1

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА
Кафедра інформаційних комунікацій

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
_____О. А. Політова
«13» травня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(дослідження та аудіовізуальний твір)

на тему:

ТРАНСФОРМАЦІЯ НОВИНИХ В УКРАЇНІ ПІСЛЯ РОСІЙСЬКОГО ПОВНОМАШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ 2022 РОКУ.

випускника першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Виконала:
студентка IV курсу групи ВТПб-1-22-4.0д
Петрішко Софія Олексіївна
Науковий керівник:
Черкасець Маріанна Сергіївна

Цим підписом засвідчую, що поданий захист рукопис та електронний документ є ідентичні
08.06.2026

Київ – 2026 рік

ЗМІСТ

ВСТУП…….3

РОЗДІЛ І. ТЕЛЕВІЗІЙНІ НОВИНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ: ПРИЙОМИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ (2022–2026 РР.)

1.1. Телевізійні новини як інструмент формування суспільної думки……..6

1.2. Характеристика медіа-прийомів у висвітлення новин…….....…….....9

1.3. Трансформація стандартів у телевізійних новинах України 2022-2026 р……11

Висновки до розділу 1……...15

РОЗДІЛ ІІ. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТВОРЧОГО ПРОЕКТУ

2.1. Концепція та підготовчий етап створення телевізійного відеоматеріалу.....17

2.2. Технологія виробництва та реалізація творчого задуму…….29

2.3. Аналіз результатів реалізації проєкту та його відповідність сучасним стандартам медіа новин……...32

Висновок до розділу 2……...34

Висновок……35

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….36

ВСТУП

Актуальність теми творчого проєкту зумовлена кардинальними трансформаціями українського інфопростору після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року. Повномасштабна війна, розв'язана росією проти України, стала не лише військовим і політичним викликом, а й переломним моментом для національних медіа, зокрема телевізійних новин. До 2022 року українські телеканали працювали в умовах конкурентного медіа ринку, політичного плюралізму та впливу власників медіа на редакційну політику. Висвітлення внутрішньої політики часто мало ознаки політичної поляризації, а зовнішня політика подавалася переважно в контексті дипломатичних відносин, міжнародної підтримки та євроінтеграційних процесів. Після 2022 року інформаційна політика держави зазнала суттєвих змін. Було створено загальнонаціональний телемарафон «Єдині новини», який об'єднав провідні телеканали в єдиний інформаційний формат. Це змінило структуру подачі новин, акценти у висвітленні внутрішньої та зовнішньої політики, риторику, тональність, джерела інформації та баланс думок. Сьогодні телевізійні новини виконують не лише інформаційну, а й мобілізаційну, консолідовану та стратегічну комунікаційну функції. Зовнішня політика стала центральною темою інформаційного порядку денного через постійну міжнародну підтримку, військову допомогу, санкційну політику та діяльність міжнародних організацій. Водночас внутрішня політика трансформувалася в контексті воєнного стану, реформ сектору безпеки, економічної адаптації та соціальної політики.

полягає також у необхідності:

проаналізувати зміни стандартів журналістики в умовах воєнного часу.

дослідити трансформацію жанрової структури новин.

оцінити баланс між інформаційною безпекою та свободою слова.

визначити, як змінився образ держави та політичних акторів у телевізійному дискурсі.

Стан розробки проблеми дослідження. Дослідження важливості Україномовного медіа простору, зокрема у своїх працях висвітлювали науковці: І. В. Виселко [1], М. Рудик [8], Т. Присяжнюк [6]. Також беручи до уваги зовнішній вплив, у своїй науковій праці, висвітлювали теми впливу медіа контенту такі автори як, Макс МакКомбс та Дональд Шоу [15] вони розкривають аналіз медіа за допомогою практики agenda-setting. Окремий напрям становить такий медіа ресурс як Детектор медіа, цей ресурс має постійний аналіз зміни стандартів журналістики, специфіку телемарафону та трансформацію новинного контенту, авторами є Д.Дуцик, О.Довженко

Мета дослідження: проаналізувати трансформацію медійних новин в Україні у 2022–2026 роках, визначити ключові зміни у змісті, форматах і способах подачі інформації, а також з’ясувати чинники, що вплинули на ці процеси.

Об’єктом дослідження є медійні новини України як основна складова інформаційного простору.

Предметом дослідження є трансформаційні процеси медійних новин, 2022-2026, зміни змісту, форматів, способів подачі новинного контенту.

Завдання

1. Висвітлити телевізійні новини як інструмент формування суспільної думки

2. Охарактеризувати медіа-прийоми у новинах

3. Виявити трансформацію стандартів у телевізійних новинах України 2022 -2026

Практичне значення результатів кваліфікаційної роботи
Апробація результатів дослідження

Висвітлення теми внутрішньої та зовнішньої політики в телевізійних новинах України: порівняльний аналіз до та після 2022 року // Культура і

мистецтво: сучасний науковий вимір: IX Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів (6 листопада 2025) / НАКККіМ, Київ. С. 179-180. (4 курс, група ВТПб-1-22- 4.0.д)

РОЗДІЛ І. ТЕЛЕВІЗІЙНІ НОВИНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ: ПРИЙОМИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ (2022–2026 РР.)

1.1. Телевізійні новини як інструмент формування суспільної думки

Наскільки важливим та невід'ємним є контент, який ми споживаємо, інформація, яку ми сприймаємо, а також спосіб її інтерпретації, стає особливо важливим. За останні роки, в період повномасштабної війни, український медіапростір, телебачення, зазнав суттєвих змін, що вплинуло на характер подачі новинного контенту та його сприйняття аудиторією.

Телевізійні новини виконують не лише інформаційну функцію, але й інтерпретаційну, формуючи у глядачів уявлення про важливість тих чи інших подій. У цьому контексті особливого значення набуває теорія agenda-setting інтерпретуючи на українську порядок денний, розроблена М. МакКомбс та Д. Шоу [15], відповідно до якої засоби масової інформації впливають на аудиторію шляхом визначення кола найбільш значущих тем. **Таблиця 1.1**

Agenda-setting загальний аналіз українських теленовин

Параметр (agenda-setting рівень)	**До 2022 року**	**Після 2022 року**
Головний порядок денний (primary agenda)	Різноманітність тем: політика, економіка, соціальні питання, міжнародні події	Домінування воєнної тематики як центральної рамки всіх новин
Загальна структура новин (media agenda)	Баланс між внутрішньою та зовнішньою політикою	Концентрація новин навколо війни та безпеки
Внутрішня політика	Реформи, вибори, діяльність уряду, економіка	Підпорядкована воєнному контексту (мобілізація, бюджет, безпека)
Зовнішня політика	Дипломатія, міжнародні відносини, співпраця з ЄС/НАТО	Військова допомога, санкції, міжнародна підтримка України

Фреймінг подій	Переважно інформативний, описовий	Безпековий, конфліктний, мобілізаційний
Емоційна насиченість	Помірна, переважно нейтральна подача	Висока емоційність через воєнний контекст
Розподіл уваги	Більш рівномірний розподіл між темами	Різке підвищення значущості війни як ключової теми
Другий рівень (інтерпретація)	Різні підходи до трактування подій	Переважно єдина інтерпретаційна рамка — війна як головний контекст
Візуальна подача	Політичні події, економіка, соціальні сюжети	Фронт, руйнування, військові події, гуманітарні сюжети
Роль телебачення у суспільстві	Інформування + формування порядку денного	Інформування + мобілізація суспільства + підтримка стійкості

Відповідно до теорії agenda-setting, порівняльний аналіз українських телевізійних новин до 2022 року та в умовах воєнного стану свідчить про суттєвий зсув медіа-порядку денного, що проявляється у домінуванні воєнної тематики, зміні фреймінгу подій та переорієнтації зовнішньополітичних повідомлень на питання безпеки та міжнародної підтримки України.

Також порівнюючи різні періоди прослідковується відмінність у тональності подачі інформації, виборі лексики, акцентах на подіях та рівні емоційної насиченості повідомлень.

Таблиця 1.2

Порівняльна таблиця загальної риторики новин (до / після 2022)

Критерій	До 2022 року	Після 2022 року
Тематичний фокус	Баланс внутрішньої політики, економіки, соціальних тем	Домінування тем війни та зовнішньої політики

Тональність подачі	Переважно нейтральна, інформаційна	Часто емоційна насичена, мобілізаційна
Лексика	Офіційно-нейтральна, стандартизована	Більш емоційна, оцінна, з елементами експресії
Структура новин	Різноманітність тем у випусках	Концентрація на одній домінуючій темі (війна)
Фокус зовнішньої політики	Дипломатія, міжнародні відносини	Військова допомога, санкції, міжнародна підтримка України
Фокус внутрішньої політики	Реформи, політичні процеси, економіка	Безпекові питання, воєнний стан, гуманітарні теми
Емоційна складова	Помірна	Висока (через контекст війни)
Роль журналіста	Нейтральний спостерігач	Частково інтерпретатор подій у воєнному контексті

Проведений порівняльний аналіз свідчить про суттєву трансформацію телевізійної риторики в Україні, що зумовлено зміною суспільно-політичних умов та пріоритетів інформаційного поля. Як зазначає О. Снитко [19], у період воєнного стану український медіапростір функціонує в режимі кризової комунікації, що передбачає оперативну, емоційна насичену та стратегічно спрямовану подачу інформації. Це формує у аудиторії стан підвищеного інформаційного навантаження та необхідність швидкої адаптації до зміненого медіа контексту.

Цитуючи М. МакКомбс і Д. Шоу. *«Медіа не кажуть людям, що думати. Але вони кажуть, ПРО ЩО думати.»* [1, 15]

Таким чином, формування медіа-порядку безпосередньо пов’язане не лише з відбором тем, але й із способами їх подачі, що відкриває можливості для використання маніпулятивних комунікаційних прийомів.

1.2. Характеристика медіа-прийомів у висвітлення новин

Увімкнувши телевізор, ви відразу потрапляєте у великий потік інформації, якщо брати до уваги дослідження І.С.Пуцята *“Інфодемія як метод маніпуляції на телеканалах 1+1, СТБ, ICTV, ІНТЕР*“[17] інфодемія визначається як стан інформаційного перенасичення, за якого відбувається одночасне поширення достовірної, частково достовірної та недостовірної інформації, що ускладнює її критичне сприйняття аудиторією. Автор підкреслює, що сучасні телеканали здатні «дозувати» інформаційні потоки, коригувати зміст новин та впливати на інтерпретацію подій, що створює передумови для формування маніпулятивного впливу на суспільну свідомість.

У 2022 ці процеси набули системного характеру та інтегрувалися в загальну логіку медіа-порядку. Можна виділити три основних маніпулятивних прийоми такі як:

1. Фреймінг - події у воєнному контексті, коли будь-яка внутрішньополітична або соціальна інформація інтерпретується через призму війни та безпеки

2. Селективність інформаційного порядку - це є більш дотичним, та відповідає теорії яку я використовувала раніше у прикладах, (agenda-setting), відповідно до якої медіа визначають пріоритетність суспільно значущих тем.

3. Емоційна інтенсифікація- вона проявляється у підсиленні емоційного навантаження, через візуальні образи, лексичні засоби та акцентування на людських історіях.

Розглядаючи на реальних кейсах візьмемо для аналізу випуски новин 1+1 (ТСН)

1.“Єдині новини” (вечірній ефір, 21 липня 2024 р., типовий випуск новин воєнного стану)

Структура випуску, “Єдині новини” вечірній ефір, 21 липня 2024 р[11]**:**

1.Зросла кількість жертв російської атаки на Чернігівщині та обстріли України

2.Одещина під ударами росіян

3. Наслідки обстрілу Миколаїва

4. Лимано-Купянський напрямок, яка ситуація?

5. ЗСУ захоплюють панівні висоти біля Бахмута

6. Зернова угода

7. Реакція світу на відмову Росії продовжувати зернову угоду

8. Сезон кавунів

9. Затримання Гіркіна

10. Гроші і Московський патріархат

11. Заробітки на чужині

12. Наймолодший пацієнт

узявши до уваги теми які згадані саме у цьому випуску, можна побачити що:

50% контенту -війна

12% контенту - Геополітика

38% контенту- змішаний блок

Домінування війни як центрального фрейму

Хоч формально соціальні теми займають значну частку, вони **вторинні за змістом**, бо подаються через воєнний контекст: заробітки на чужині- наслідок війни зернова угода- геополітика війни затримання Гіркіна- воєнно-політичний контекст тобто навіть “не воєнні” сюжети = все одно війна.

Отримані результати свідчать, що, попри формальну різноманітність тем, домінуючим змістовим ядром випуску залишається війна. Це підтверджує

реалізацію принципу agenda-setting, де війна виступає як основний елемент медіа-порядку денного, а також концепцію фреймінгу, відповідно до якої всі інші теми інтерпретуються через єдину контекстуальну рамку.

Відповідно до фреймінгу Дем'янчук О. П. [3], війна стає **універсальною рамкою**, через яку інтерпретуються інші теми.

Аналіз структури телевізійного випуску новин свідчить про домінування воєнної тематики, яка формує центральний медіа-порядок. Водночас інші інформаційні блоки - соціальні, економічні та міжнародні - значною мірою інтерпретуються через призму війни, що відповідає концепції agenda-setting та теорії фреймінгу. навіть за формально різноманітної структури випуску, спостерігається переважання воєнного контексту як базової інтерпретаційної рамки

1.3. Трансформація стандартів у телевізійних новинах України 2022-2026 р

Важливих змін зазнав і стандарт об'єктивності. Якщо раніше журналістика орієнтувалася на нейтральну подачу фактів, то в умовах війни інформація подається через певну інтерпретаційну рамку, пов'язану з національною безпекою та необхідністю підтримки суспільної стабільності.

У довоєнний період телевізійні новини прагнули до представлення різних позицій - влади, опозиції, експертного середовища. Натомість після 2022 року спостерігається домінування офіційних джерел інформації, зокрема представників Збройних сил України, урядових структур та державних органів. Це підтверджується дослідженнями Інституту масової інформації (IMI)[4]**.**

Ще одна помітна зміна - це швидкість. Новини більше не чекають ефіру чи публікації на сайті. Вони народжуються у Telegram каналах, з'являються у стрічках соцмереж, часто - майже в реальному часі. Вони активізувались з моменту 2022 року. Саме в той період потрібно було швидко надавати

інформацію для громадян щодо: обстрілів, ракетної небезпеки, тощо. У цьому потоці традиційні медіа втратили монополію на першість, але не втратили значення: навпаки, їхня роль як фільтра та перевіка інформації тільки зросла. В умовах постійних інформаційних атак суспільство почало більше цінувати не швидкість, а достовірність.

За дослідженнями USAID-Internews «Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа 2022» [21]

З початком війни стратегія телемарафону була ефективною, оскільки дозволяла обмежити поширення дезінформації в національному інформаційному просторі. Однак із плином часу, більш ніж через рік функціонування, потенціал цього формату поступово вичерпується, а сам телемарафон дедалі частіше стає об’єктом критики. В дослідженні зазначнають такі причини як:

По-перше, йдеться про відсутність альтернативних джерел інформації. Через домінування телемарафону та витіснення частини каналів з інформаційного мовлення аудиторія позбавлена можливості отримувати новини з різних телевізійних джерел. У результаті люди змушені звертатися до альтернативних платформ, зокрема анонімних Telegram-каналів, де інформація нерідко є неперевіреною та потребує додаткової верифікації.

По-друге, суттєвим фактором є централізований контроль з боку держави. Наявність незалежних медіа є важливим показником демократичного суспільства, адже вони забезпечують плюралізм думок і альтернативні погляди. Безумовно, в умовах війни інформаційний контент має проходити перевірку та відповідати вимогам безпеки, однак водночас важливо зберігати незалежність медіа від державного впливу та уникати просування односторонніх наративів.

По-третє, проблемою стає одноманітність контенту, яка знижує інтерес аудиторії. Крім того, самі телеканали виявляють зацікавленість у створенні різноманітніших форматів, що виходять за межі існуючої моделі телемарафону. Від початку створення марафону входили такі мовники зокрема: 1+1, ICTV, СТБ,

Інтер, Україна 24, а також парламентський канал Рада та Суспільне мовлення. Об’єднання цих ресурсів дозволило забезпечити безперервне мовлення та оперативне інформування населення в умовах війни.

З часом склад учасників телемарафону зазнав змін. Після припинення діяльності медіа групи Медіа Група Україна у 2022 році телеканал «Україна 24» фактично припинив участь у виробництві марафону. Наступним у 2023 році зі складу вийшов, Суспільне мовлення[9].

В офіційних заявах Суспільне мовлення наголошувало, що причиною такого рішення стало прагнення зберігати редакційну незалежність, дотримуватися стандартів журналістики та забезпечувати більш збалансований контент.

Порівняльний аналіз роботи Єдиного марафону в період 2022-2026 р. **табличка 1.3**

Рік	Характеристика етапу	Основні зміни	Довіра / Аудиторія	Джерела
2022	Етап мобілізації та консолідації	Запуск телемарафону; об'єднання провідних телеканалів; домінування офіційних джерел; відсутність альтернативних ТВ-новин	Високий рівень довіри; телемарафон як основне джерело інформації	Detector Media[13]
2023	Стабілізація та перша критика	Збереження формату; зниження інтересу; поява критики одноманітності; зростання ролі Telegram	Частка перегляду ≈10% телевізійної аудиторії	Wikipedia *United News* [21]
2024	Інституційні зміни та падіння довіри	Вихід Суспільного з виробництва; критика з боку міжнародних інституцій; посилення ролі цифрових платформ	Зниження довіри з ~69% до ~48%	NV[15]
2025	Втрата монополії та переоцінка ролі	Зменшення аудиторії; зростання альтернативних джерел; розвиток фандрайзингу	~38% довіри; ~20% аудиторії припинили перегляд; майже 50% за припинення формату	Detector Media[13] , Fakty[14]

2026	Криза формату та пошук нової моделі	Посилення критики; дискусія щодо доцільності існування; збереження ролі офіційного джерела	≈38% довіри; сприйняття як державного інструменту	ІМ[4]

За період 2022–2026 років телемарафон «Єдині новини» пройшов трансформацію від ключового інструменту інформаційної безпеки до формату, що втрачає монополію та довіру аудиторії. Основними тенденціями стали зниження інтересу глядачів, зростання ролі цифрових платформ і критика щодо обмеження медіаплюралізму, що актуалізує потребу в реформуванні формату.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було досліджено особливості висвітлення політичної тематики в телевізійних новинах України та визначено їхню роль у формуванні суспільної думки в умовах трансформації медіапростору після 2022 року.

У межах виконання першого завдання встановлено, що телевізійні новини виступають не лише як інструмент інформування, а й як важливий механізм формування суспільного порядку денного. Згідно з теорією agenda-setting, медіа визначають пріоритетність тем, що впливають на сприйняття аудиторією суспільно значущих подій. Проведений порівняльний аналіз показав, що після 2022 року відбувся суттєвий зсув медіа-порядку денного у бік домінування воєнної тематики, що супроводжується зміною тональності, підвищенням емоційної насиченості та переорієнтацією інформаційного контенту на питання безпеки.

У процесі реалізації другого завдання було охарактеризовано основні медіа-прийоми, що використовуються у телевізійних новинах. Встановлено, що в умовах війни значно активізувалися такі комунікаційні інструменти, як фреймінг, селективність інформаційного порядку та емоційна інтенсифікація. Їх застосування сприяє формуванню єдиної інтерпретаційної рамки, в якій війна виступає центральним контекстом для висвітлення як політичних, так і соціально-економічних подій. Аналіз конкретного випуску новин підтвердив, що навіть тематично різнорідний контент підпорядковується домінуючому воєнному фрейму.

Відповідно до третього завдання, було виявлено трансформацію журналістських стандартів у телевізійних новинах України в період 2022–2026 років. Зокрема, зафіксовано зміну підходів до об’єктивності, яка набуває інтерпретаційного характеру, зростання ролі офіційних джерел інформації, а також підвищення значущості оперативності та фактчекінгу. Водночас спостерігається трансформація балансу думок та ролі журналіста, який частково

переходить від позиції нейтрального спостерігача до активного учасника інформаційного процесу.

Окрему увагу приділено функціонуванню телемарафону «Єдині новини», який на початковому етапі виконував ключову роль у забезпеченні інформаційної безпеки держави. Водночас у 2023–2026 роках було зафіксовано поступове зниження довіри аудиторії, зростання критики щодо одноманітності контенту та обмеження медіаплюралізму, що свідчить про трансформацію його функціонального значення в сучасному медіапросторі.

РОЗДІЛ ІІ. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТВОРЧОГО ПРОЕКТУ

2.1. Концепція та підготовчий етап створення телевізійного відеоматеріалу

Творча заявка:

1. Робоча назва проєкту: Трансформація медійних новин в Україні періоду 2022-2026рр.

2. Назва відео роботи: Трансформація новин, та їх сприйняття

3. Вид: Авторський телевізійний відео проєкт

4.Жанр:Документально-аналітичний відеоматеріал з елементами порівняльного аналізу

5. Тематика: Дослідження змін в Українському медіа просторі

6. Мета: Створити авторський відеоматеріал, який наочно продемонструє зміни у подачі інформації в українських новинах, а також покаже роль телебачення в сучасному суспільстві.

7. Ідея: Через поєднання архівних кадрів, сучасних новинних фрагментів, авторських стендапів, та опитування громадян, монтажного порівняння показати, як повномасштабна війна змінила український телевізійний простір, редакційні підходи та способи комунікації з аудиторією.

8. Хронометраж: 8-10 хвилин

9. Структура.

Вступ (0:00–1:00) Автор у кадрі представляє тему, актуальність та основне питання відеороботи.

Телевізійні новини до 2022 року (1:00–3:00)

Архівні приклади подачі внутрішньої та зовнішньої політики, особливості структури новинних випусків.

Зміни після 2022 року (3:00–6:00)

Єдиний марафон, воєнна тематика, міжнародна підтримка України, новий формат роботи журналістів.

Опитування громадян (6:00–8:30)

Вставка з опитуванням населення різного віку для демонстрації різної думки

Висновки (8:30–10:00)

Автор у кадрі підсумовує результати аналізу та значення теленовин у сучасному суспільстві.

10. Титри:

Режисер: Софія Петрішко

Сценарист: Софія Петрішко

Оператор: Костянтин Пікуль

Режисер монтажу: Софія Петрішко

Стиліст, візажист: Софія Петрішко

Ведуча: Софія Петрішко

Сценарій

0:00 – 1:00 | ВСТУП

Скетч: Темрява, здалеку все гучніше чутно тривогу. швидка промотка усіх новин, під слова ведучої “Росія розпочала вторгнення в україну” різке затемнення, плавний вихід на літній проліт Києвом, вступні слова.

Вступ: Сучасні телевізійні новини відіграють ключову роль у формуванні уявлення суспільства про політичні процеси. Особливо це стосується висвітлення внутрішньої та зовнішньої політики України, яке зазнало суттєвих змін після 2022 року.

ПЕРЕХІД:

уривки новинних студій

заставки телеканалів

кадри новинних ефірів

1:00 – 3:00 | ТЕЛЕВІЗІЙНІ НОВИНИ ДО 2022 РОКУ

на екрані продемонстровані архівні новини

ЗАКАДРОВИЙ ТЕКСТ: До 2022 року українські телевізійні новини мали більш класичну структуру подачі інформації. Випуски були

орієнтовані на розмежування, з чітким поділом на тематичні блоки: економіка, соціальна сфера, міжнародні відносини.

НА МОНТАЖІ:

ICTV «Факти» (архівні випуски 2021 року) пошук: *ICTV Факти новини 2021 політика*

1+1 media — ТСН новини 2021пошук: *ТСН новини 2021 політика Україна*

ТЕКСТ:

У цей період новини здебільшого мали інформаційний характер. Аналітика була обмеженою, а акцент робився на повідомленні фактів, заяв посадовців та міжнародних подіях без глибокого порівняльного аналізу.

ВІЗУАЛ:

ведучі у студії

сухі новинні сюжети

стандартні графіки та титри

3:00 – 5:30 | ЗМІНИ ПІСЛЯ 2022 РОКУ

на екрані сучасні новини війни, марафон, репортажі з прильотів, та інтерв'ю з військовими

ЗАКАДРОВИЙ ТЕКСТ: Після 24 лютого 2022 року український телевізійний інформаційний простір зазнав кардинальних змін. Було запроваджено єдиний інформаційний марафон, який об’єднав основні телеканали та змінив формат подачі новин.

ДЖЕРЕЛА:

Суспільне

пошук: *Суспільне новини 2023 ефір*

ICTV / марафон «Єдині новини» пошук: *Єдині новини марафон 2022 ефір*

ТЕКСТ: Зросла роль оперативності, прямого включення з місць подій та міжнародної аналітики. Новини почали подаватися як взаємопов’язані процеси.

6:00 – 8:30 | Опитування перехожих

МОНТАЖ: Нарізка відзнятого матеріалу з опитування

8:00 – 10:00 | ВИСНОВКИ

ТЕКСТ: Отже, телевізійні новини в Україні після 2022 року зазнали суттєвої трансформації як у структурі, так і в змісті. Вони стали більш оперативними, інтегрованими та аналітичними.

Але і до віра до них теж впала.

Обґрунтування вибору теми творчого проєкту.

Тема є надзвичайно актуальною в сучасних умовах розвитку суспільства, держави та медіапростору. Телебачення тривалий час залишається одним із головних джерел отримання інформації для значної частини населення, особливо в періоди суспільно-політичної нестабільності, кризових явищ та воєнних подій. Саме телевізійні новини формують уявлення громадян про ключові політичні процеси, діяльність органів влади, міжнародні відносини та місце України у світовому співтоваристві.

Після 2022 року український інформаційний простір зазнав суттєвих трансформацій, пов’язаних із повномасштабним вторгненням Російської Федерації. В умовах воєнного стану значно зросла роль оперативної, достовірної та соціально відповідальної журналістики. Телевізійні новини стали не лише джерелом інформації, а й важливим інструментом національної консолідації, підтримки морального духу населення, протидії дезінформації та висвітлення міжнародної підтримки України. У зв’язку з цим змінилися підходи до подачі матеріалів, тематичні акценти, структура випусків новин та способи роботи журналістів у кадрі.

Актуальність обраної теми відеоматеріалу зумовлена також тим, що питання внутрішньої політики сьогодні тісно переплітаються із зовнішньо політичними процесами. Рішення органів державної влади щодо безпеки, економіки, соціального захисту населення, реформування державних інституцій безпосередньо залежать від міжнародної ситуації, співпраці з іноземними

партнерами, військової та фінансової допомоги союзників. Саме тому сучасні телевізійні новини дедалі частіше подають внутрішню та зовнішню політику як взаємопов’язані напрями державного розвитку.

Створення авторського відеоматеріалу на зазначену тему є актуальним і з професійної точки зору. Практична реалізація проєкту дає можливість дослідити сучасні принципи побудови телевізійного новинного сюжету, застосувати теоретичні знання на практиці, опанувати навички роботи в кадрі та за кадром, а також проаналізувати специфіку подачі суспільно важливої інформації для широкої аудиторії. Особливо важливою є присутність автора у кадрі, адже вона забезпечує персоналізацію подачі матеріалу, підвищує рівень довіри глядачів та сприяє кращому сприйняттю складної політичної тематики.

Окремої уваги потребує і той факт, що сучасний глядач потребує не лише оперативного інформування, а й зрозумілого пояснення складних процесів. У зв’язку з цим телевізійна журналістика поступово переходить від сухого повідомлення фактів до аналітичного та візуально динамічного формату подачі інформації. Саме тому створення 10-хвилинного авторського відеоматеріалу дає можливість поєднати інформаційний, аналітичний та візуально-комунікативний компоненти.

Таким чином, актуальність обраної теми зумовлена суспільною значущістю інформації, трансформацією українського медіа-мовлення після 2022 року, необхідністю дослідження нових підходів та практичною потребою створення сучасного якісного відео контенту, здатного інформувати, пояснювати та формувати об’єктивне бачення політичних процесів в Україні та світі.

Мета та завдання авторського проєкту

Метою авторського творчого проєкту є створення власного телевізійного відеоматеріалу тривалістю 10 хвилин, присвяченого у сучасних умовах. Проєкт спрямований на поєднання інформаційної, аналітичної та візуально-

комунікативної складових з метою доступного й об’єктивного представлення суспільно важливої тематики для глядацької аудиторії.

Важливим аспектом реалізації проєкту є практичне застосування теоретичних знань, отриманих у процесі навчання, зокрема щодо структури новинного матеріалу, принципів роботи ведучого в кадрі, особливостей подачі інформації та використання сучасних засобів аудіовізуальної комунікації. Авторський відеоматеріал покликаний продемонструвати вміння створювати цілісний медіа продукт, який відповідає вимогам сучасного телемовлення.

Особлива увага в проєкті приділяється присутності автора в кадрі, що становить близько 30 % загального хронометражу матеріалу. Такий підхід дає змогу забезпечити безпосередню комунікацію з аудиторією, структурувати подачу інформації, акцентувати увагу на ключових аспектах теми та підвищити рівень довіри до матеріалу. Робота журналіста в кадрі також сприяє динамічності сюжету та кращому сприйняттю складної суспільно-політичної інформації.

Для досягнення поставленої мети було визначено такі завдання авторського проєкту:

1.Проаналізувати актуальність трансформації медійних новин в Україні періоду 2022-2026рр

2.Визначити концепцію майбутнього відеоматеріалу, його жанрову спрямованість і структуру.

3.Розробити сценарний план із дотриманням логіки телевізійного новинного сюжету.

4.Підібрати достовірні джерела інформації, статистичні дані, відео архіви та коментарі населення.

5.Організувати та провести знімальний процес із використанням стендапів автора в кадрі.

6.Забезпечити якісний відео монтаж, поєднання закадрового тексту, синхронів, титрів і візуальних елементів.

7.Дотримуватися основних стандартів: достовірності, точності, балансу думок, оперативності та зрозумілості подачі матеріалу.

8.Оцінити ефективність готового відеоматеріалу як прикладу сучасного телевізійного контенту суспільно-політичного спрямування.

Цільова аудиторія авторського відеоматеріалу.

Передусім цільовою аудиторією проєкту є громадяни України віком від 20 до 80 років, які регулярно споживають новинний контент через телебачення, інтернет-платформи та соціальні мережі. Саме ця вікова категорія є найбільш активною у сфері інформаційного споживання, бере участь у суспільному житті, цікавиться рішеннями влади. Для такої аудиторії важливо отримувати не лише оперативну інформацію, а й зрозумілі пояснення щодо причин та наслідків подій.

Окрему частину цільової аудиторії становить молодь віком від 18 до 25 років, яка переважно споживає новини у цифровому форматі. Для цієї категорії важливими є динамічність відео, візуальна насиченість, чітка структура подачі матеріалу та лаконічність викладу. Саме тому під час створення проєкту було враховано необхідність поєднання класичних стандартів із сучасними підходами.

Також відеоматеріал орієнтований на глядачів середнього та старшого віку, які традиційно довіряють телевізійним новинам як одному з основних джерел інформації. Для цієї аудиторії важливими є авторитетність журналіста, логічність викладу, зрозуміла мова та достовірність наведених фактів. Саме тому присутність автора в кадрі виконує функцію посередника між складною тематикою та глядачем, допомагаючи краще сприймати зміст матеріалу.

З урахуванням тематики проєкту потенційними глядачами також є студенти, викладачі, та всі, хто цікавиться медіа процесами в Україні.

Під час визначення цільової аудиторії було враховано й сучасні зміни в інформаційному споживанні населення. Сьогодні значна частина глядачів отримує новини не лише з телевізора, а й через YouTube, Telegram-канали, офіційні сайти медіа та соціальні мережі. У зв’язку з цим авторський

відеоматеріал створювався у форматі, придатному як для телевізійного показу, так і для розміщення на цифрових платформах.

Жанрово-форматні особливості авторського відеоматеріалу

З огляду на зміст обраної теми, авторський матеріал доцільно віднести до **документально-аналітичного формату** з елементами порівняльного журналістського дослідження.

Такий жанровий підхід був обраний тому, що тема трансформація медійних новин в Україні періоду 2022-2026рр. потребує не лише подання окремих фактів, а й глибокого осмислення змін, які відбулися в інформаційному просторі після 2022 року. На відміну від класичного новинного сюжету, документально-аналітичний формат дає змогу поєднати хронологічний виклад подій, архівні матеріали, сучасні приклади телевізійного контенту, авторські коментарі та візуальні порівняння.

Основою відеоматеріалу стало зіставлення особливостей телевізійних новин різних періодів за допомогою монтажних рішень.

Документальна складова проєкту реалізується через використання архівних відео фрагментів, кадрів із телевізійних новин різних років, фактологічного матеріалу, статистичних даних та прикладів сучасного медіа контенту. Це забезпечує достовірність викладеної інформації та створює ширший контекст для розуміння досліджуваної теми. Водночас аналітична складова передбачає авторське пояснення причин змін у новинному мовленні, їхнього впливу на аудиторію та ролі телебачення в суспільстві.

Важливим елементом жанрової структури є присутність автора в кадрі, що становить близько 30 % загального хронометражу. Робота журналіста в кадрі виконує функцію зв’язку між окремими блоками матеріалу, допомагає структурувати інформацію, підкреслювати ключові висновки та забезпечувати логічний перехід між порівнюваними періодами. Крім того, авторська

присутність додає матеріалу персоніфікованого характеру та сприяє кращому сприйняттю складної тематики.

За формою подачі відеоматеріал наближений до сучасного телевізійного спецпроєкту або короткого документального епізоду, орієнтованого як на телевізійну аудиторію, так і на цифрові платформи. Тривалість 10 хвилин дає змогу достатньо повно розкрити тему, зберігаючи при цьому динамічність, чітку структуру та увагу глядача протягом усього перегляду.

Пошук джерел інформації та формування фактологічної бази проєкту

Одним із найважливіших етапів підготовки авторського відеоматеріалу став пошук джерел інформації, оскільки якість фактологічної бази безпосередньо впливає на достовірність, змістовність та професійний рівень готового журналістського продукту. З огляду на тематику проєкту особлива увага приділялася перевіреності даних, об’єктивності інформації та використанню офіційних або авторитетних джерел.

Під час роботи над матеріалом було використано комплексний підхід до збору інформації , основну частину збору інформації, становили матеріали українських загальнонаціональних телеканалів та новинних платформ, зокрема Суспільне, 1+1 media, ICTV, Інтер та інші мовники. Аналіз телевізійних архівів, новинних сюжетів і спеціальних випусків дав змогу простежити зміни у стилістиці подачі політичної інформації до та після 2022 року, а також підібрати приклади для подальшого порівняльного монтажу у власному відеоматеріалі.

Окреме місце в роботі посів пошук архівного відеоматеріалу. Для цього були використані відкриті медіа теки телеканалів, офіційні сторінки редакцій у соціальних мережах, відеохостинги та відкриті цифрові архіви. Архівні кадри стали важливим елементом порівняльного аналізу, адже дозволили наочно продемонструвати трансформацію телевізійних новин за останні роки:

Написання сценарного плану авторського відеоматеріалу

Після завершення етапу збору та опрацювання інформації наступним важливим кроком у реалізації творчого проєкту стало написання сценарного плану. Саме сценарний план є основою будь-якого телевізійного матеріалу, оскільки визначає логіку викладу теми, послідовність сюжетних блоків, зміст роботи журналіста в кадрі, використання відеоряду та загальний темпоритм майбутнього продукту. Для авторського відеоматеріалу на суспільно-політичну тематику цей етап мав особливе значення, адже тема вимагала структурованої, зрозумілої та динамічної подачі значного обсягу інформації в межах 10-хвилинного хронометражу.

Під час написання сценарного плану було враховано специфіку документально-аналітичного формату проєкту. На відміну від традиційного новинного сюжету, де переважає коротке повідомлення фактів, даний матеріал передбачав поєднання архівних кадрів, сучасних відео фрагментів, авторських стендапів, закадрового тексту та елементів порівняльного аналізу. Тому структура сценарію будувалася за принципом послідовного розкриття теми — від загального вступу до конкретних прикладів і підсумкових висновків.

Сценарний план складався з кількох змістових блоків. Перший блок виконував функцію вступу та знайомив глядача з темою матеріалу. У ньому автор у кадрі окреслював проблему трансформації українських телевізійних новин після 2022 року, наголошував на важливості політичної інформації для суспільства та сформулював основне питання дослідження. Такий вступ мав привернути увагу аудиторії та налаштувати її на подальший перегляд.

Другий блок був присвячений особливостям обраної теми. У ньому використовувалися архівні фрагменти випусків новин, приклади студійної подачі, коментарі журналістів та характерні теми того періоду. Закадровий текст пояснював домінуючі тенденції інформаційного мовлення, акценти редакційної політики та особливості структури новинних випусків.

Третій блок містив опитування довіри населення, після 2022 року. Тут основна увага зосереджувалася на думці населення та їх ставленню до споживання новин.

Завершальний блок містив підсумки та висновки. Автор у кадрі узагальнив результати аналізу, наголошував на значенні телебачення як джерела суспільно важливої інформації та підкреслював, що сучасні українські новини адаптувалися до нових викликів часу. Такий фінал забезпечував логічне завершення матеріалу та закріплював основну ідею проєкту.

Під час написання сценарного плану також значна увага приділялася розподілу хронометражу. Було передбачено, що приблизно 30 % часу займатиме робота автора в кадрі: вступ, переходи між блоками та фінальні висновки. Решта хронометражу відводилася архівним матеріалом, відеоряду, закадровому тексту та монтажним порівнянням. Такий баланс дозволив поєднати персоналізовану подачу інформації з достатньою кількістю ілюстративного матеріалу.

2.2. Технологія виробництва та реалізація творчого задуму

Технічне оснащення: камера (телефон IPhone 13), 1 джерело світла Led, петличний мікрофон.

Реквізит: -

Режисерський сценарій:

Робоча назва аудіовізуального твору:

Політика в кадрі: як змінилися телевізійні новини України після 2022 року

Оператор: Петршіко Софія

Дата: 30.05.2026

№ кадру	Особа	Розкадровка	Час (сек)	План	Дія	Звук	Коментар

1	-	Темний екран поступово з'являється червоне світло тривоги	0–5	Загальний	Поява світла	Сирена повітряної тривоги	Створення напруги
2	-	Нарізка новин (хаотична, швидка)	5–20	Крупний/середній	Швидкий монтаж кадрів	Фрагменти новин	Ефект інформаційного шуму
3	**Ведуча (закадрово)**	Чорний екран	20–25	-	-	«Росія розпочала вторгнення…»	Акцент на фразі
4	-	Різкий blackout перехід	25–30	-	Затемнення	Тиша	Контраст
5	-	Проліт Києвом (літній)	30–60	Загальний (дрон)	Камера рухається	Спокійна музика	Контраст до початку
6	**Ведуча**	Ведуча в кадрі	60–80	Середній	Говорить вступ	Текст ведучої	Основний меседж
7	-	Нарізка студій новин	80–100	Різний	Перемикання каналів	Джингли новин	Перехід

8	-	Заставки телеканалів	100–120	Крупний	Логотипи	Звуки заставок	Динаміка
9	-	Архівні новини (до 2022)	120–150	Середній	Ведучі читають	Оригінальний звук	Вступ до блоку
10	-	Сюжети політики 2021	150–180	Загальний	Репортажі	Закадровий текст	Ілюстрація
11	-	Ведучі у студії	180–200	Середній	Статична подача	Закадровий текст	«Класична структура»
12	-	Графіки, титри	200–210	Крупний	Інфографіка	Закадровий текст	Візуал сухості
13	-	Кадри війни, прильоти	210–240	Різний	Динаміка	Реальний звук	Різка зміна
14	-	Репортажі з місця подій	240–270	Ручна камера	Журналісти працюють	Живий звук	Ефект присутності
15	-	Телемарафон	270–300	Середній	Ведучі марафону	Студійний звук	Новий формат
16	-	Інтерв’юз	300–330	Середній/крупний	Говорять	Живий звук	Емоційність

		військовими					
17	-	Прямі включення	330–360	Ручна камера	Репортер у кадрі	Закадровий текст	Оперативність
18	**Перехожі**	Опитування	360–420	Середній	Люди відповідають	Живий звук	Реакція аудиторії
19	**Перехожі**	Нарізка відповідей	420–480	Крупний	Емоції	Реальний звук	Динаміка
20	**Ведуча**	Ведуча в кадрі	480–540	Середній	Висновок	Текст ведучої	Підсумок
21	-	Узагальнюючі кадри новин	540–580	Різний	Монтаж	Музика	Підсилення
22	-	Чорний екран	580–600	-	Затухання	Остання фраза	Фінал

Локації зйомок

Зйомки авторського відеоматеріалу планується здійснювати в реальних міських локаціях, зокрема у центральній частині міста та на відкритих міських просторах. Такий вибір обумовлений концепцією проєкту, що передбачає наближення телевізійного матеріалу до реального середовища та підсилення ефекту достовірності й документальності.

Усі кадри з участю ведучої в кадрі (стендапи, вступи, підсумкові висновки та переходи між блоками) будуть зніматися на вулиці в міському середовищі. Це дозволяє створити відчуття реального контексту подій та підкреслити публіцистичний характер відеоматеріалу.

Як основні локації передбачаються:

центральні вулиці міста з активним пішохідним рухом.

відкриті міські простори з нейтральним фоном (площі, парки, архітектурні локації).

ділянки з мінімальним візуальним шумом для якісної роботи камери та звуку.

Засоби художньої виразності

У відеоматеріалі використано такі основні засоби художньої виразності: монтаж (зокрема паралельний та порівняльний, а також split-screen для демонстрації змін до і після 2022 року), архівні відео фрагменти телевізійних новин, які надають документальності, та робота ведучої в кадрі, що забезпечує прямий контакт із глядачем і структурує матеріал.

2.3. Аналіз результатів реалізації проєкту та його відповідність сучасним стандартам медіа новин

Монтаж відеоматеріалу здійснювався у програмі Adobe Premiere Pro (версія 2026), що дозволило забезпечити високий рівень технічної якості та гнучкість у роботі з відео- та аудіо матеріалами.

У процесі монтажу застосовувалися базові та комбіновані монтажні прийоми, зокрема послідовний монтаж для логічного викладу матеріалу, а також порівняльний монтаж для демонстрації змін у телевізійних новинах до та після 2022 року. Окремо використовувався split-screen, що дозволило наочно зіставити різні періоди телевізійного мовлення.

Важливим елементом монтажу стало поєднання різних типів відеоматеріалів: кадрів із ведучою в реальному міському середовищі, архівних телевізійних новин та графічних вставок. Це забезпечило динамічність подачі та підтримувало увагу глядача протягом усього хронометражу.

Також у процесі монтажу було враховано ритм відео: чергування інформаційних блоків, авторських стендапів та візуальних вставок дозволило

досягти цілісної структури та зрозумілого темпоритму, характерного для сучасного телевізійного контенту.

Бажаний час виходу в етер: В ідеальних умовах вихід авторського відеоматеріалу в етер доцільно здійснити одразу після завершення повного циклу виробництва, який включає зйомку, монтаж та фінальне коригування матеріалу. Це дозволяє забезпечити актуальність теми та відповідність сучасному інформаційному контексту.

Цільова аудиторія (ЦА):Цільовою аудиторією авторського відеоматеріалу є широке коло глядачів, які цікавляться суспільно-політичними подіями та споживають новинний контент через телевізійні та цифрові медіа. Насамперед це громадяни України віком приблизно від 18 до 70 років, які регулярно слідкують за внутрішньою та зовнішньою політикою держави.

Контент-стратегія Контент-стратегія авторського відео проєкту базується на створенні короткого документально-аналітичного відеоматеріалу, який поєднує інформаційну та візуально-пояснювальну складові. Основний акцент зроблено на порівнянні телевізійних новин в Україні до та після 2022 року, що дозволяє розкрити трансформацію медіа простору в умовах суспільно-політичних змін.

В основі стратегії лежить використання структурованого сценарію, який включає вступ, аналітичні блоки, порівняльну частину та підсумкові висновки. Така побудова забезпечує логічну послідовність викладу та зручність сприйняття інформації глядачем.

Важливим елементом є поєднання різних типів контенту: авторська робота в кадрі, архівні фрагменти телевізійних новин, сучасні телевізійні ефіри та графічні вставки. Це дозволяє зробити матеріал більш динамічним і наочним.

Висновок до Розділу 2

У другому розділі було здійснено практичну розробку та реалізацію авторського творчого проєкту, присвяченого аналізу змін у новинах періоду 2022- 2026 року. Розкрито концепцію відеоматеріалу, визначено його мету, завдання, цільову аудиторію, жанрово-форматні особливості та контент-стратегію.

Окрему увагу приділено підготовчому етапу створення проєкту, зокрема пошуку та відбору джерел інформації, розробці сценарного плану та визначенню локацій для зйомок. Це дозволило сформувати цілісну структуру майбутнього відеоматеріалу та забезпечити його відповідність обраному документально-аналітичному формату.

Також було розроблено режисерський сценарій, який визначає послідовність кадрів, тривалість сцен, використання технічних засобів, монтажних рішень та художньо-виразних елементів. Це дало змогу систематизувати процес виробництва та забезпечити логічну побудову відео роботи.

Висновок

У ході виконання дипломної роботи було досліджено особливості трансформації медійних новин в Україні періоду 2022-2026 рр та проведено порівняльний. У першому, теоретичному розділі розкрито роль новин як інструменту формування суспільно-політичного порядку денного, визначено особливості їх структури та подачі, а також проаналізовано вплив телевізійного контенту на формування громадської думки.

Другий розділ був присвячений практичній реалізації творчого проєкту, що передбачав створення авторського телевізійного відеоматеріалу документально-аналітичного характеру. Було розроблено концепцію проєкту, визначено його мету, завдання, цільову аудиторію, жанрові особливості та контент-стратегію.

Окремо здійснено підготовчий етап, який включав пошук джерел інформації, написання сценарного плану та організацію зйомок.

У процесі реалізації проєкту було створено режисерський сценарій, здійснено відеозйомку в реальних міських локаціях із використанням сучасного технічного обладнання та виконано монтаж у програмі Adobe Premiere Pro. Особливу увагу приділено використанню монтажних прийомів порівняння, архівних матеріалів та авторської присутності в кадрі, що забезпечило аналітичний характер відео роботи.

Аналіз результатів реалізації проєкту показав, що створений відеоматеріал відповідає основним принципом сучасної телевізійної журналістики, зокрема достовірності, структурованості, візуальної виразності та доступності для глядача. Порівняльний підхід дозволив наочно продемонструвати трансформацію телевізійних новин в Україні під впливом суспільно-політичних змін після 2022 року.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1.Виселко І. В. МЕДІАПРОСТІР ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ: ТЕОРЕТИЧНІ РОЗВІДКИ ТА ПРАКТИЧНІ НАСЛІДКИ. *ВІСНИК НТУУ —КПІ‖. Філософія. Психологія. Педагогіка*. 2011. С. 41–46.

2.Горьова В. Понад 800 мільйонів гривень виділили на телемарафон цього року. *NV*. URL: https://nv.ua/ukr/ukraine/events/telemarafon-yedini-novini-stalo-vidomo-skilki-groshey-vidilila-derzhava-u-2025-roci-50531230.html.

3.Дем'янчук О. П., Рошук К. С. Фрейм як засіб формування у ЗМІ негативної суспільної думки про політика | Empirio. *Empirio*. URL: https://empirio.ukma.edu.ua/article/view/308290 (дата звернення: 12.05.2026).

4.Інститут масової інформації. *Інститут масової інформації*. URL: https://imi.org.ua/ (дата звернення: 12.05.2026).

5.Порядку денного теорія. *ВУЕ*. URL: https://vue.gov.ua/Порядку_денного_теорія (дата звернення: 12.05.2026).

6.Присяжнюк Т. НОВІ МЕДІА В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ. *Вісник Прикарпатського університету.* 2024. № 17. С. 178–186.

7.Слободська І. А., Мальований Р. В. ВПЛИВ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ : thesis. 2016. URL: http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/21048 (дата звернення: 12.05.2026).

8.Суспільне Новини. *Youtube*. URL: http://www.youtube.com/@SuspilneNews (дата звернення: 12.05.2026).

9.Суспільне. *https://suspilne.media/*. URL: https://suspilne.media/.

10.Телеканал ICTV. *Youtube*. URL: http://www.youtube.com/@ictv (дата звернення: 12.05.2026).

11.ТСН. Новини ТСН 20:00 за 21 липня 2023 року | Новини України, 2023. *YouTube*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=C530AGz0MdY (дата звернення: 12.05.2026).

12.1+1. *Офіційний сайт каналу 1+1*. URL: https://1plus1.ua/. (date of access: 12.05.2026).

13.detector.media. Детектор медіа. *detector.media*. URL: https://detector.media/ (дата звернення: 12.05.2026).

14.ICTV. *ICTV*. URL: https://ictv.ua/ua/. (date of access: 12.05.2026).

15.Maxwell M., S D. THE AGENDA-SETTING FUNCTION OF MASS MEDIA. North Carolina : at Chapel Hill, 2015.

16.OpenAI. ChatGPT. Київ : OpenAI, 2026. URL: https://chatgpt.com/c/6a02c6c2-0b50-832d-bec0-d43ed9196cc0 (date of access: 12.05.2026).

17.Putsyata I. Інфодемія як метод маніпуляції на телеканалах 1+1, СТБ, ICTV, ІНТЕР. *Communications and Communicative Technologies*. 2021. № 21. С. 52–58. URL: https://doi.org/10.15421/292106 (дата звернення: 12.05.2026).

18.Rudyk M. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2020. № 40. С. 198–206.

19/Snytko O. Crisis communications in the information space of wartime Ukraine. *Current issues of Ukrainian linguistics: theory and practice*. 2023. № 46. С. 18–48. URL: https://doi.org/10.17721/apultp.2023.46.18-48 (дата звернення: 12.05.2026).

20.ТСН НОВИНИ. *Youtube*. URL: http://www.youtube.com/@tsn (дата звернення: 12.05.2026).

21.Contributors to Wikimedia projects. United news (telethon) - wikipedia. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/United_News_(telethon) (date of access: 12.05.2026).

22.Ukrainian media use and trust in 2022. *Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа 2022*. URL: https://internews.org/wp-content/uploads/2022/12/USAID-Internews_Media-Consumption-Survey_2022_eng.pdf (date of access: 12.05.2026).