйомок, написання та монтажу таких матеріалів у період широкомасштабної російської агресії.

Проведено опитування щодо особливостей рецепції новинного контенту телемарафону аудиторією (150 респондентів) та журналістською спільнотою (76). Анкетування дозволило комплексно дослідити специфіку інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини». Окреслено мету використання новинних випусків телемарафону як джерела інформації для аудиторії (для $49,3\%$ опитаних респондентів новинні випуски телемарафону слугують джерелом інформації) та працівників медіагалузі (для 32% опитаних респондентів новинні випуски телемарафону слугують джерелом інформації), частоту їх переглядів, рівень довіри до інформації.

Проаналізовано інформаційні потреби аудиторії та представників медіа. З'ясовано, що новинний контент телемарафону відповідає інформаційним потребам лише $32,6\%$ опитаних респондентів (аудиторія), а у професійній діяльності інформаційний контент щодня використовують тільки $17,5\%$ опитаних (експертне середовище).

Досліджено тематичні пріоритети та жанрову палітру матеріалів. За результатами дослідження встановлено, що в інформаційних випусках найбільше увага фокусується на висвітленні ходу воєнних дій, соціально-гуманітарних наслідках війни, міжнародній реакції на російсько-українську війну, водночас недостатньо висвітленими є теми внутрішньополітичних процесів в умовах війни, кризи політичних інституцій, стану економіки України у воєнний період, правового захисту військовослужбовців, міграції українців, корупції як в органах державної та місцевої влади, так і в армії, порушень із боку ТЦК («бусифікації»), рекрутингу, волонтерської діяльності, відновлення країни та її довгострокового розвитку, освіти в умовах війни тощо.

Окреслено якість подання новин, особливості фреймування в новинних випусках. Наголошено на проблемі недотримання професійних стандартів новинної журналістики виробниками телемарафону. 47,7 % опитаних респондентів (авдиторія) та 64,9 % (журналісти) фіксували у новинних випусках порушення стандартів. Обґрунтовано доцільність подальшого функціонування телемарафону та потребу його переформатування. 33,3 % опитаних респондентів (авдиторія) вважають за необхідне комплексне переформатування тематичного та жанрового наповнення, структури випусків телемарафону, стилю подання новин. Серед представників експертного середовища цей показник становить 55,6 %. До факторів, що зумовлюють потребу переформатування віднесено зміну інформаційних потреб та медіаспоживання, одноманітність структури інформаційних випусків, зниження якості новин.

На основі дослідження бачення експертного середовища та думок авдиторії сформульовано рекомендації для покращення якості новинного контенту інформаційних випусків телемарафону, що включають жанрове розмаїття, зокрема збільшення частки аналітичного контенту, який зможе представити контекст подій; підсилення матеріалів коментарями фахівців із різних галузей; дотримання балансу між особистим баченням ходу війни та фактами; нерозголошення військової інформації, яка може нашкодити; мінімізація використання непідтверджених даних із соцмереж, застосування ретельної їх

перевірки перед оприлюдненням. Доцільно зазначити, що респонденти висунули пропозиції щодо поділу марафону на різні телеканали та його закриття. Ці пропозиції неодноразово транслювалися в публічному просторі з боку медіаекспертів.

Перспективи дослідження полягають у подальшому розвитку теоретичних положень щодо особливостей функціонування телемарафону, його впливу на регіональні, національні та міжнародні медіа, трансформації інформаційного контенту, а також у поглибленні наукового аналізу переформатування телемарафону, екстраполяції українського досвіду виробництва телемарафону як елемента інформаційної безпеки в кризові періоди на практики інших країн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. 1+1 media. (2021, 2 серпня). Телеканал 1+1 став лідером телеперегляду за результатами липня. <https://surl.li/tardkg>
2. Бадіон, С. В. (2024). Соціальні мережі, «Єдині новини» та медіаринок України в період повномасштабної війни. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35 (74), 1 (2), 199–207. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/33>
3. Бакаєвич, К. (2024). Український телемарафон «Єдині новини» під час повномасштабного російського вторгнення: пропаганда, піар чи необхідність? *Інтегровані комунікації*, 1 (17), 139–144. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1718>
4. Бардаков, Я. В., & Тяпкіна, Н. І. (2015). Типологія розважальних телевізійних програм. *Молодий вчений*, 12 (27), 4, 132–135.
5. Барчан, О., & Пушкар, М. (2025). Нові українські медіа як простір репрезентації книги в умовах війни. *Образ*, 3 (49), 130–140. <https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3> (49) -130-140
6. Батаєва, К. В., Іванов, В. Ф., Коритнікова, Н. В., Костенко, Н. В., Семотюк, О. Л., & Юзва, Л. Л. (2018). *Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник*. Видавничий дім «Кондор».
7. Беззубова, О., Волкова, А., & Бережнюк, В. (2020). Особливості сучасної медіакомунікації. *Молодий вчений*, 5 (81), 439–443. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-5-81-89>
8. Безчотнікова, С., & Зражевська, Н. (2024). Український медіаландшафт під час війни (2022–2024 рр.) : трансформація, реакція на війну, динаміка медіаспоживання. *Інтегровані комунікації*, 2 (18), 6–14. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.181>
9. Бикова, О. М. (2009). Проблемний репортаж: специфіка жанру. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*, 874, 1, 37–39. <https://surl.li/zrhfqd>
10. Білаш, І., & Гарматій, О. (2020). Соціологічна інформація як складова телевізійних новин (за матеріалами загальноукраїнського телеканалу «1+1»). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки*, 4, 3–10. <https://doi.org/10.23939/sjs2020.01.003>

11. Білоус, О. (2020). Основні методичні засади функціонування інформаційних теле- і радіожанрів. *Теле- та радіожурналістика*, 19, 95–112. <https://doi.org/10.30970/trj.2020.19.2956>
12. Боденчук, Б. (2025). Трансформація жанрів телебачення у XX–XXI століттях: від репортажу до інтерактивного формату. *Global Trends in Science: Research, Innovation and Development: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference* (pp. 130–132). <https://surl.li/mkyotx>
13. Борис, Л. (2020). Український телепростір періоду незалежності. *Теле- та радіожурналістика*, 19, 131–138. <https://doi.org/10.30970/trj.2020.19.2959>
14. Борсук, Н., & Онищук, В. (2022). Журналістські стандарти у новинних випусках телеканалів «1+1» та «Україна». *Образ*, 1 (38), 53–61. <https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.1> (38) -53-61
15. Бровкіна, О. В., & Ракітіна, О. В. (2025). Маніпулятивний потенціал військової лексики у сучасному медіадискурсі (перекладацький аспект). *Man and law in the language of modern mass media* (Vol. 1, pp. 75–87). Baltija Publishing. <https://surl.li/zsqftd>
16. Будняк, К. (2026). Образ військових із протезами на платформах «Суспільне» за 2022 рік: ключові фрейми та регіональні особливості. *Наукові записки Інституту журналістики*, 88 (1), 51–61. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2026.88.4>
17. Букіна, Н. В. (2022). Воєнний репортаж у сучасних медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*, 2 (81), 124–133. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2022.81.9>
18. Бутко, О., & Леськів, О. (2024). Трансформація новинного контенту в умовах війни на прикладі телемарафону «Єдині новини». *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 7 (2), 184–197. <https://doi.org/10.31866/2617-2674.7.2.2024.318956>
19. Вайшенберг, З. (2011). Новинна журналістика: стандарти якості журналістської практики (В. Климченко & А. Баканов, Пер.; В. Ф. Іванов, Ред.; 2-ге вид.). Академія Української Преси; Центр вільної преси.
20. Василенко, М. (2023). Журналістика в екстремальних умовах. Трансформація жанрів. *Образ*, 1 (41), 25–35. <https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1> (41) -25-35

21. Васіна, О. В. (2009). Огляд основних підходів до тлумачення новини як явища мас-медіа. *Українське журналістикознавство*, 10, 26–30. <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2397>
22. Вашук, І. (2014). Трансформація жанрів у сучасних закарпатських засобах масової інформації. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 39, 189–197.
23. Верьовко, М. Г., Іванов, В. Ф., & Різун, В. В. (2006). Журналістика. *Енциклопедія сучасної України*. Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. https://esu.com.ua/search_articles.php?id=18546
24. Владимиров, В. М. (2025). *Основи теорії масової інформації: 50 базових ідей: монографія*. Наукова столиця.
25. Войчук, В. (2025). Комунікаційні інструменти протидії недостовірній інформації. *Інтегровані комунікації*, 1 (19), 60–65. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.18>
26. Галів, О. (2023). Війна в Україні як головна тема у палітрі національних і світових медіа: приклади та характеристика. *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції* (с. 93–94). Видавництво Львівської політехніки.
27. Галів, О. (2023). Національний та регіональний телемарафони під час війни: порівняльна характеристика. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістика, 1 (5), 3–10. <https://doi.org/10.23939/sjs2023.01.001>
28. Галів, О. (2024). Переформатування марафону «Єдині новини» як виклик для державної інформаційної політики України в умовах третього року російсько-української війни. *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали Другої всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених* (с. 16–19).
29. Галів, О. (2024). Постетерне цитування як одна із головних переваг національного марафону новин. Специфіка підходу до цитування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістика, 2 (8), 9–15. <https://doi.org/10.23939/sjs2024.02.009>
30. Галів, О. (2024). Телемарафон «Єдині новини» як інструмент влади для контролю медіапростору в умовах російсько-української війни. *Пріоритетні напрями філологічних, лінгводидактичних і соціально-*

комунікаційних досліджень: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (с. 314–318).

31. Галів, О. (2025). Жанрові особливості воєнного контенту національного марафону «Єдині новини». *Українська мова на порубіжжі XX–XXI сторіч: мовознавчий та лінгводидактичний аспекти: матеріали VII Всеукраїнської заочної науково-практичної студентської конференції* (с. 14–15). БДПУ.
32. Галів, О. (2025). Жанрово-тематична характеристика новинного марафону на телеканалі «Київ». *Interdisciplinary research: Scientific horizons and perspectives: Proceedings of the IX International Scientific and Theoretical Conference* (pp. 134–136). International Center of Scientific Research. <https://doi.org/10.36074/scientia-07.02.2025>
33. Галів, О. (2025). Формат телемарафону як тренд телевізійного мовлення в Україні: регіональний аспект. *Актуальні проблеми медіапростору: збірник доповідей науково-практичної конференції* (с. 33–35).
34. Галів, О. Я. (2022). Вплив повномасштабного вторгнення Росії на тематичну та жанрову палітру телебачення: регіональний аспект. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 4 (52), 33–38. <https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.4> (52).5
35. Герасименко, Я. (2024). Телемаратон доведеться завершити, якщо впродовж 2024 року він не змінить формат — Юрчишин. *hromadske*. <https://surl.li/svummw>
36. Годунок, З., & Костюченко, О. (2026). Стратегії репортажу про відновлення деокупованих територій України. *Український інформаційний простір*, 1 (17), 67–78. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.1> (17).2026.359188
37. Головецький, В. М. (2016). Прямий ефір на телебаченні: навчально-методичний посібник. Житомирський державний університет імені Івана Франка. <https://surl.li/tlgmyx>
38. Гордійчук, О. О. (2024). Україна & Росія: основні аспекти інформаційної, гібридної та повномасштабної війни. *Політичне життя*, 4, 61–70. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.8>
39. Гоцур, О. (2022). Особливості функціонування медіаринку України в умовах війни (лютий-вересень 2022 року). *Communications and Communicative Technologies*, 22, 47–53. https://nbuv.gov.ua/UJRN/cctech_2022_22_7

40. Гоян, В. В. (2008). Телерепортер як професія: творчо-виробничі аспекти сучасної репортажної тележурналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*, 30, 57–63. <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2314>
41. Гоян, В. В., & Гоян, О. Я. (2017). Мовна культура телерадіожурналіста. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 4 (32), 92–99. https://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2017_4_18
42. Гоян, В. В., & Гоян, О. Я. (2018). Телерадіомовлення онлайн і офлайн: діалектика технологій. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 3, 38–45. https://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2018_3_9
43. Гоян, В. В., & Гоян, О. Я. (2020). Телерадіожурналістика: стандарти, методи, технології (за матеріалами медіаплатформи «Campus Radio Ukraine / Студент-TV»). Інститут журналістики.
44. Гоян, О., & Кравченко, Р. (2021). Науково-популярне телебачення як соціальне замовлення та освітня модель: досвід України. *Knowledge, Education, Law, Management*, 4 (40), 130–135. <https://surl.li/wwegzq>
45. Гречишкіна, А. (2019). Жанр інтерв'ю на телебаченні: практика США та Західної Європи. *Молодий вчений*, 11 (75), 96–100. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-11-75-22>
46. Даниліна, О. (2025). Стратегії і тактики комунікації в кризових ситуаціях. *Інтегровані комунікації*, 1 (19), 35–41. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.14>
47. Данькова, Н. (2023, 9 серпня). До перемоги й далі? Що буде з єдиним телемарафоном. *Детектор медіа*. <https://detector.media/community/article/215304/2023-08-09-do-peremogy-y-dali-shcho-bude-z-iedynym-telemarafonom/>
48. Данькова, Н. (2024). Ігор Петренко про запуск «Ми. Україна+», Андрія Єрмака та фінансування каналів. *Детектор медіа*. <https://detector.media/rinok/article/223799/2024-03-05-igor-petrenko-pro-zapusk-my-ukraina-andriya-iermaka-ta-finansuvannya-kanaliv/>
49. Данькова, Н. (2024). Телеканал не має жодних кураторів. Канал «Ми. Україна» заперечує причетність Наталії Ларіончевої до його роботи. *Детектор медіа*. <https://surl.li/jqlpbc>

50. Дармостук, І. (2025). Медіапростір України 2022–2024 років: виклики трансформації. *Інтегровані комунікації*, 2 (20), 27–35. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.24>
51. 25 травня на каналі «Україна» вийде шестигодинний марафон «Вибори 2014». (2014, 13 травня). *Детектор медіа*. <https://surl.li/kqlmxk>
52. 24 канал. (2019). *Запис марафону «Вибори Президента 2019 | результати екзит-полів»*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YkAiXyHOwGg>
53. Дворянин, П. (2017). Ціннісні орієнтири регіональних телевізійних новин. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 883, с. 45–50. <https://surl.li/xlxxfq>
54. Дворянин, П. (2026). Рефлексивна здатність ведучих телевізійних новин в умовах трансформації медіаринку. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 59, 41–51. <https://doi.org/10.30970/vjo.2026.59.13941>
55. Дворянин, П. Я. (2016). Новини на регіональному телебаченні: українськоцентрична парадигма [Автореферат дисертації кандидата наук із соціальних комунікацій, Львівський національний університет імені Івана Франка]. https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/dis_dvoryanyyn.pdf
56. Демешкант, Н. А. (2014). *Методологія наукових досліджень: Навчально-методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни «Методологія наукових досліджень» студентами ОКР «Магістр» спеціальності «Управління інноваційною діяльністю»*. Національний університет біоресурсів і природокористування України. https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u97/metod_rekomend_Metodologia_2014_1.pdf
57. Дем'янчук, О., & Рошук, К. (2024). Фрейм як засіб формування у ЗМІ негативної суспільної думки про політика. *Empirio*, 1 (2), 3–13. <https://doi.org/10.18523/3041-1718.2024.1.2.3-13>
58. День єднання в Україні на тлі загрози нового російського вторгнення: фотогалерея. (2022). *Радіо Свобода*. <https://www.radiosvoboda.org/a/ukraine-president-unity-day/31707005.html>
59. Джолос, О. (2024). *Продюсування в аудіовізуальних медіа: навчальний посібник*. Навчально-науковий інститут журналістики.
60. Дзюба, Д. (2012). Жанровий аспект сучасного телевізійного контенту. Постановка проблеми. *Українське мистецтвознавство: матеріали*,

- дослідження, рецензії, 12, 167–173. <https://jnas.nbuiv.gov.ua/article/UJRN-0000469752>
61. Дмитровський, З. (2006). *Телевізійна журналістика: навчальний посібник*. ПАІС.
 62. Дмитровський, З. Є. (2020). *Організація роботи на телебаченні: тексти лекцій. Малий видавничий центр факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка*.
 63. Довженко, О. (2022). Диво, що затягнулося. Телемарафон «Єдині новини» у 2022 році. *Детектор медіа*. <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/206445/2022-12-28-dyvo-shcho-zatyagnulosya-telemarafon-iedyni-novyny-u-2022-rotsi/>
 64. Довженко, О. (2022). Це ще марафон чи вже зловживання владою? *Детектор медіа*. <https://detector.media/infospace/article/202381/2022-08-31-tse-shche-marafon-chy-vzhe-zlovzhyvannya-vladoyu/>
 65. Дячук, К. (2024). Суспільне виходить з телемарафону «Єдині новини», але лишається в проєкті «Єдині новини #UАразом». Уточнено. *Інститут масової інформації*. <https://imi.org.ua/news/suspilne-vyhodyt-z-telemarafonu-yedyni-novyny-i-bude-vesty-svij-marafon-i61473>
 66. Ерман, Г. (2019). Дебати, які змінили історію. *BBC News Україна*. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47820637>
 67. Еспресо. (2024). У телемарафон треба залучити опозицію та наглядову раду чи контроль громадськості, – медіаекспертка Лигачова. <https://surl.li/zbnhsp>
 68. Єськова, К. В. (2022). Специфіка новинарних випусків на каналі «1+1» у рамках телемарафону «Єдині новини». *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції* (с. 129–131). НУ «Запорізька політехніка». <https://surl.li/whytif>
 69. Житарюк, М. (2025). Медіадискурс війни: український та закордонний досвід. ЛНУ імені Івана Франка.
 70. Захаров, В. (2024). Теоретичні підходи та сучасні практики текстотворення у тележурналістиці (на прикладі інформаційних жанрів). *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Серія: Філологія*, 4 (14), 29–37. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.5>
 71. Здоровега, В. Й. (2008). *Теорія і методика журналістської творчості*. ПАІС.

72. Зубченко, Я. (2022,). Марафон на виснаження. Як влада маринувала глядачів «єднанням». *Детектор медіа*.
<https://detector.media/kritika/article/196607/2022-02-17-marafon-na-vysnazhennya-yak-vlada-marynuvala-glyadachiv-iednannnyam/>
73. Іващенко, В. Л., & Нарушевич-Васильєва, О. В. (2018). Пропозиційні моделі семантизації термінів журналістики у словниках галузі. *Мова*, 30, 70–77.
<https://doi.org/10.18524/2307-4558.2018.30.154325>
74. Іващук, А. А. (2013). Традиції й новаторство в репортажному жанрі, зміни функціональних характеристик у межах групи. *Наукові записки Інституту журналістики*, 53, 68–75.
75. Інтерв'ю як метод і як жанр. (2021). *Академія Суспільного мовлення*.
<https://academy.suspilne.media/news/intervyu-yak-metod-i-yak-zhanr>
76. Інтер. Про канал. Отримано 9 червня 2026 р. з <https://inter.ua/ua/about>
77. Казімова, Ю. (2024). Львівське телебачення: тематика сюжетів та їхні особливості. *Інтегровані комунікації*, 2 (18), 88–93.
<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1811>
78. Казімова, Ю. (2025a). Львівське телебачення: проблеми та виклики. *Інтегровані комунікації*, 1 (19), 166–173. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.121>
79. Казімова, Ю. (2025b). Особливості телевізійної журналістики та ступінь її опрацювання в сучасному журналістикознавстві. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 56, 58–69.
<https://doi.org/10.30970/vjo.2025.56.13128>
80. Калинів, А. Л. (2024). Авторське «Я» в телевізійному репортажі на воєнну тематику. *The XXIII International Scientific and Practical Conference “The Current State of the Organization of Scientific Activity in the World”* (pp. 208–211).
81. Калинів, А., & Дворянин, П. (2026). Специфіка сучасного воєнного телерепортажу (за матеріалами українських воєнних кореспондентів). *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 58, 29–44.
<https://doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13892>
82. Канал «1+1» святкує 20-річчя (історія каналу). (2015). *Детектор медіа*.
<https://detector.media/rinok/article/111593/2015-09-25-kanal-11-svyatkuie-20-richchya-istoriya-kanalu/>

83. Катеринич, П., & Теленков, Д. (2024). Між інтерактивністю та інфотейнментом: українські телевізійні новини у цифрову епоху. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. *Журналістика*, 35 (74), 2 (2), 209–216.
84. Кириленко, О. (2022). Наративізація новинного відеоконтенту періоду воєнного стану (на прикладі «Суспільне Суми»). *Образ*, 3 (40), 63–73. <https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3> (40) -63-73
85. Кириленко, О. (2023). Телевізійне мовлення Сумщини періоду воєнного стану: проблеми та виклики. *Образ*, 3 (43), 47–58.
86. Кирич, І., & Потятинник, Б. (2014). Методи дослідження електронних ЗМІ. *Медіапростір: актуальні проблеми теорії та історії соціальних комунікацій*, 6, 36–41. <https://surl.li/bxrzkd>
87. Кіца, М. (2026). Інформаційні та розважальні функції українських телеканалів у період повномасштабної війни. *Інтегровані комунікації*, 1 (21), 81–87. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2026.110>
88. Клименко, Н. Г. (2020). Підходи, принципи та методи дослідження державного регулювання діяльності недержавних інституцій у контексті забезпечення національної безпеки. *Державне управління: удосконалення та розвиток*, 7. <https://doi.org/10.32702/2307-2156-2020.7.52>
89. Коваленко, Ю. Б. (2014). До типології сучасного телевізійного репортажу. *Культура України*, 47, 185–191. https://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku_2014_47_25
90. Коваленко, Ю. Б. (2014b). Сучасний телевізійний репортаж: жанрові та мистецькі ознаки. *Культура України*, 45, 201–208. https://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku_2014_45_26
91. Ковалик, К., Ляшенко, І., & Бондаренко, О. (2025). Війна в Україні: підготовка журналістів до роботи в кризових умовах. *Образ*, 3 (49), 6–17. <https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3> (49) -6-17
92. Комінярська, Л., & Блашків, О. (2024). Реформування контенту регіональних філій Суспільного телебачення під час повномасштабної російсько-української війни. *Вісник Львівського університету*. Серія: Журналістика, 54–55, 58–67. <https://doi.org/10.30970/vjo.2024.54-55.12147>
93. Комісія з журналістської етики. (2023). Про недопустимість поширення мови ворожнечі щодо людей з аутизмом в телемарафоні «Єдині новини». <https://cje.org.ua/statements/pro-nedopustymist-poshyrennia-movy-vorozhnechi-shchodo-liudey-z-autyzmom-v-telemarafoni-yedyni-novyny/>

94. Комісія з журналістської етики. (2025). Заява КЖЕ щодо необхідності збереження і посилення Комітету ВРУ з питань свободи слова. <https://cje.org.ua/statements/zaiava-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-neobkhidnosti-zberezhennia-i-posylennia-komitetu-vru-z-pytan-svobody-slova/>
95. Конверський, А. Є. (2010). *Основи методології та організації наукових досліджень: навчальний посібник для студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнктів*. Центр учбової літератури.
96. Корнєєв, В., & Сащук, Т. (2025). Комунікаційне середовище в умовах трансформації медіасистеми. *Вісник Книжкової палати*, 2 (343), 30–38. <https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.2> (343).30-38
97. Костенко, Н., & Іванов, В. (2003). *Досвід контент-аналізу: моделі та практики: монографія*. Центр вільної преси.
98. Костенко, Н., & Макеєв, С. (2014). Збройний конфлікт на Сході та президентські вибори-2014 в українських телевізійних новинах. М. О. Шульги (Ред.), *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін* (т. 1, 1 (15), с. 147–162). ІС НАН України.
99. Кость, С. (2019). Воєнна журналістика й ідея «нейтральності» українського журналіста. *Теле- й радіожурналістика*, 18, 162–170.
100. Кость, С. (2021). *Методологія дослідження соціальних комунікацій (теорія та історія журналістики)*. ЛНУ імені Івана Франка.
101. Костюк, В. В., & Бондаренко, К. В. (2011). Журналістська майстерність як складова масмедійної творчості. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2, 62–66.
102. Костюченко, О. (2016). *Основи телевізійної журналістики: навчальний посібник для студентів спеціальності «Журналістика»*. Видавництво Національного університету «Острозька академія».
103. Косюк, О. М. (2016). Телебачення як генератор естетико-комунікаційних систем. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*, 9, 73–77. <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/13517>
104. Коцур, Л. М., & Грига, О. С. (2023). Компаративний аналіз державної інформаційної політики України після 2014 року та напередодні повномасштабного російського вторгнення. *Регіональні студії*, 35, 82–88. <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2023.35.13>
105. Крайня, В. (2025). Євген Глібовицький: Телемарафон перетворився на інструмент політичного впливу. *Детектор медіа*. <https://clipr.cc/2Ws7k>

106. Крупський, І., & Харкевич, Н. (2026). Функціональний потенціал сучасної журналістики у формуванні довіри до медіа в кризових умовах. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 58, 45–55. <https://doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13909>
107. Кульгова, В., & Садівничий, В. О. (2025). Образ військових у медіа: тональність і фреймінг. *Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи: збірник наукових праць IV науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців* (с. 30–33). Сумський державний університет.
108. Куляс, І. (2018). Як розпізнати пропаганду у ЗМІ. «Детектор медіа». https://detector.media/php_uploads/files/books/propaganda.pdf
109. Куляс, І. (2022). *Методологія моніторингу марафону «Єдині новини»*. Детектор медіа. <https://clipr.cc/D6tBk>
110. Куляс, І. (2023). Підсумки моніторингу телемарафону «Єдині новини» за жовтень–грудень 2023 року. Перша частина — коротко. *MediaSapiens*. <https://clipr.cc/pt7Az>
111. Куляс, І. (2024a). Моніторинг телемарафону «Єдині новини» й ефіру «Першого каналу Суспільного» за 7–11 жовтня 2024 року. *Детектор медіа*. <https://clipr.cc/LnRV4>
112. Куляс, І. (2024b). Підсумки моніторингу телемарафону «Єдині новини» й ефіру Першого каналу Суспільного за липень — вересень 2024 року. Перша частина. *Детектор медіа*. <https://clipr.cc/dQ7sB>
113. Куляс, І., & Довженко, О. (2018). *Методологія моніторингів телевізійних і радійних програм громадської організації «Детектор медіа»* (новини, підсумкові тижневики, публіцистичні авторські програми, політичні ток-шоу, інтерв'ю). Детектор медіа. <https://clipr.cc/VhK8t>
114. Куляс, І., & Макаренко, О. (2006). *Ефективне виробництво теленовин: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника: практичний посібник для журналістів*. Видавництво ХББ.
115. Лавришин, Ю. (2025). Телемарафон віджив своє, — Ярослав Юрчишин. *Детектор медіа*. <https://clipr.cc/S5B1b>
116. Лазарев, С. С. (2014). Формування фрейму «ресурсного поля». *Актуальні проблеми політики*, 51, 211–218. https://app.nuoua.od.ua/archive/51_2014/28.pdf

117. Лизанчук, В. (2017). *Інформаційна безпека України: теорія і практика: підручник*. ЛНУ імені Івана Франка.
118. Лизанчук, В. (2020). Телебачення і радіомовлення в інформаційно-гуманітарному просторі України. *Телерадіожурналістика*, 19, 44–77.
119. Лизанчук, В. В. (2006). *Основи радіожурналістики: підручник*. Знання.
120. Лисогор, І. (2022, 12 липня). Канали Ахметова перейшли на трансляцію телемарафону, сайт «Сьогодні» перестав оновлюватись. LB.ua. https://lb.ua/society/2022/07/12/522898_kanali_ahmetova_pereyshli.html
121. Литвиненко, А. І. (2023). *Становлення українського телебачення: навчальний посібник*. Навчально-науковий інститут журналістики.
122. Лісневська, А., & Коженівська, Т. (2013). Мистецтво телевізійного репортажу. Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка».
123. Лозинський, М., Яценко, А., & Яценко, Г. (2025). Сучасні медіа: тематично-змістові моделі та трансформації: збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2024 рік. ЛНУ.
124. Маєр, К. (2022). *Журналістика* (В. Климченко & В. Олійник, Пер.; В. Іванов, Ред.). Академія української преси; Центр вільної преси.
125. Мазур, М. І. (2008). Журналісти-практики в інформаційній діяльності телебачення: проблема жанру. *Наукові записки Інституту журналістики*, 32, 121–125. <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2361>
126. Маруховський, О. О., & Маруховська-Картунова, О. О. (2024). Новинна журналістика: порівняльний аналіз основних підходів до визначення. *The Current State of Journalism, Advertising and PR in Ukraine and the EU: Proceedings of the International Scientific Conference* (pp. 22–26). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-410-8-5>
127. Мединська, О. Я. (2025). Воєнний контент телеканалу «Суспільне Харків»: проблемно-тематичний вимір. *Соціальні комунікації в умовах глобалізаційних процесів: стан, тенденції, перспективи: матеріали III Міжнародної наукової конференції* (с. 90–93).
128. Михайлин, І. (2008). *Журналістика як Всесвіт: Вибрані медіадослідження*. Прапор.
129. Михайлин, І. Л. (2011). *Основи журналістики*. Центр учбової літератури.
130. Михайлин, І. Л. (2013). *Журналістика: словник-довідник*. Академвидав.

131. Мірошніченко, С. (2026). Журналістський матеріал як інструмент адвокації воєнної відповідальності. *Образ*, 1 (50), 67–77. <https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.1> (50) -67-77
132. Мітчук, О. А., Горбенко, Г. В., & Погребняк, І. В. (2022). Конструювання новинної реальності в масмедіа. *Держава та регіони*, 3 (51), 46–51. https://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/viewFile/922/901
133. Мітчук, О., & Горбенко, Г. (2024). Сучасне інформаційне суспільство та новий період журналістики. *Образ*, 1 (44), 150–157. <https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1> (44) -150-157
134. Мітчук, О., & Крупський, І. (2023). Інформаційно-комунікаційна діяльність: контентні та аудиторні характеристики. *Образ*, 1 (41), 46–54.
135. Мой, Д., & Ордольфф, М. (2019). *Телевізійна журналістика: практична журналістика* (В. Климченко, Пер.; В. Іванов, Ред.). Академія української преси; Центр вільної преси.
136. Набув чинності закон про деолігархізацію — до чого тут онлайн-медіа? (2021, 10 листопада). *Лабораторія цифрової безпеки*. <https://dslua.org/publications/nabuv-chynnosti-zakon-pro-deoliarkhizatsiiu-do-choho-tut-onlayn-media/>
137. Нагорна, Ю. О. (2024). Фреймінг у сучасному регіональному новинному теледискурсі. *Обрії друкарства*, 1 (15), 202–212. <https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1>
138. Нагорняк, М. В. (2023). Дискурс довкола телемарафону «Єдині новини». *Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття: матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції* (с. 279–293).
139. Нагорняк, М. В. (2024). До питання про порушення стандартів новинного мовлення у телемарафоні «Єдині новини». *Наукові записки Інституту журналістики*, 1 (84), 72–82. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.84.6>
140. Назаренко, Г. (2009). *Інформаційні жанри журналістики: навчальний посібник*. НАУ.
141. Національна суспільна телерадіокомпанія України. (2024). Редакційний статут акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України». <https://surl.li/pnbftq>

142. Недопитанський, М. І. (2005). Жанрові новації сучасного українського телебачення. *Наукові записки Інституту журналістики*, 20, 46–49. <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1403>
143. Недопитанський, М. І. (2006). Технологія теленовин. *Бібліотека Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1459>
144. Неживело, В. (2026). Медіа в контексті російської інформаційно-психологічної війни проти України. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 58, 65–75. <https://doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13911>
145. Новина. (б. д.). У Велика українська енциклопедія. (Дата звернення: 20 липня 2026 р.) <https://vue.gov.ua/Новина>
146. Новини (передача новин). (б. д.). Термінологія законодавства. Отримано 20 липня 2026 р. з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/39528>
147. Овчаренко, К. (2010). Життєвий цикл новин. *Теле- та радіожурналістика*, 9 (1), 227–231.
148. Павлик, М. (2025). Інтерв'ю в дискурсі інформаційного телемарафону «Єдині новини». *Сучасні медіа: тематично-змістові моделі та трансформації: збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2024 рік* (с. 133–136). ЛНУ.
149. Павлик, М. (2025). Репрезентація культурно-мистецької тематики в інформаційних випусках новин телевізійного марафону «Єдині новини». *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 36 (75), 6 (2), 280–288.
150. Павлів, В. (2015). *Репортаж: між фактами та емоціями. Практичний посібник для журналістів*. Видавництво Українського католицького університету.
151. Паславський, І. (2022). Українське телебачення: проблемно-змістовий аналіз. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 51, 81–88. <https://doi.org/10.30970/vjo.2022.51.11397>
152. Перепелиця, Н. О. (2024). Вплив психології масмедіа на формування політичної свідомості: механізми маніпуляції громадською думкою. *Регіональні студії*, 36, 139–144. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/items/f540d8fb-49fa-41d0-baab-3e5ab0d87821>
153. Печоріна, К. (2025). Як диджиталізація змінює українське телебачення та вже змінила американське. *Детектор медіа*. <https://cliplr.cc/Mj5LY>

154. Піскорська, Г., Бучма, К., & Буряк, А. (2023). Трансформаційні процеси українського медіапростору, спричинені великою війною. *Інтегровані комунікації*, 1 (15), 78–85. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.1510>
155. Подробиці. (2025). Новини наживо. 22 лютого : новини України. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=V3RCpOPsSts>
156. Подробиці. (б. д.). Головна сторінка. *YouTube*. Отримано 9 червня 2026 р. з <https://www.youtube.com/channel/UC9SqppNMkijU0fCJRDDg9YA>
157. Поліщук, Л. Д. (2005). Компоненти структури телевізійної інформаційної програми як комунікативної єдності. *Наукові записки Інституту журналістики*, 19, 97–102. <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1384>
158. Полумисна, О. (2026). Образ воїна ЗСУ з інвалідністю в медійному просторі України (2022–2025). *Communications and Communicative Technologies*, 26, 31–40. <https://doi.org/10.15421/292604>
159. Поплавська, Н., & Нагорна, Ю. (2026). Теленовини в умовах гібридної медіареальності. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Серія: Філологія*, 1 (19), 131–140. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.17>
160. Порпуліт, О. О. (2026). Емоційний фреймінг новин і панічні реакції аудиторії: експериментальне психолінгвістичне дослідження. *Психологія та соціальна робота*, 1, 142–152. <https://doi.org/10.32782/2707-0409.2026.1.13>
161. Потятиник, Б., & Лозинський, М. (Ред.). (2025). Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій. ЛНУ ім. І. Франка.
162. Почапська, О. (2024). Фреймування російсько-української війни у польських медіа: векторизація громадської думки. *Public networks and communications*, 1, 42–47. <https://doi.org/10.31558/3083-5895.2024.1.6>
163. Почепцов, Г. (2014). Від Facebook і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. Спадщина.
164. Президент України. (2022). Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 18 березня 2022 року «Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану»: Указ № 152/2022. <https://www.president.gov.ua/documents/1522022-41761>
165. Про медіа. (2022). Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20>

166. Про телебачення і радіомовлення. (1993). Закон України від 21.12.1993 № 3759-XII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>
167. Пустовгар, С., & Муханова, Т. (2023). Оцінка бренду підприємства на основі конкурентного аналізу. *Економіка та суспільство*, 50. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-41>
168. Пуцята, І. (2025). Специфіка застосування сучасних соціально-комунікаційних технологій у національному телемарафоні «Єдині новини». *Образ*, 1 (47), 78–88. <https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1> (47) -78-88
169. Рада національної безпеки і оборони України. (2022, 18 березня). Щодо реалізації єдиної інформаційної політики в умовах воєнного стану: Рішення. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0004525-22#Text>
170. Решету́ха, Т., Кушні́р, О., & Вільчи́нська, Т. (2025). Проблемний дискурс підсумкових випусків новин регіональних телеканалів (на прикладі «TV-4» та «ІНТБ»). *Communications and Communicative Technologies*, 25, 45–54. <https://doi.org/10.15421/292506>
171. Різун, В. (2003). *Маси: тексти лекцій*. КНУ ім. Т. Шевченка.
172. Різун, В. В., Іванов, В. Ф., Шумарова, Н. П., Федорів, Т. В., & Скотникова, Т. В. (2007). *Моніторинг та інформаційне моделювання засобів масової інформації: монографія*. ВПЦ «Київський університет».
173. Різун, В. В., & Скотникова, Т. В. (б. д.). Моніторинг у системі методів журналістикознавства: основні засади. Інститут журналістики. <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1670>
174. Романюк, Р., & Страшкулич, А. (2024). Безкоштовна медіаімперія. Чому влада не хоче відмовитися від телемарафону. *Українська правда*. <https://www.pravda.com.ua/articles/2024/04/08/7450157/>
175. Рудик, М. (2009). Теоретичні засади журналістської творчості: концепція Володимира Здоровеги. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*, 32, 88–94.
176. Рура, О. (2024). Влада поставила на телеграм? Інтерв'ю з Оксаною Романюк. *Інститут масової інформації*. <https://clipr.cc/L2a0w>
177. Сергієнко, І., & Білоскурський, О. (2022, 9 червня). Українські телеканали на ютубі у травні: кого дивились найкраще. *Детектор медіа*. <https://clipr.cc/AYp7r>

178. Сидоренко, С., & Кричківська, У. (2025). ЄС назвали терміни, коли Україна має згорнути телемарафон «Єдині новини». *Українська правда*. <https://www.pravda.com.ua/news/2025/11/04/8005824/>
179. Симоніна, Н. (2012). Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Філологія. *Соціальні комунікації*, 27, 180–184.
180. Сінько, А. (2025). Трансформація інформаційної діяльності в умовах цифровізації сучасного суспільства. *Інтегровані комунікації*, 1 (19), 220–225. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.128>
181. Скаженник, М. (2025). Іномовлення в контексті стратегічних комунікацій держави: концептуальний підхід. *Інтегровані комунікації*, 1 (19), 82–88. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.111>
182. Соломін, Є. (2012). Інформаційне телевізійне мовлення Луганщини. *Теле- та радіожурналістика*, 11, 252–258.
183. Соломін, Є. (2022). Телепроекти «Єдині новини» та «Freeedom» як спосіб інформаційного спротиву російській агресії та засіб регулювання медіасферою під час війни. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом*. *Журналістика*, 3 (5), 62–71.
184. Соломін, Є. О. (2024). Теорія і практика тележурналістики: навч.-метод. посіб. до вивчення курсу для студентів кафедри журналістики Ужгородського національного університету. ФОП Соломіна А. І.
185. Статут державного підприємства «Парламентський телеканал "Рада"». (2016). *Офіційний сайт телеканалу «Рада»*. <https://tv.rada.gov.ua/uploads/documents/32380.pdf>
186. СТБ. Інформація про телеканал. Отримано 9 червня 2026 р. з <https://www.stb.ua/ua/pro-kanal/>
187. Степанчук, М. М. (2023). Інформаційна журналістика в період війни: до питання порушення журналістських стандартів у телевізійному ефірі. *Соціально-гуманітарний вісник*, 45, 21–24.
188. Супрун, Л. В. (2016). Традиційні й нові медіа у формуванні громадянського суспільства. Видавництво Національного університету «Острозька академія».
189. *Суспільне Новини*. (2023). *Рік повномасштабної війни, нові санкції проти РФ та чи можливі сьогодні провокації | 24 лютого*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=aPvpzHAR_2E

190. Суспільне Новини. Головна сторінка. *YouTube*. Отримано 9 червня 2026 р. з <https://www.youtube.com/@SuspilneNews>
191. Тарасовський, Ю. (2022). Ахметов виходить з медіабізнесу. Мільярдер заявив, що не хоче бути олігархом. *Forbes Ukraine*. <https://surl.li/rkrnhm>
192. Телеканал «Україна 24»: ми хочемо вийти за межі ринку новин і наздогнати ТОП-6 телеканалів України. (2020). *Інтерфакс-Україна*. <https://interfax.com.ua/news/interview/684677.html>
193. Теленков, Д. (2020). Принципова структурна модель верстки як типовий підхід у формуванні випусків теленовин. *Knowledge, Education, Law, Management*, 13 (31), 77–86. <https://doi.org/10.51647/kelm.2020.3.1.14>
194. Теленков, Д. В. (2026). *Верстка телевізійних новин як редакційний наратив (на матеріалах українського телебачення 2004–2020 рр.)* [Дисертація доктора філософії, Київський національний університет імені Тараса Шевченка]. <https://nrat.ukrintei.ua/searchdoc/0826U000055/>
195. Темчур, К. (2019). Якісні трансформації у медіаполітичному просторі України. *Образ*, 3 (32), 80–86. <https://doi.org/10.21272/Obraz.2019.3> (32) -80-86
196. Тернова, А., & Захарс, Т. (2015). *Телевиробництво: навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Журналістика»*. ЗНУ.
197. Тимошик, М. (2022). Жанри журналістики як науково-практична проблема: до провокації фахової полеміки теоретиків і практиків ЗМІ. *Український інформаційний простір*, 2 (10), 14–42. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269647>
198. ТСН. (2019). Вибори президента України. Марафон ТСН. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=ECMJ8lFKaJE>
199. ТСН. (2022). Скандал з УПЦ МП і РПЦ: Конституційний суд поставив крапку. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=C0kj3LT08dc>
200. ТСН. (2022). Телемарафон. ТСН 08:00 за 25 травня 2022 року. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=-UEDCa6qISs>
201. *ТСН*. (2023). Новини ТСН за 12 січня 2023 року: новини України. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=bahY2ll5DC4>
202. *ТСН*. (2024). «Новини ТСН 12:00» 8 липня: атака на Київ! Влучання у дитячу лікарню та садок! Є жертви!. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=uXa-WNQ3DM0>

203. ТСН. (2025a). ТСН 1+1: Новини за ранок 15 січня. *YouTube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=TCwPVGsn5PM>
204. ТСН. (2025b). ТСН новини за 16 січня 2025: росіяни здаються на Курщині. Останні новини (наживо). *YouTube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=MN5UVv4VLTo>
205. Уварова, Т. (2023). Нові медіа та сучасна медіакультура. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 45, 120–128.
<https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi45.648>
206. Українське Радіо. (2024). Кого можна називати «ухилянтом» та яка передбачена відповідальність?. *YouTube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=LRXHojX3dKg>
207. Укрінформ. (2022, 2 червня). Очілниця «Детектор медіа» вважає, що у телемарафоні не вистачає незалежних експертів.
<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3498212-ocilnica-detektor-media-vvazae-so-u-telemarafoni-ne-vistacae-nezaleznihi-ekspertiv.html>
208. Усманова, О., & Зіборова, А. (2023). Соціальні мережі – платформа для роботи регіонального телеканалу під час війни. *Молодий вчений*, 1 (113), 56–59. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-1-113-12>
209. Факти ICTV. (2023). «Єдині новини» від ICTV за 24.11.2023: 639-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=guRODuYT0cQ>
210. Факти ICTV. (2023). «Єдині новини» онлайн від ICTV за 02.05.2023: 433-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=FLTM0dBA4hE>
211. Факти ICTV. (2023). «Єдині новини» онлайн від ICTV за 05.06.2023: 467-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=UHpQXuFhxJ4>
212. Факти ICTV. (2023). «Єдині новини» онлайн від ICTV за 06.03.2023: 376-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/live/jg8Nu2TTWWg>
213. Факти ICTV. (2023). «Єдині новини» онлайн від ICTV за 06.06.2023: 468-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=6SnXW0UsCyM>
214. Факти ICTV. (2023). «Єдині новини» онлайн від ICTV за 07.03.2023: 377-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/live/BxlErGuW7zQ>
215. Факти ICTV. (2023). «Єдині новини» онлайн від ICTV за 12.04.2023: 413-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=j6fK7etJD1w>
216. Факти ICTV. (2023). Єдині новини онлайн від ICTV за 13.07.2023: 505-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=REFkKhb-m-8>

217. Факти ICTV. (2023). «Єдині новини» онлайн від ICTV за 19.05.2023: 450-й день війни. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=ZiAlBir_Grw
218. Факти ICTV. (2023). ЧОРНОМОРСЬКІ ІГРИ онлайн «Єдині новини» від ICTV за 26.08.2023: 549-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=81UE1BhYySE>
219. Факти ICTV. (2024). АТАКА міжконтинентальною РАКЕТОЮ по ДНІПРУ «Єдині новини» від ICTV за 22.11.2024: 1003-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=7gOS4yBTLdA>
220. Факти ICTV. (2024). АТАКА на ДНІПРО «Єдині новини» від ICTV за 04.06.2024: 832-й день війни *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=QIYVylq83PU>
221. Факти ICTV. (2024). Атака «шахедами» на Україну «Єдині новини» від ICTV за 10.07.2024: 868-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=w5Czcz9PMVI>
222. Факти ICTV. (2024). «Єдині новини» від ICTV за 05.03.2024: 741 день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=8hOEsBbb1nE>
223. Факти ICTV. (2024). «Єдині новини» від ICTV за 10.04.2024: 777 день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=YTbS4C0lQGk>
224. Факти ICTV. (2024). Хезболла ПОМСТИЛАСЯ Ізраїлю «Єдині новини» від ICTV за 02.10.2024: 952-й день війни. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=UVsV94OGmMY>
225. Факти ICTV. (2025). Наслідки масованого обстрілу РФ по Харкову. «Єдині новини» від ICTV за 16.07.2025: 1239-й день. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=2ObrwwKf-TE>
226. Факти ICTV. (2025). Новини. Дроновий удар по Україні! Росія атакувала «шахедами» «Єдині новини» за 22.08.2025: 1276-й день війни. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=AIo08eQ0_QE
227. Федоришин, Є. П. (2013). Американська інтерпретаційна журналістика як сучасне тлумачення концепції об'єктивності. *Наукові записки Інституту журналістики*, 53, 124–128. https://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/viking/db/ftp/univ/nz_ij/nz_ij_2013_53.pdf
228. Федорів, Т. (2004). *Випуск теленовин: головні інструменти верстки*. Електронна бібліотека Інституту журналістики. <https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1259>

229. Фінклер, Ю. (2022). Інформаційні жанри контенту медіа в структурі комунікаційних інновацій. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістика, 2 (4), 1–5. <https://doi.org/10.23939/sjs2022.02.001>
230. Фленько, Н. (2020). Суспільне мовлення: національна місія та регіональні виклики. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Соціальні комунікації, 31 (70), 2 (4), 229–233.
231. Харитоненко, О. І. (2018). Висвітлення поняття фрейму як засобу інтерпретації та маніпулювання в навчальних курсах медіаграмотності. *Молодий вчений*, 9, 128–133.
232. Холод, О. М. (2012). *Основи тележурналістики: курс лекцій*. КиМУ.
233. Холод, О. М. (2014). *Методологія досліджень соціальних комунікацій: підручник*. ПАІС.
234. Худолій, А. О. (2022). *Інформаційна війна 2014–2022 рр.* Видавництво Національного університету «Острозька академія».
235. Цімох, Н. (2017). Тенденції розвитку жанрів сучасних телевізійних програм. *Culture and Arts in the Modern World*, 18, 201–219. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.18.2017.155696>
236. Цімох, Н. І., & Чорна, К. В. (2018). Телевізійний жанр як форма відображення навколишнього світу на екрані. У О. В. Безручка (Наук. ред.), *Аудіовізуальне мистецтво і виробництво: досвід, проблеми та перспективи* (т. 6, с. 161–183). Видавничий центр КНУКиМ. <https://surl.li/xhmxsq>
237. Цуріна, Е. О. (2021). *Інтерв'ю у тележурналістиці: навч.-метод. посіб. для студентів зі спеціальності «Журналістика»*. ХНУ імені В. Н. Каразіна.
238. Чайковська, О. Ю. (2020). Взаємодія вербальних, невербальних та паравербальних засобів текстів телевізійних новин. *Молодий вчений*, 5 (81), 479–481.
239. Чайкун, О. (2024). Медіа в умовах кризових ситуацій: трансформація комунікативної взаємодії з аудиторіями. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом*. Філологія, 4 (14), 92–107.
240. Чайкун, О. С. (2026). Сучасні моделі медіакомунікацій: від інформаційної єдності до партисипаційних практик у нестабільному середовищі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*.

- Серія: Філологія. Журналістика*, 37 (76), 1 (2), 50–55.
<https://doi.org/10.32782/2710-4656/2026.1.2/50>
241. Червінчук, А. (2020). Журналістські стратегії репрезентації воєнного досвіду учасників бойових дій. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, 31 (70), 4, 169–173.
 242. Чередник, Л. (2022). Діяльність українських масмедіа під час російсько-української війни. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 2, 75–81.
 243. Чистякова, А. С. (2024). Право на інформацію та телемарафон «Єдині новини»: специфіка співіснування в умовах воєнного стану. *Legal Bulletin*, 13, 86–92. <https://doi.org/10.31732/2708-339X-2024-13-A12>
 244. Чорна, К. В. (2015). Використання жанру інфотейнінг в українських теленовинах, пошук нових засобів і прийомів гри та розваги в інформаційних програмах. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*, 32, 148–155.
 245. Школьний, В. (2024). Основні моделі споживчої поведінки під час війни чи збройного конфлікту. *Наукові інновації та передові технології*, 7 (35), 735–744. <https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7> (35) -735-744
 246. Школьний, В. (2025). Проблема ідентичності та позиціонування українських інформаційних телеканалів в умовах повномасштабної війни. *Communications and Communicative Technologies*, 25, 117–124. <https://doi.org/10.15421/292514>
 247. Школьний, В. (2026). Телебачення виходить за межі. Телеконтент як один із ключових трендів медіаспоживання під час повномасштабної війни в Україні. *У Медіа і війна: журналістика в умовах воєнних конфліктів та інформаційних загроз: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (с. 119–122).
 248. Штефан, А. (2016). Формат телепередачі: сутність, зміст, правова охорона. *Теорія і практика інтелектуальної власності*, 1 (87), 49–58.
 249. Шульська, Н. М., Науменко, Л. М., & Калита, О. П. (2025). Особливості медіамовлення телемарафону «Єдині новини». *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 36 (75), 1 (1), 96–102.

250. Шуляк, Н. О. (2024). *Інформаційна гігієна в системі стратегічних комунікацій України* [Дисертація доктора філософії, Волинський національний університет імені Лесі Українки]. <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/24548>
251. Яковець, А. В. (2010). *Телевізійна журналістика. Теорія і практика: підручник*. ВД «Києво-Могилянська академія».
252. Ярошенко, О. (2024). Що має знати воєнний журналіст? Ізраїльські експерти розкривають секрети професії. *Європейська обсерваторія журналістики (ЕЮ)*. <https://surl.li/npccng>
253. Ятчук, О. М. (2018). *Інтерактивне телебачення: соціально-комунікаційні моделі та технології: монографія*. УМСФ.
254. Яцюк, Л. (2023, 10 січня). Лігачова: Телемарафон треба припиняти. *Главком*. <https://glavcom.ua/country/society/lihachova-telemarafon-treba-pripinjati-901134.html>
255. AFM-Téléthon. *What is the Telethon?* (Дата звернення: 9 червня 2026 р.). <https://www.afm-telethon.fr/en/what-telethon>
256. Blondheim, M., & Liebes, T. (2002). Live television's disaster marathon of September 11 and its subversive potential. *Prometheus*, 20 (3), 271–276. <https://doi.org/10.1080/08109020210141434>
257. Boyd, E. (2007). *Ефірна журналістика: технології виробництва телевізійних новин [Переклад з англійської]*. Київська типографія.
258. Boydston, A. E., Gross, J. H., Resnik, P., & Smith, N. A. (2013). *Identifying media frames and frame dynamics within and across policy issues* [Manuscript]. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/101148966/frames-2013-libre.pdf>
259. BRC 13. (2024). Cancer Telethon – American Cancer Society Telethon 2024. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=ZHGS47FsYGY>
260. Devereux, E. (1996). Good causes, God's poor and telethon television. *Media, Culture & Society*, 18 (1), 47–68. <https://doi.org/10.1177/016344396018001004>
261. Domenech Baldo, M. (2011). *Suffering, compassion and the telethon: From producers to the audience. A multimethodological study of the Catalan telethon La Marató de TV3*. <https://thesis.eur.nl/pub/10559/>
262. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

263. Espresso.TV. (2019). Вибори Президента України – 2019. Спільний марафон телеканалу «Еспресо» та «Радіо Свобода». *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=yaY2ZmJ1VDE>
264. Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time (25th anniversary ed.)*. Northwestern University Press.
265. Gould, J. (1960, November 8). *TV: A political telethon; Nixon's four-hour appearance may be his most effective in the campaign*. *The New York Times*. <https://surl.li/bgjmxh>
266. Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18 (12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
267. hromadske. (2022). *Вибору президента 2019. МАРАФОН*. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=a-K6D80FX_M
268. Höijer, B. (2003). The discourse of global compassion and the media. *Nordicom Review*, 24 (2), 19–29. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0305>
269. kagvideo. (2022). 09.04.22 – Єдині новини о 13:00 (ICTV + СТБ – Рада, 09.04.22). *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=EFtb4Yk8u1s>
270. kagvideo. (2022). 11.06.22 – Єдині новини о 12:00 (1+1 International Ukraine / Перший). *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=PKTPu9Llk5U>
271. kagvideo. (2022). 14.03.22 – Зведення о 13:00 (Суспільне – Рада PGM feed, 14.03.22). *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=4ihLB0RCFb8>
272. kagvideo. (2022). 14.03.22 – Зведення о 20:00. Частина 2 (Інтер – Рада PGM feed, 14.03.22). *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=FqsCxK3DukQ>
273. kagvideo. (2022). 16.05.22 – Єдині новини о 12:00 (Україна 24 – Рада, 16.05.22). *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=UfKXQ4LdLkI>
274. kagvideo. (2022). Єдині новини о 8:00 (K2 HD / Інтер + Рада, 22.03.22). *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=Vh0x4PnbNHc>
275. kagvideo. (2022). «Зведення о 20:00». Частина 1 (Інтер – Рада PGM feed, 14.03.22). *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=IXxfNT_0VlQ
276. Kitsa, M., & Haliv, O. (2025). To be or not to be: The United News Marathon as a source of information and object of criticism during the war in Ukraine. *Central European Journal of Communication*, 17 (438), 447–459. <https://doi.org/10.51480/1899-5101.17.4>

277. Krinah, N. (2017). *The impact of televised presidential debates on voters' decision: A comparative study of the 1960 and the 2016 debates*. <https://surl.li/wnxtof>
278. Lippmann, W. (2004). *Public opinion*. Free Press.
279. Longmore, P. K. (2016). *Telethons: Spectacle, disability, and the business of charity* (C. Kudlick, Ed.). Oxford University Press.
280. Otmakhova, Y., Khanehzar, S., & Frermann, L. (2024). Media framing: A typology and survey of computational approaches across disciplines. In *Proceedings of the 62nd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 1: Long Papers)* (pp. 15407–15428). Association for Computational Linguistics. <https://aclanthology.org/2024.acl-long.822/>
281. Rowan Television Network. (2017). *Rowan Television Network's 10th Annual Telethon*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Z-8BtifPMII>
282. Safori, A., Habes, M., Alzobi, A., & Ali, M. (2024). An analysis of television news media and its impact on public life. In A. M. A. Musleh Al-Sartawi & A. I. Nour (Eds.), *Artificial intelligence and economic sustainability in the era of Industrial Revolution 5.0* (pp. 1071–1082). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-56586-1_78
283. Ukrinform Press Center. (2022). Щодо ролі ЗМІ в інформаційній протидії РФ. Брифінг Олександра Ткаченка. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XOL0idYXuyA>
284. Van den Bulck, H., Panis, K., & Claessens, N. (2013). Putting the “fun” in fundraising: The Serious Request and Music For Life radio telethons, media, and citizenship. In K. Howley (Ed.), *Media interventions* (pp. 109–126). Peter Lang.
285. Višňovsky, J., Greguš, L., Mináriková, J., & Kubíková, K. (2018). Television news as an information source and its perception in Slovakia. *Communication Today*, 9 (2), 40–58.
286. WPTV News – FL Palm Beaches and Treasure Coast. (2020). Wounded Veterans Relief Fund Telethon: 9 a.m. Dec. 9. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4YnG4xYupbY>
287. WYLN-TV 35. (2024). 2024 American Cancer Society Telethon (WYLN-TV 35). YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Yii_TmUql4I

ДОДАТКИ

Додаток А

**Телевізійна верстка інформаційних випусків каналу «Інтер» за
07.03.2022р. (ранковий випуск)**

Номер матеріалу у верстці	Назва матеріалу	Тематика	Жанрові форми матеріалів	Часові форми теленовин
1.	«На Харківщині ЗСУ звільнили Чугуєв»	Хід бойових дій (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
2.	«Окупанти «оскаженіло» обстрілюють мирних жителів»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
3.	«Кремль анонсував нові обстріли, – заявив Зеленський»	Удари Росії по території України (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
4.	«Вибух в окупованому Луганську»	Хід бойових дій (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
5.	«Росія обстріляла Харків»	Обстріли населених пунктів (воєнна тематика)	Репортаж (форма прямого включення)	Ранковий випуск
6.	«Місія ОБСЄ залишає Україну»	Безпекова ситуація (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
7.	«Переговори з Росією»	Спроби дипломатичного вирішення війни (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
8.	«Спеціальна фінансова операція в Росії»	Економічний вимір війни (економічна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
9.	«Два міжнародні суди займаються справами війни в Україні»	Міжнародні судові процеси щодо воєнних злочинів армії РФ (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
10.	«Кібергрупа зламала	Протидія гібридній війні	Інформаційне	Ранковий

	російські телеканали»	РФ (міжнародна тематика)	повідомлення	випуск
11.	«Понад 50 міст у Росії охопили антивоєнні протести»	Антивоєнні настрої у Росії (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
12.	«Друга спроба врятувати жителів Маріуполя, щоб домовитися про воєнний коридор»	Евакуація цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
13.	«Ракетні обстріли по аеропорту Вінниці. Зеленський вимагає закрити небо над Україною»	Обстріли населених пунктів (воєнна тематика)	Репортаж	Ранковий випуск
14.	«Закрити небо над Україною вимагають депутати обласних і міських рад»	Реакція місцевого самоврядування на воєнні події (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
15.	«НАТО не закриватиме небо над Україною»	Реакція міжнародної спільноти (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск
16.	«Варшава поки не ухвалила жодних рішень щодо передачі Україні бойових літаків»	Міжнародна підтримка України (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Ранковий випуск

Додаток Б

Телевізійна верстка інформаційних випусків каналу «Рада» за

16.04.2025 р. (вечірній випуск)

Номер матеріалу у верстці	Назва матеріалу	Тематика	Жанрові форми матеріалів	Часові форми теленовин
1.	«Йшов зі зміни, коли потрапив під російський удар. Обстріл Херсона»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Вечірній випуск
2.	«Троє травмованих унаслідок атаки ударних дронів на Одесу»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Вечірній випуск
3.	«Ворожі дрони, які Росія запускає по Україні, можуть розкидати капсули з отруйною речовиною»	Удари Росії по території України (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Вечірній випуск
4.	«Сотні жителів прифронтових селищ Запорізької області евакуювалися в Таврійську громаду»	Евакуація цивільного населення (воєнна тематика)	Репортаж	Вечірній випуск
5.	«Більшість із обіцяних семи комплексів Patriot уже доставлені або будуть незабаром»	Міжнародна підтримка України (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Вечірній випуск
6.	«Верховна Рада продовжила дію воєнного стану ще на три місяці»	Законодавчі ініціативи (політична тематика)	Інформаційне повідомлення	Вечірній випуск
7.	«Найбільше російські війська штурмували позиції українських захисників на Покровському напрямку в районах Лисівки»	Хід бойових дій (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Вечірній випуск
8.	«Більше 40 % від усієї зброї, що застосовується на фронті, виробляється в Україні»	Розвиток оборонно-промислового комплексу (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Вечірній випуск

9.	«Верховна Рада підтримала звернення до Європарламенту та Єврокомісії з проханням почати переговори про оновлення умов торгівлі»	Співпраця із ЄС (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Вечірній випуск
10.	«США посилюють економічний тиск на Китай»	Геополітика міжнародні економічні протистояння (міжнародна тематика)	Інформаційне повідомлення	Вечірній випуск
11.	«Без питної води уже понад три роки Миколаїв»	Життєзабезпечення населення в умовах гуманітарної кризи (соціально-гуманітарна тематика)	Репортаж	Вечірній випуск

Додаток В

**Телевізійна верстка інформаційних випусків каналів «ІСТV» та «СТБ» за
16.07.2025 р. (денний випуск)**

Номер матеріалу у верстці	Назва матеріалу	Тематичне спрямування	Жанрові форми матеріалів	Часові форми теленовин
1.	«У Нікополі загинула жінка. Ще п'ятеро людей поранені»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
2.	«Восьмеро людей поранені після нічної ворожої атаки «Шахедів» на Вінниччину»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Репортаж	Денний випуск
3.	«Пізно увечері ворог вкотре атакував дронами Харків. Постраждала людина»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
4.	«Під ударом «Шахедів» вночі була і Одещина. В Ізмайльському районі росіяни пошкодили інфраструктуру»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
5.	«Російська армія вночі запустила по Україні балістичну ракету «Іскандер»	Обстріли цивільного населення (воєнна тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск

	М»»	тематика)		
6.	«Перші ракети до систем Patriot для України союзники вже відвантажують. Вони скоро прибудуть, – заявив президент США»	Міжнародна підтримка України (міжнародна тематика)	Репортаж	Денний випуск
7.	«Приблизно півмільйона абітурієнтів цього року вступатимуть до українських вишів і профтехів, – прогнозує Міносвіти»	Освітня вступна кампанія (освітня тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск
8.	«Верховна Рада планує проголосувати за відставку Кабінету Міністрів Дениса Шмигала»	Кадрові зміни у владі (політична тематика)	Інформаційне повідомлення	Денний випуск

Додаток Г

Тематика інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини»

Тематика	Приклади матеріалів	Телеканал	Дата
Воєнна	«Росія втратила понад 9 тисяч вояків»	«Інтер»	04.03.2022
	«Горять склади і техніка. У полях на Миколаївщині наші військові витісняють ворога»	«1+1»	06.08.2022
	«На Керченському мосту в окупованому Криму стався потужний вибух»	«ІCTV», «СТБ»	08.10.2022
	«Про щоденний подвиг військових: репортаж із фронту»	«Інтер»	17.10.2022
	«Російський штурмовик Су-25 сьогодні знищили зенітні ракетні війська на східному напрямку»	«Суспільне»	12.01.2023
	«Росіяни обстріляли 9 прикордонних громад»	«Рада»	12.04.2023
	«Воїни 128 окремої гірської тиснуть окупантів на Мелітопольському відтинку фронту»	«1+1»	12.07.2023
	«Триває наступальна операція на Мелітопольському напрямку»	«ІCTV», «СТБ»	25.08.2023
	«Повітряна тривога нині оголошена вже в шести областях країни»	«Рада»	24.11.2023
	«В Одесі один чоловік загинув троє жінок поранені внаслідок вечірньої атаки на місто»	«Суспільне»	24.02.2024
	«Харків сьогодні в жалобі за загиблими внаслідок масованого російського ракетного обстрілу»	«ІCTV», «СТБ»	24.05.2024
	«Українські дрони потопили патрульний корабель Чорноморського флоту РФ»	«Ми – Україна»	05.03.2024
	«День незалежності на східному фронті наша знімальна група зустріла у побитому Торецьку»	«1+1»	24.08.2024
	«Рятувальники призупинили гасіння осередків тління на укрітті четвертого енергоблоку Чорнобильської АЕС»	«Ми – Україна»	21.02.2025
	«Відбувся перший етап великого обміну полоненими»	«1+1»	23.05.2025
	«Напередодні СБУ атакувала російські аеродроми»	«Рада»	02.06.2025
	«62 річний чоловік загинув через російську атаку на Запоріжжі»	«Інтер»	02.09.2025
	«У тимчасово окупованому Криму вночі лунали вибухи»	«Ми – Україна»	21.11.2025
	«Деталі нічної атаки по Росії»	«ІCTV», «СТБ»	02.12.2025
Міжнародна	«У Росії заблокували фейсбук»	«Інтер»	04.03.2022
	«Не обмежуватися частковими санкціями закликає Зеленський у парламенті Фінляндії»	«Інтер»	08.04.2022
	«З'їзд Комуністичної партії Китаю дозволив Сі Цзіньпіну переобратися на третій термін»	«Рада»	22.10.2022
	«Велика Сімка» оголосить спільні історичні гарантії безпеки для України»	«ІCTV», «СТБ»	12.07.2023
	«США безперервно постачатимуть озброєння ЗСУ, – заявив голова Пентагону Лойд Остін»	«Ми – Україна»	12.10.2023
	«Підводний тунель в окупований Крим: Росія і Китай таємно обговорюють...»	«1+1»	24.11.2023
	«На всіх континентах включно з Антарктидою сьогодні майорять синьо-жовті прапори»	«Ми – Україна»	24.02.2024
	«Міжнародний кримінальний суд у Гаазі видав ордери	«Суспільне»	05.03.2024

	на арешт двох російських генералів»		
	«У Канаді вшановують вбитих дітей України»	«1+1»	05.06.2024
	«Путін принизив Монголію, цинічно використавши її»	«Ми – Україна»	03.09.2024
	«Спецпредставник Трампа Кіт Келлог вперше прокоментував учорашню зустріч...»	«1+1»	21.02.2025
	«До Парижа на переговори прибули керівник Офісу президента Андрій Єрмак, міністр закордонних справ Андрій Сибіга та міністр оборони»	«Інтер»	17.04.2025
	«Перші ракети до систем Patriot для України союзники вже відвантажують»	«ІCTV», «СТБ»	16.07.2025
	«Зустріч у Маямі між делегаціями»	«1+1»	01.12.2025
Економічна	«Уперше з початку повномасштабної війни Національний банк підвищив офіційний курс»	«ІCTV» / «СТБ»	22.07.2022
	«Місія МВФ. Експерти разом із представниками НБУ мають вивчити стан української економіки»	«ІCTV» / «СТБ»	18.10.2022
	«Попри дефіцит світла дефіциту з продуктами в Україні немає. Але ціни на них продовжують зростати»	«Ми – Україна»	16.12.2022
	«Заборона на імпорт окремих видів української сільськогосподарської продукції для п'яти європейських країн триватиме до 15 вересня»	«Інтер»	06.06.2023
	«800 млн доларів на відновлення української енергетики виділять США»	«Рада»	02.09.2024
	«Як отримати зимову «Підтримку»	«Ми – Україна»	03.12.2024
	«Україна готова підписати зі США угоду «Про надра»	«Ми – Україна»	04.03.2025
Політична	«ВР ухвалила установу про визнання геноцидом дії РФ в Україні»	«Суспільне»	14.04.2022
	«Ситуацію на передовій обговорили під час чергового засідання ставки Верховного головнокомандувача»	«Рада»	12.04.2023
	«Пріоритети на 2024 рік озвучив Президент»	«ІCTV» / «СТБ»	23.02.2024
	«Зеленський публічно представив план Перемоги»	«Ми – Україна»	17.10.2024
	«Зеленський відреагував на слова спецпредставника Трампа»	«ІCTV» / «СТБ»	16.04.2025
	«Умеров доповів Зеленському про мирні переговори»	«Рада»	01.12.2025
Соціальна	«Польща та Італія. У Євростаті назвали дві країни, які найчастіше давали тимчасовий прихисток для українців у липні»	«Суспільне»	19.09.2022
	«Через масовані обстріли росіян МОН закликає українські навчальні заклади перейти на дистанційне навчання»	«Інтер»	10.10.2022
	«Теплопостачання в третині Рівного вже не залежить від постачання газу»	«Інтер»	11.11.2022
	«Ситуація із бомбосховищами столиці критична: половина із них не готові приймати людей»	«1+1»	05.06.2023
	«Базові знання з домедичної допомоги в умовах війни»	«Інтер»	06.06.2023
	«Запровадження інституту реєстрованого цивільного партнерства»	«Суспільне»	05.09.2023
Культурна	«У Чернявцях благодійники створюють лімітовану колекцію чоловічих гаптованих сорочок»	«1+1»	20.06.2022
	«Центральний вхід до музею...»	«Ми – Україна»	20.05.2023
	«Копію мозаїки видатної художниці Алли Горської привезли до Британії»	«Рада»	16.07.2025
	«Хто хоче стати мільйонером?» повертається»	«ІCTV» / «СТБ»	01.09.2025
	«Головна ялинка країни»	«Рада»	01.12.2025
Історична	«Голодомор у 30-х роках – це геноцид українців.	«1+1»	01.12.2022

	Німеччина стала ще однією країною, яка визнала це офіційно»		
	«Сьогодні в Україні День пам'яті жертв голодоморів»	«Суспільне»	25.11.2023
	«День прапора сьогодні відзначають в Україні»	«1+1»	23.08.2024
	«Щороку в четверту суботу листопада Україна вшановує пам'ять жертв голодоморів»	«Рада»	23.11.2024
<i>Спортивна</i>	«Олександр Усик розповів про бій з Джошуа, плани на майбутнє та завершення кар'єри»	«Рада»	02.09.2022
	«Ярослава Магучіх стала найкращою легкоатлеткою світу»	«1+1»	02.12.2024
	«Всесвітні ігри»	«Рада»	01.09.2025
<i>Релігійна</i>	«Про особливості Великодня під час війни»	«1+1»	24.04.2022
	Найдавніша в Україні церква Покрови. Їй майже 600 років і вона є не просто собором»	«1+1»	16.10.2022
	«163 храми Києва відзначатимуть Великдень 16 квітня»	«Суспільне»	12.04.2023
<i>Кримінальна</i>	«Два місяці арешту для колишнього Голови Верховного Суду Всеволода Князева»	«1+1»	19.05.2023
	«СБУ викрила на корупції ще чотирьох воєнкомів і голів медкомісій»	«Ми – Україна»	26.08.2023
	«СБУ затримала керівників Департаменту Держмитслужби, які обклали даниною регіональні митниці»	«1+1»	10.07.2024
	«Одну з наймасштабніших диверсій на Одещині готували двоє агентів ФСБ»	«Рада»	16.07.2025

ДОДАТОК Д

**Узагальнені критерії аналізу жанрових особливостей інформаційних
випусків телемарафону**

<i>Телевізійний жанр</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Ознаки</i>
Інформаційне повідомлення (усне / з використанням відео)	Оперативне, фактологічне інформування аудиторії про подію / тему	Стисле / деколи розширене подання інформації про подію; відсутня розгорнута авторська інтерпретація (тобто без максимальної залученості репортера); мінімальний аналіз того, що відбулося; акцент на фактологічності; використання фрагментів звіту; не надто глибоке розкриття теми; зміст матеріалу найчастіше зачитує в студії ведуча / ведучий; наявність / деколи відсутність відеоряду, коментарів (синхронів)
Репортаж	Оперативне або планове розкриття теми з безпосередньою участю репортера, відтворення атмосфери події	Обов'язковий відеоряд із місця події, коментарі, інтершуми, закадровий текст автора матеріалу, кінцеве представлення; прив'язка до конкретного місця або ситуації; перед виходом матеріалу ведучий / ведуча у студії повідомляє короткі деталі (підводка); події розгортаються послідовно; авторська інтерпретація; ефект присутності; використання фрагментів звіту; жива мова; stand-up автора матеріалу; розгорнута структура телевізійного матеріалу; пряме ввімкнення журналіста з місця події (прямий репортаж)
Огляд	Зіставлення різних аспектів певної теми, її узагальнення	Обов'язковий відеоряд і коментарі (синхрони); автор матеріалу може бути не присутній на місці події; важливим елементом є узагальнення; використовується добірка фактів, фрагменти з огляду преси, звіту; допустиме порівняння кількох елементів, складових, подій; закадровий текст здебільшого начитується автором
Інтерв'ю	Діалогічна форма подання інформації	Наявність запитань журналіста або ведучого; послідовність запитань і відповідей; використання різних видів зв'язку; коментарі співрозмовника (гостя) є основою інформації, яка розкриває суть події / теми; телевізійний матеріал може бути записаний наперед або ж створюватися в режимі реального часу

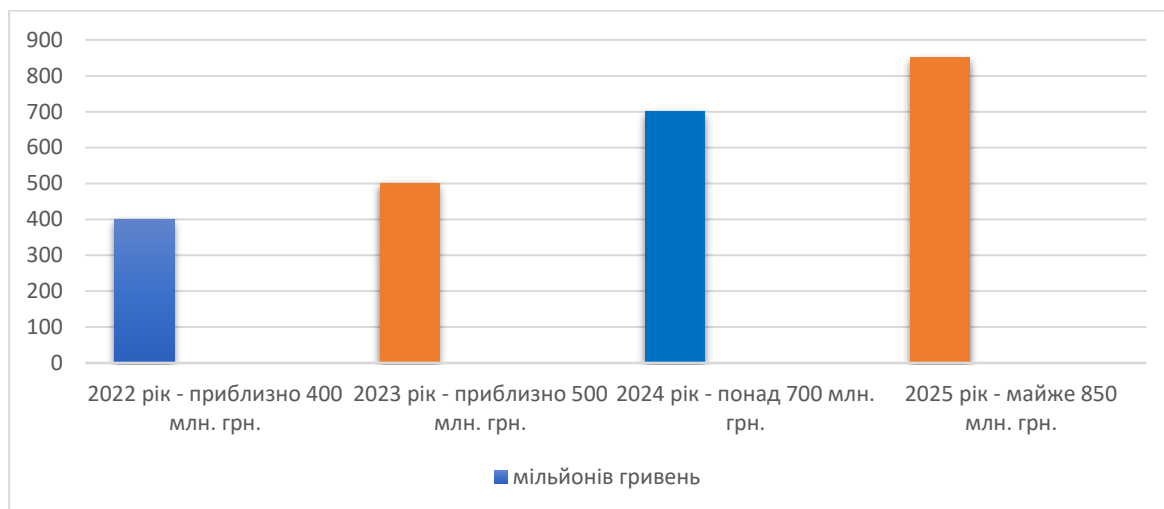
ДОДАТОК Е

**Жанровий спектр матеріалів інформаційних випусків телемарафону «Єдині
новини»**

<i>Жанри</i>	<i>Заголовки матеріалів</i>	<i>Телеканал</i>	<i>Дата</i>
Інформаційне повідомлення	«Луганщина під ударами»	«ICTV» / «СТБ»	19.04.2022
	«На кордоні із Сумщиною стоїть танкова дивізія Росії»	«Україна 24»	05.05.2022
	«Уряд планує повернути акциз на пальне»	«Інтер»	14.08.2022
	«СБУ обшукала керівництво УПЦ Московського патріархату на Кіровоградщині»	«1+1»	31.10.2022
	«Зранку Росія знову здійснила масований обстріл України»	«Суспільне»	31.10.2022
	«Правоохоронці зацікавилися Харківською єпархією Української Православної церкви Московського патріархату»	«ICTV» / «СТБ»	10.12.2022
	«28 із 33х ворожих дронів збили наші сили ППО цієї ночі над Україною»	«Ми – Україна»	12.10.2023
	«Сьогодні у Харкові день жалоби за жертвами напередодні»	«Ми – Україна»	24.05.2024
	«Уряд Румунії готовий безкоштовно передати Україні зенітно-ракетний комплекс»	«ICTV» / «СТБ»	02.09.2024
	«Смертельна ДТП у Дніпрі»	«Рада»	02.12.2024
	«Кіно про росіян із російськими акторами цьогоріч тріумфує на церемонії вручення кінопремії...»	«1+1»	03.03.2025
	«Найбільш кардинальні кадрові зміни від початку повномасштабного вторгнення почнуться сьогодні»	«ICTV» / «СТБ»	16.07.2025
	«Обговорення щодо Венесуели у Білому домі»	«Інтер»	02.12.2025
Репортаж	«Як в західних областях України приймають біженців»	«ICTV» / «СТБ»	14.03.2022
	«Двоє загинули внаслідок ворожого обстрілу житлового масиву Харкова»	«Україна 24»	18.04.2022
	«Місто Кривий Ріг на 70 % готовий до опалювального сезону»	«Рада»	25.08.2022
	«Понад два мільйони квадратних метрів багатоквартирного житла збудували в Україні за воєнний рік»	«Суспільне»	12.01.2023
	«Краса та розкіш: парковий комплекс «Межегір'я» тепер офіційно у державній власності»	«Рада»	02.09.2024
	«Дніпровський гусак Гоша – зірка соцмереж»	«Ми – Україна»	03.12.2024
	«З надією на повернення і звільнення з полону захисників рідні військових не втомлюються виходити на вулиці міст України»	«ICTV» / «СТБ»	16.04.2025
	«Посеред руїн у Херсоні місцевий пенсіонер Олексій Борщенко власноруч облаштував двір багатоповерхівки»	«Ми – Україна»	16.10.2025
	«Сотні людей залишаються під завалами заводу «Азовсталь» у Маріуполі»	«1+1»	20.04.2022
	«Реконструктори козацького бою»	«Рада»	04.05.2022
	«У Києві попрощалися з майором Збройних	«ICTV» / «СТБ»	09.07.2022

	Сил України, командиром батальйону окремої механізованої бригади імені Чорних Запорозжців»		
	«Вишкіл бійців бригади поліції «Лють» розпочали на Закарпатті»	«Суспільне»	07.03.2023
	«Ця зброя не дає ворогу почуватися безпечно ні в бліндажі, ні в автівці»	«1+1»	04.09.2023
	«Завіщували вікна простирадлами, щоби світло не побачили російські військові. Так, під час окупації народжувала Ганна Саченко»	«Суспільне»	11.04.2024
	«Мріяв стати ресторатором, але обрав піхоту»	«ICTV» / «СТБ»	02.12.2024
	«За даними карти Deep State росіяни окупували Янтарне на Донеччині...»	«ICTV» / «СТБ»	15.01.2025
	«Витримкою та професіоналізмом досягають вагомих результатів на фронті»	«Ми – Україна»	23.05.2025
Інтерв'ю	«Ще одне українське місто, яке чекає на звільнення і яке окупанти продовжують тероризувати – Мелітополь»	«Інтер»	11.11.2022
	«Зведення речника Генштабу ЗСУ»	«1+1»	12.07.2023
	«І починаємо про ситуацію на фронті: з нами на прямому зв'язку речник Генерального штабу Збройних Сил України»	«ICTV» / «СТБ»	24.11.2023
	«А далі про перебіг бойових дій ми поговоримо з речником Генштабу Збройних Сил України»	«ICTV» / «СТБ»	23.02.2024
	«На передовій як і раніше гаряче, росіяни не припиняють атакувати українські позиції. Більше нам готовий розповісти речник Генштабу»	«Інтер»	04.06.2024
	«З фронту увімкнення речника Генштабу»	«1+1»	05.06.2024
	«Докладніше про ситуацію в області розпитаємо Андрія Подорована, радника голови...»	«Інтер»	16.10.2025
Огляд	«Польща підвищує боеготовність та посилює контроль»	«1+1»	16.11.2022
	«Говорять про війну та ядерну загрозу»	«Рада»	19.05.2023
	«Внутрішній збройний конфлікт в Еквадорі»	«1+1»	10.01.2024
	«Далекобійна зброя зроблена в Україні за гроші Німеччини»	«Рада»	16.07.2025
	«Європейські держави купують американську зброю для України»	«Інтер»	16.10.2025

Додаток Ж

Витрати з державного бюджету на фінансування телемарафону, у млн. грн.

АНКЕТА (для аудиторії)**для аналізу специфіки інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини»**

Шановні респонденти!

Запрошуємо Вас взяти участь в анкетуванні, метою якого є дослідження особливостей інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини».

Ваші відповіді сприятимуть формуванню рекомендацій щодо покращення якості новинного контенту телемарафону. Тому просимо Вас неупереджено та відверто відповісти на запитання.

Анкетування є анонімним. Результати дослідження будуть використані в узагальненому вигляді в дисертаційному дослідженні. Дякуємо за участь в анкетуванні!

Чи слугують для Вас джерелом інформації новинні випуски телемарафону «Єдині новини»?

Так

Ні (для респондентів, які обрали варіант «ні», опитування завершується)

Як часто Ви переглядаєте інформаційні випуски телемарафону «Єдині новини»?

Щодня

Раз на тиждень

Декілька разів на тиждень

Рідко

На скільки Ви довіряєте інформації, що транслюється в новинних випусках телемарафону?

1 2 3 4 5

Чи відповідає новинний контент телемарафону Вашим інформаційним потребам?

Так

Частково

Ні

Яку тематику Ви зазвичай відстежуєте в інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини»?

Військова / воєнна

Політична

Економічна

Екологічна

Соціальна

Культурна

Спортивна

Кримінальна

Інше: _____

Які види інформації були для Вас пріоритетними на початку російсько-української війни?

Інформація оперативного характеру (що відбулося, чому, які наслідки)

Інформація суспільно-політичного характеру

Інформація соціально-економічного характеру

Інформація нормативно-правового характеру

Інформації щодо освітнього процесу

Інформація про захисників та їх потреби

Інформація довідкового характеру

Інформація інструктивного характеру

Інше: _____

Які тематичні напрями висвітлення російсько-української війни домінують у новинному контенті телемарафону?

Перебіг бойових дій / ситуація на фронті

Мобілізація та демобілізація військовозобов'язаних

Військова та гуманітарна допомога

Заяви українських / міжнародних політиків і посадовців

Соціально-правовий захист військовослужбовців

Відносини України з ЄС, НАТО

Міжнародні антиросійські санкції

Соціальна адаптація внутрішньо переміщених осіб

Вимушена міграція українців

Соціальна політика щодо підтримки родин загиблих

Волонтерська діяльність

Інше: _____

Які теми, на Вашу думку, недостатньо висвітлені в новинних етерах телемарафону?

Які проблеми, пов'язані з російсько-українською війною, на Вашу думку, залишаються недостатньо висвітленими в інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини»?

Захист прав та соціальних гарантій військовослужбовців

Порушення законності та прав військовозобов'язаних у процесі мобілізації

Психологічна реабілітація військових та цивільних

Недосконалість механізмів державного обліку, пошуку та повернення полонених і зниклих безвісти

Правовий статус, соціальний захист та реінтеграція звільнених із полону захисників України

Екологічні наслідки російсько-української війни

Соціально-економічні проблеми інтеграції ВПО у громади

Економічна ситуація в державі

Проблеми відновлення соціальної інфраструктури на деокупованих територіях України

Корупція в державних інституціях

Шляхи та механізми забезпечення інформаційної безпеки держави в умовах війни

Інше: _____

Чи вважаєте Ви, що телемарафон «Єдині новини» ефективно протидіє російській пропаганді в інформаційному просторі?

Так, ефективно

Частково ефективно

Ні, неефективно

Важко відповісти

Які жанри найчастіше представлені в інформаційних випусках телемарафону?

Інформаційне повідомлення

Репортаж

Огляд

Інтерв'ю

Звіт

Інше: _____

Оцініть якість подання новин телеканалами

1 2 3 4 5

Чи фіксували Ви в новинних етерах телемарафону порушення професійних стандартів новинної журналістики?

Так

Ні

Якщо Ви відповіли «так», то які журналістські стандарти, на Вашу думку, порушувалися?

Повнота інформації

Баланс думок і точок зору

Оперативність інформації

Достовірність інформації

Точність інформації

Відокремлення фактів від коментарів

Простота інформації

На Вашу думку, які причини порушення етичних норм та професійних стандартів новинної журналістики виробниками інформаційного контенту?

Низький рівень соціальної відповідальності.

Низький рівень професійних знань та навичок у журналістів.

Свідоме маніпулювання аудиторіями заради досягнення певних цілей керівництва (комерційних, політичних).

Тиск із боку правлячих структур (цензура) та медіавласників і керівництва (самоцензура).

Безкарність (відсутність наслідків для самого медіа після порушення стандартів).

Небажання визнавати негативний вплив джінси на медіа в довгостроковій перспективі (втратити довіру аудиторій).

Інше: _____

Які маніпулятивні прийоми використовуються в новинних етерах телемарафону? (для тих респондентів, хто відповів на попереднє запитання «так» або «частково»)

Дозування правди

Навішування ярликів

Оманливість (ілюзія) плюралізму висвітлення подій, суспільно-політичних питань

Посилання на авторитетів

Відволікання уваги від головного на другорядне

Контрастна подача інформації

Прикриття універсальними поняттями

Подача суперечливих одне одному повідомлень

Використання стереотипів

Маніпулювання фактами

Інше: _____

Чи вважаєте Ви за доцільне подальше функціонування телемарафону «Єдині новини»?

Так

Ні

Важко відповісти

Визначте доцільність функціонування телемарафону в контексті інформаційної безпеки держави (для тих респондентів, хто відповів на попереднє запитання «так»)

Забезпечує безперервне інформування громадян у період російсько-української війни

Сприяє консолідації інформаційного простору та протидії російській дезінформації, пропаганді

Залучає широке коло експертів та офіційних спікерів, що мінімалізує кількість ворожих інфовкидів щодо подій / процесів

Інше: _____

На Вашу думку, чи потрібно переформатувати телемарафон «Єдині новини»?

Так, потребує комплексного переформатування змістового та жанрового наповнення, структури випуску, стилю подання новин тощо

Так, потребує часткового переформатування

Скоріше не потребує, можливі лише незначні корективи

Ні, чинний формат є ефективним

Важко відповісти

Які рекомендації Ви дали б виробникам телемарафону для покращення якості інформаційних випусків?

Ваш вік:

до 18 років

від 19 до 25 років

від 26 до 45 років

від 46 до 60 років

від 61 р.

Ваша стать:

Жіноча

Чоловіча

Ваша освіта:

Середня

Середня спеціальна

Базова вища

Вища

Інше: _____

Ваш соціальний статус:

Школяр / школярка

Студент / студентка

Працівник / працівниця

Тимчасово безробітний / безробітна

Пенсіонер / пенсіонерка

Додаток К

**Анкета для аналізу специфіки інформаційних випусків телемарафону
«Єдині новини» (для журналістів)**

Шановні респонденти!

Запрошуємо Вас взяти участь в анкетуванні, метою якого є дослідження особливостей інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини».

Ваші сприятимуть формуванню рекомендацій щодо покращення якості новинного контенту, вдосконалення жанрово-тематичної структури інформаційних випусків. Тому просимо Вас неупереджено та відверто відповісти на запитання.

Анкетування є анонімним. Результати дослідження будуть використані в узагальненому вигляді в дисертаційному дослідженні. Дякуємо за участь в анкетуванні!

Який тип медіа Ви представляєте за охопленням?

Загальнонаціональне

Регіональне

Місцеве

Закордонне

Який тип медіа Ви представляєте за способом поширення інформації?

Друковане медіа

Онлайн-медіа

Аудіовізуальні медіа (телебачення)

Аудіальне медіа (радіо)

Вкажіть, будь ласка, Вашу посаду в медіа:

Журналіст / журналістка

Оператор / операторка

Режисер / режисерка

Редактор / редакторка

Керівник / керівниця медіа

Інше: _____

Ваш професійний досвід у медіа:

До 1 року

1–5 років

6–10 років

11–20 років

Понад 20 років

Над якою тематикою у професійній діяльності Ви працюєте найчастіше?

Воєнна / військова

Політична

Соціальна

Культурна

Економічна

Екологічна

Спортивна

Релігійна

Кримінальна

Інше: _____

Чи слугують для Вас джерелом інформації новинні випуски телемарафону «Єдині новини»?

Так

Ні (для респондентів, які обрали варіант «ні», опитування завершується).

Як часто у своїй професійній діяльності Ви використовуєте інформаційний контент телемарафону «Єдині новини»?

Щодня

Раз на тиждень

Декілька разів на тиждень

Рідко

Чим цінними є для Вас інформаційні випуски телемарафону як джерело інформації?

Надають оперативну інформацію про хід бойових дій

Канал верифікованої інформації

Представлено різні точки зору на події / процеси

Підтримують моральний дух громадян

Формують патріотичні настрої

Інше: _____

На скільки Ви довіряєте інформації, що транслюється в новинних випусках телемарафону?

1 2 3 4 5

З якою метою Ви використовуєте інформаційний контент телемарафону «Єдині новини»?

Моніторинг інформаційного порядку денного

Формування новинної стрічки

Підготовка тематичних добірок

Для підтвердження / спростування інформації

Відстежування наративів влади

Використовую у приватних цілях

Інше: _____

Вкажіть способи використання новинного контенту телемарафону для Вашого медіа:

Використання як основи для власних матеріалів

Використання тільки фактів / статистики / цитат / коментарів експертів

Застосування для перевірки фактів

Використання для бекграунду

Інше: _____

Яку тематику Ви зазвичай відстежуєте в інформаційних випусках телемарафону?

Військова / воєнна

Політична

Економічна

Екологічна

Соціальна

Культурна

Спортивна

Кримінальна

Інше: _____

Які тематичні напрями висвітлення російсько-української війни домінують у новинному контенті телемарафону?

Перебіг бойових дій / обстановка на фронті

Мобілізація та демобілізація військовозобов'язаних

Військова та гуманітарна допомога

Заяви українських / міжнародних політиків і посадовців

Соціально-правовий захист військовослужбовців

Відносини України з ЄС, НАТО

Міжнародні антиросійські санкції

Соціальна адаптація внутрішньо переміщених осіб

Вимушена міграція українців

Соціальна політика щодо підтримки родин загиблих

Волонтерська діяльність

Інше: _____

Які теми, на Вашу думку, недостатньо висвітлені в новинних етерах телемарафону?

Які проблеми, пов'язані з російсько-українською війною, на Вашу думку, залишаються недостатньо висвітленими в інформаційних випусках телемарафону «Єдині новини»?

Захист прав та соціальних гарантій військовослужбовців

Порушення законності та прав військовозобов'язаних у процесі мобілізації

Психологічна реабілітація військових та цивільних

Недосконалість механізмів державного обліку, пошуку та повернення полонених і зниклих безвісти

Правовий статус, соціальний захист та реінтеграція звільнених із полону захисників України

Екологічні наслідки російсько-української війни

Соціально-економічні проблеми інтеграції ВПО у громади

Економічна ситуація в державі

Проблеми відновлення соціальної інфраструктури на деокупованих територіях України

Корупція в державних інституціях

Шляхи та механізми забезпечення інформаційної безпеки держави в умовах війни

Інше: _____

Чи вважаєте Ви, що телемарафон «Єдині новини» ефективно протидіє російській пропаганді в інформаційному просторі?

Так, ефективно

Частково ефективно

Ні, неефективно

Важко відповісти

Чи впливає спосіб подання новин телемарафону на Ваше розуміння російсько-української війни?

Так, значною мірою

Частково впливає

Ні, не впливає

Чи спостерігали Ви, що деякі події в новинах подаються через певні інтерпретації або «рамки» (фрейми)?

Так, часто

Так, іноді

Так, рідко

Ні, не спостерігав / не спостерігала

На Вашу думку, що найбільше впливає на формування фреймів у новинах телемарафону?

Редакційна політика телеканалів

Політичні чинники

Журналістська інтерпретація подій

Джерела інформації

Вплив державної інформаційної політики

Ідеологічні фактори (суспільні настрої, національні цінності)

Інформаційні потреби аудиторії

Конкуренція між медіа

Інше: _____

Які жанри найчастіше представлені в інформаційних випусках телемарафону?

Інформаційне повідомлення

Репортаж

Огляд

Інтерв'ю

Звіт

Інше: _____

Оцініть якість подання новин

1 2 3 4 5

Оцініть рівень дотримання професійних стандартів новинної журналістики в інформаційних випусках телемарафону?

1 2 3 4 5

Чи фіксували Ви в новинних етерах телемарафону порушення професійних стандартів новинної журналістики?

Так

Ні

Якщо Ви відповіли «так», то які професійні стандарти новинної журналістики, на Вашу думку, порушувалися?

Баланс думок і точок зору

Точність інформації

Оперативність інформації

Достовірність інформації

Відокремлення фактів від коментарів

Повнота інформації

Які ознаки порушення стандарту оперативності інформації Ви спостерігали в новинних випусках телемарафону? (для тих респондентів, хто вказав на недотримання цього стандарту).

Несвоєчасна подача інформації.

Імітація оперативності

Свідомо подається запізнена інформація (коли йдеться про події із зони бойових дій).

Інше: _____.

Які ознаки недотримання стандарту повноти інформації Ви спостерігали в новинних випусках телемарафону? (для тих респондентів, хто вказав на порушення цього стандарту)

У новинах подавалась неповна інформація про подію.

Маніпулювання бекграундом.

Обмеження стандарту повноти в новинному контенті про російсько-українську війну.

Інше: _____.

На Вашу думку, які маркери свідчать про відсутність балансу думок у новинних випусках телемарафону? (для тих респондентів, хто вказав на порушення цього стандарту)

Різні сторони конфлікту представлені непропорційно як у смисловому, так і в кількісному відношеннях.

Викладена позиція однієї сторони конфлікту

Представлені всі сторони конфлікту, проте одна з них маргіналізується, цитати вириваються з контексту або не стосуються суті проблеми.

Експертна оцінка є заангажованою / експерт пов'язаний зі стороною конфлікту.

Інше: _____.

На Вашу думку, які ознаки порушення стандарту достовірності інформації переважають у новинних випусках телемарафону? (для тих респондентів, хто вказав на порушення цього стандарту)

Узагальнені посилання на джерела фактичного матеріалу (наприклад, Міноборони України, СБУ, Генштаб).

Джерело інформації не вказане.

Джерело інформації неодноразово дискредитувало себе шляхом надання неправдивої інформації.

Псевдопосилання на авторство суб'єктивних думок.

Джерелом інформації є група в соціальній мережі

Неадекватне (спрошене, викривлене) подання результатів дослідження / соціологічного опитування

Інше: _____.

Які ознаки недотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів Ви простежили в новинних випусках телемарафону? (для тих респондентів, хто вказав на порушення цього стандарту)

Змішування фактів і оцінок: журналісти подають суб'єктивні судження як фактичну інформацію

Відсутність авторизації кожної висловленої думки

Присутні оціночні судження журналістів.

Інше: _____.

Які ознаки порушення стандарту точності інформації Ви спостерігали в новинних випусках телемарафону? (для тих респондентів, хто вказав на порушення цього стандарту)

Наявність фактичних помилок.

Неточне цитування: перекручування, неадекватність подання цитованої мови.

Невідповідність відеоряду змістові повідомлень

Інше: _____.

На Вашу думку, які причини порушення етичних норм та професійних стандартів новинної журналістики виробниками інформаційного контенту?

Низький рівень соціальної відповідальності.

Низький рівень професійних знань та навичок у журналістів.

Свідоме маніпулювання аудиторіями заради досягнення певних цілей керівництва (комерційних, політичних).

Безкарність (відсутність наслідків для самого медіа після порушення стандартів).

Небажання визнавати негативний вплив джінси на медіа в довгостроковій перспективі (втратити довіру аудиторій).

Недотримання окремих журналістських стандартів під час висвітлення воєнних подій пов'язане з умовами безпеки та обмеженнями щодо поширення чутливої інформації

Інше: _____

Чи вважаєте Ви за доцільне подальше функціонування телемарафону «Єдині новини»?

Так

Ні

Важко відповісти

Визначте доцільність функціонування телемарафону в контексті інформаційної безпеки держави (для тих респондентів, хто відповів на попереднє запитання «так»)

Забезпечує безперервне інформування громадян у період російсько-української війни

Сприяє консолідації інформаційного простору та протидії російській дезінформації, пропаганді

Залучає широке коло експертів та офіційних спікерів, що мінімілізує кількість ворожих інфовкидів щодо подій / процесів

Інше: _____

На Вашу думку, чи потрібно переформатувати телемарафон «Єдині новини»?

Так, потребує комплексного переформатування змістового та жанрового наповнення, структури випуску, стилю подання новин тощо

Так, потребує часткового переформатування

Скоріше не потребує, можливі лише незначні корективи

Ні, чинний формат є ефективним

Важко відповісти

Які фактори, на Вашу думку, найбільше зумовлюють потребу переформатування телемарафону?

Обмеження тематичного різноманіття в новинних випусках

Різні редакційні підходи до виробництва інформаційного контенту

Зниження якості новин та недотримання деяких журналістських стандартів

Одноманітність структури інформаційних випусків

Зміна інформаційних потреб та медіаспоживання аудиторії

Неефективність формату

Інше: _____

Які рекомендації Ви дали б виробникам телемарафону для покращення якості інформаційних випусків?

Ваш вік:

до 18 років

від 19 до 25 років

від 26 до 45 років

від 46 до 60 років

від 61 р.

Ваша стаття:

Чоловіча

Жіноча

Вкажіть, будь ласка, населений пункт, у якому Ви працюєте:

Автономна Республіка Крим

Вінницька область

Волинська область

Дніпропетровська область

Донецька область

Житомирська область

Закарпатська область

Запорізька область

Івано-Франківська область

Київська область

Кіровоградська область

Луганська область

Львівська область

Миколаївська область

Одеська область

Полтавська область

Рівненська область

Сумська область

Тернопільська область

Харківська область

Херсонська область

Хмельницька область

Черкаська область

Чернівецька область

Чернігівська область

Інше: _____

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, у яких опубліковані основні наукові результати

1. Kitsa, M., & Haliv, O. (2025). To Be or Not to Be: The United News Marathon as a Source of Information and Object of Criticism during the War in Ukraine. *Central European Journal of Communication*, 17(4(38)), 447–459. [https://doi.org/10.51480/1899-5101.17.4\(38\).712](https://doi.org/10.51480/1899-5101.17.4(38).712)

2. Галів, О. (2022). Вплив повномасштабного вторгнення Росії на тематичну та жанрову палітру телебачення: регіональний аспект. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, № 4 (52), с. 33–38. DOI: [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.4\(52\).5](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.4(52).5)

3. Галів, О. (2023). Національний та регіональний телемарафони під час війни: порівняльна характеристика. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістика, № 1 (5), с. 3–10. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2023.01.001>

4. Галів, О. (2024). Постетерне цитування як одна із головних переваг національного марафону новин. Специфіка підходу до цитування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістика, № 2 (8), с. 9–15. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2024.02.009>

Наукові праці, які засвідчують апробацію результатів дисертації

5. Галів, О. (2023). Війна в Україні як головна тема у палітрі національних світових медіа: приклади та характеристика. Ю. Р. Казімова (Упоряд.), *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції* (Львів, 9 листопада 2023) (с. 93–94). Львів: Видавництво Львівської політехніки. <https://www.uzhnu.edu.ua/en/infocentre/get/85239>

6. Галів, О. (2024). Переформатування марафону «Єдині новини» як виклик для державної інформаційної політики України в умовах третього року російсько-української війни. *Сучасний масмедійний простір: реалії та*

перспективи розвитку: матеріали Другої всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (Тернопіль, 16 травня 2024) (с. 16–19). Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. <https://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/33313>

7. Галів, О. (2024). Телемарафон «Єдині новини» як інструмент влади для контролю медіапростору в умовах російсько-української війни. *Пріоритетні напрями філологічних, лінгводидактичних і соціальнокомунікаційних досліджень: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції* (Херсон, 28–29 листопада 2024) (с. 314–318). Херсон. <https://surl.li/ssjaow>

8. Галів, О. (2025). Формат телемарафону як тренд телевізійного мовлення в Україні: регіональний аспект. Ю. Бондар, А. Волобуєва, & Б. Носова (Упоряд.), *Актуальні проблеми медіапростору: збірник доповідей науково-практичної конференції* (Київ, 20 березня 2025) (с. 33–35). Київ; Вітербо. <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5c136bfl-ee21-4628-843d-ad846f8ce3af/content>

9. Галів, О. (2025). Жанрово-тематична характеристика новинного марафону на телеканалі «Київ». *Interdisciplinary Research: Scientific Horizons and Perspectives: Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the IX International Scientific and Theoretical Conference* (Reykjavík, February 7, 2025) (pp. 134–136). Reykjavík: International Center of Scientific Research. <https://doi.org/10.36074/scientia-07.02.2025>

10. Галів, О. (2025). Жанрові особливості воєнного контенту національного марафону «Єдині новини». К. М. Пирогова (Відп. ред.), *Українська мова на порубіжжі XX–XXI сторіч: мовознавчий та лінгводидактичний аспекти: матеріали VII Всеукраїнської заочної науково-практичної студентської конференції* (Запоріжжя, 7 листопада 2025) (с. 14–15). Запоріжжя: Бердянський державний педагогічний університет. <https://dspace.bdpu.org.ua/handle/123456789/5477>