

УДК 070.431:654.197:004.77

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2026.1.17>

## Наталія ПОПЛАВСЬКА

доктор філологічних наук, професор,

завідувач кафедри журналістики,

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,

[poplav@tnpu.edu.ua](mailto:poplav@tnpu.edu.ua)

ORCID: 0000-0003-1100-5002

## Юлія НАГОРНА

асистент кафедри журналістики,

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,

[yuli4.nag17@gmail.com](mailto:yuli4.nag17@gmail.com)

ORCID: 0000-0001-8540-8440

# ТЕЛЕНОВИНИ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ

*У статті розглядається феномен теленовин в умовах гібридної медіареальності, яка формується під впливом соціальних викликів на перетині традиційних медіа та цифрових платформ, змінює структуру, ритм і спосіб подачі інформації, створюючи нову картину світу, яку аудиторія сприймає через медійні канали, а не власний досвід. Метою дослідження є ідентифікація основних аспектів гібридної медіареальності, визначення характерних закономірностей теленовин у цих умовах та аналіз їхнього впливу на суспільні й політичні процеси. Окреслено важливість теоретичного осмислення та практичного застосування отриманих результатів для вдосконалення медійних стратегій і технологій. Розглянуто сучасні виклики, з якими стикаються медіа у процесі створення новинного контенту. Особливу увагу приділено впливу маніпулятивних технологій, інформаційних атак та тенденції до розмивання жанрових і стилістичних стандартів. Закцентовано на ролі телебачення як важливого джерела інформації навіть у добу домінування цифрових платформ. Дослідження теленовин розглядається як ключ до розуміння впливу новітніх технологій на формування громадської думки, політичні процеси та соціальні умови. На основі аналізу сюжетів інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини», а також регіональних телеканалів «Перший Закарпатський» і «ІРТ Полтава», виявлено активне використання засобів візуалізації. Ці інструменти сприяють адаптації до сучасних медійних умов, підсилюють зміст повідомлень і полегшують їх сприйняття аудиторією, що допомагає привертати увагу глядачів. Зокрема, графіки, інфографіка, карти та відеоматеріали допомагають глядачам краще зрозуміти складні теми, такі як економічні прогнози, військові дії чи соціальні реформи, роблять інформацію доступнішою та зрозумілішою для масової аудиторії.*

*Зроблено висновок, що теленовини в умовах гібридної медіареальності є потужним інструментом впливу, який сприяє інформуванню суспільства. Їх дослідження та розробка стратегій подачі є важливими для забезпечення державної інформаційної безпеки.*

**Ключові слова:** теленовини, регіональні медіа, телемарафон «Єдині новини», інформаційний випуск, аудиторія, візуалізація, новинний контент, медіатекст.

## Nataliia Poplavska. Yuliya Nahorna. TELEVISION NEWS IN THE CONTEXT OF HYBRID MEDIA REALITY

*The article examines the phenomenon of television news within the conditions of a hybrid media reality that is formed under the influence of social challenges at the intersection of traditional media and digital platforms. This environment transforms the structure, rhythm, and methods of information delivery, creating a new picture of the world that audiences perceive through media channels rather than through their own experience.*

*The aim of the study is to identify the main aspects of hybrid media reality, determine the characteristic patterns of television news in these conditions, and analyze their influence on social and political processes. The importance of theoretical reflection and the practical application of the obtained results for improving media strategies and technologies is outlined.*

*The article considers contemporary challenges faced by media in the process of creating news content. Particular attention is paid to the influence of manipulative technologies, information attacks, and the tendency toward the blurring of genre and stylistic standards. Emphasis is placed on the role of television as an important source of information even in the era of the dominance of digital platforms. The study of television news is considered a key to understanding the impact of the latest technologies on the formation of public opinion, political processes, and social conditions. Based on the analysis of news reports from the national telethon "United News", as well as regional television channels "First Zakarpattia" and "IRT Poltava," the active use of visualization tools has been identified. These tools facilitate adaptation to modern media conditions, enhance the content of messages, and make them easier for audiences to perceive, helping to attract viewers' attention. In particular, charts, infographics, maps, and video materials help viewers better understand complex topics such as economic forecasts, military actions, or social reforms, making information more accessible and comprehensible for a mass audience. It is concluded that*

*television news in the context of hybrid media reality is a powerful tool of influence that contributes to informing society. Their study and the development of effective presentation strategies are important for ensuring the state's information security.*

**Key words:** *television news, television, regional media, telethon "United News," news bulletin, audience, visualization, information space, media reality, news content, media text, digital platform.*

**Постановка проблеми.** Сучасна медіа-реальність, під якою розуміється картина світу, створена медіа, тобто реальність, яку аудиторія сприймає не через власний досвід, а через медіа, створює нові виклики щодо об'єктивності, достовірності і етичності її контенту. Вона активно поєднує журналістику та пропаганду, факти і маніпуляції, традиційні медіа з цифровими платформами, що змінює структуру, ритм і спосіб подачі інформації, впливає на продукування медіа-текстів традиційними медіа та кардинальні зрушення в культурі споживання інформації. Такі тенденції спричиняють зміни у подачі новин, зокрема розмивання жанрових і стилістичних стандартів. На їх зміст і форму в умовах війни великий вплив має зростання маніпулятивних технологій. Оскільки телебачення, попри розвиток цифрових медіа, продовжує залишатися важливим джерелом інформації для значної частини населення, вагомим кроком на шляху до розуміння нових тенденцій у сфері комунікації та їхнього впливу на сучасне суспільство є дослідження теленовин, що має потенціал не лише для теоретичного осмислення, але й для практичного застосування у вдосконаленні медійних стратегій та технологій. Дослідження телеповідомлень у сучасних умовах дозволяє краще зрозуміти, як інноваційні технології, зокрема віртуальна реальність, впливають на формування громадської думки, політичні процеси та соціальну динаміку. На важливості системного підходу до вивчення цієї проблематики наголошує Мітчел Стівенс у передмові до свого підручника з радіо- та тележурналістики для університетів США «Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет». Автор підкреслює, що процес створення новин постійно вдосконалюється, що, у свою чергу, вимагає регулярного оновлення рекомендацій [16, с. 9]. Важливим завданням є також розробка інструментів протидії маніпуляціям та підвищення рівня медіаграмотності аудиторії, оскільки вона все частіше стикається з труднощами у розрізненні якісного контенту та маніпулятивних матеріалів. Тому дослідження теленовин в умовах гібридної медіареальності набуває особливої актуальності. Воно сприятиме вирішенню таких проблем, як поширення дезінформації, маніпуляції свідомістю за допомогою візуальних ефектів та ство-

рення альтернативних медійних реальностей. З огляду на це, тележурналісти повинні адаптуватися до нових умов подачі інформації, зберігаючи при цьому високі стандарти журналістики та активно протидіючи загрозам дезінформації. Ця наукова задача є важливою для фахівців у галузях медіа, соціології, політології та психології, оскільки дозволяє краще зрозуміти сучасні процеси в інформаційному середовищі, а також розробляти ефективні стратегії та інструменти для забезпечення достовірності та об'єктивності інформації. Таким чином, дослідження є важливим внеском у розуміння механізмів функціонування сучасного інформаційного середовища та сприяє розвитку практичних рекомендацій для медіаіндустрії

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У науковому дискурсі проблема фокусувалася у багатьох наукових студіях на перетині медіадосліджень, комунікаційних наук, технологічних студій і соціології. Ключовими її аспектами є вивчення того, як гібридна медіареальність змінює традиційні журналістські практики та впливає на формування громадської думки. Окремі аспекти проблеми розглядалися у наукових працях закордонних дослідників Ж. Бодріяра, П. Верільо, Ж. Дельоза, Ж. Дерріди, М. Маклюєна, Н. Лумана, М. Фуко. Проблеми медіареальності та постжурналізму студіювалися в працях українських дослідників М. Бутиріної [1], В. Ільганаєвої [5], О. Мітчук, Г. Горбенко, І. Погребняк [8], О. Москвич [9], В. Різуна [12]. Аналіз їх праць дозволяє виділити основні напрями, підходи нашого дослідження. Вагомими настановами про критерії, особливості й вимоги до текстів новин представлені у посібниках З. Вайшенберга [2] та М. Стівенса [16]. Вагомий внесок у дослідження новинного контенту всеукраїнських та регіональних телеканалів зробили Т. Вільчинська, О. Кушнір, Т. Решетуша [11], Ю. Нагорна [10], Є. Соломін [15]. Але це поодинокі студії, що підсилює своєчасність нашої теми та її наукову новизну.

**Мета статті** – ідентифікувати ключові аспекти гібридної медіареальності і визначити основні закономірності теленовин у її умовах, а також зміну їх форматів під впливом нових технологій та роль у суспільних та політичних процесах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для досягнення мети у нашому дослідженні вагомим є контекстне окреслення проблеми, пов'язане з явищем, що виникло на перетині класичної журналістики, соціальних мереж та цифрових технологій, постжурналізму. Марія Бутиріна вважає, що таким терміном описуються різні за характером, аксіологічною природою та функціональністю явища, які вказують на «деінституціоналізацію журналістики, розмиття її інституціональності: втрату або нівелювання професійних стандартів, етичних підходів, недовіри практики саморегулювання журналістської діяльності» [1, с. 10]. Акцент зміщується на громадянських репортерів, блогерів, інфлюенсерів та навіть алгоритми штучного інтелекту. Основною метою постжурналізму є не тільки інформування аудиторії, але й залучення її до активної участі у створенні контенту. Цей підхід дозволяє кожному користувачеві стати джерелом новин, що, з одного боку, розширює можливості для висвітлення подій, а з іншого – породжує ризики поширення недостовірної інформації. Поєднання постжурналізму із гібридною медіареальністю, яка зміщує реальність із віртуальними елементами, створює нові виклики та можливості для споживачів інформації.

Ольга Москвич, розглядаючи медіареальність як особливу структуру соціокультурної реальності, що має технологічну детермінованість, акцентує увагу на кількох ключових характеристиках, які визначають її вплив на суспільство. До таких дослідниця відносить динамічність інформаційного потоку, візуалізацію та віртуалізацію соціокультурних феноменів, глобалізацію, фрагментарність сприйняття, аксіологічну незбалансованість і маніпулятивність. Динамічність інформаційного потоку вказує на швидкість та обсяги інформації, які циркулюють у медіапросторі. Це створює умови для постійної зміни акцентів і змісту, що ускладнює глибоке осмислення інформації реципієнтами. Візуалізація та віртуалізація соціокультурних феноменів підкреслюють роль візуальних образів та цифрових технологій у формуванні сучасного світогляду. Це може сприяти як кращому розумінню складних явищ через прості візуальні моделі, так і викривленню реальності через створення маніпулятивного контенту. Глобалізація, з одного боку, дозволяє отримувати інформацію з усього світу, але з іншого, це може призводити до втрати цілісного розуміння подій через фрагментарність подачі інформації. Аксіоло-

гічна незбалансованість засвідчує, що медіа нерідко використовуються для впливу на ціннісні орієнтири суспільства. А це може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Особливо небезпечною є маніпулятивність, оскільки здатна до дезінформації та спотворення реальності [9].

В. Ільганаєва характеризує медіареальність як багатошарову структуру, що складається з декількох середовищ, які формують нові умови суспільного життя. Основні аспекти, які дослідниця розглядає, включають техносферу, семіосферу та сферу діяльності. Техносфера визначається як середовище, побудоване на інформаційно-мережових магістралях та мультимедійних технологіях, є основою сучасної цифрової інфраструктури, яка забезпечує швидкий обмін даними, доступ до інформації та інтерактивність у суспільному житті. Вона є технічною основою медіареальності, що сприяє розширенню можливостей комунікації та впливу на соціальні процеси. Семіосфера охоплює всі потоки інформації, комунікаційні предмети та обіг структурованої інформації, формує середовище смислів, яке забезпечує розуміння та взаєморозуміння між суб'єктами суспільства. Це середовище є ключовим для формування спільних знань, культурних кодів і символів, що сприяють соціальній інтеграції. Семіосфера також відіграє важливу роль у створенні умов для ефективної комунікації. Сфера діяльності об'єднує комунікаційні структури, які організують, управляють і впливають на споживання інформації, є своєрідним механізмом управління медійними потоками, що впливає на стан соціального інтелекту, включає в себе як технічні аспекти організації комунікацій, так і соціокультурні механізми впливу на суспільство [9, с. 35].

Отже, медіареальність є складним феноменом, який охоплює технічні, семантичні та організаційні аспекти суспільного життя. Її структура забезпечує функціонування сучасних інформаційних систем, формування смислів і управління комунікацією. У такому середовищі інформація поширюється з величезною швидкістю, часто без належної перевірки фактів. З одного боку, це дозволяє оперативно доносити новини до масової аудиторії, з іншого – створює сприятливі умови для дезінформації. Означник *гібридна* доповнює поняття і включає те, що для створення нових форм медіаконтенту характерне використання доповненої реальності (AR), віртуальної реальності (VR), штучного інтелекту та інших цифрових

технологій. Завдяки цьому споживач отримує можливість не лише читати чи дивитися новини, а й буквально «переживати» їх через інтерактивні формати. Завдяки цьому можна досягти більшої інтерактивності, персоналізації та емоційного впливу на аудиторію. Однак це також ставить перед суспільством і медіа низку важливих питань, створює нові виклики як для журналістів, так і для аудиторії. Згідно з опитуванням, проведеним «Детектором медіа» серед українських медійників, 2025 рік був для них виснажливим, але водночас сприяв розвитку нових форматів, диджиталізації та переосмисленню ролі медіа в умовах затяжної війни. Залишилися актуальними виклики, спричинені повномасштабним вторгненням. До цього додалися фінансові труднощі через скорочення американської допомоги. У той же час, медіасфера продовжує зазнавати технологічних змін: інтеграція штучного інтелекту та цифрових платформ у традиційні медіа суттєво трансформують підходи до подання інформації [13].

Узагальнюючи ці тенденції, розглянемо у їх контексті телевізійні новини. Телебачення ще залишається вагомим джерелом новин для багатьох українців, однак, аби зберегти свою актуальність, змушене адаптуватися до нових умов, зокрема війни, яка кардинально змінила характер теленовин. З огляду на зростання викликів, телеканали переосмислюють свою місію та роль у суспільстві. Простежується чітка тенденція переходу від традиційного формату телебачення до концепції «медіаплатформи», яка об'єднує телеэфір, інтернет-сайти, соціальні мережі, а також комунікацію через месенджери та інші цифрові канали з аудиторією. Віталій Школьнік запропонував так класифікувати українські інформаційні телеканали, які під час повномасштабної війни змінили свої формати, за моделлю їх ідентичності та позиціонування: 1. *Класичні телеканали новин*. Це «5 канал», «Прямий». Вони «зберегли традиційні брендові риси, але за своєю суттю є медіаплатформами. Позиціонування відбувається в напрямку ствердження образу традиційного телеканалу» [20, с. 121]. 2. *Мультимедійні медіабренди*, до яких віднесено «24 канал», «Еспресо TV», «Ми – Україна». Вони «прямо декларують поєднання ефіру та цифрових платформ. У їх комунікації ключові слова «платформа», «медіабренд», а не просто «телеканал»» [20, с. 121]. 3. *Симбіотичні медіаплатформи* («Oboz UA», «Апостроф TV», «Новини.Live»), які пов'язані із сай-

том, а телеканал є одним із каналів генерації та поширення контенту. Відповідно ідентичність будується навколо «всеохопності» [20, с. 121]. 4. *Суспільні інформаційні медіаплатформи*. До них віднесено «Суспільне новини» і телеканал «Київ». Вони свою діяльність «акцентують на місії та довірі аудиторії» та «заявляють про себе як про технологічні платформи» [20, с. 121]. 5. *Телеканали зі зміненою або втраченою ідентичністю*, війна яких спричинила відмову від інформаційного формату. Це «УНІАН ТБ».

Зазнала певної трансформації і структура новин. Якщо раніше новинні програми на телебаченні мали передбачуваний формат, то 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. Це змушує телеканали активно співпрацювати для перевірки інформації перед її виходом в ефір із фактчекінговими організаціями. Невід'ємною частиною українського телевізійного ефіру стали фронтві репортажі, інтерв'ю з військовими та волонтерами, аналітика щодо міжнародної підтримки.

Пріоритетним інформаційним продуктом в українському телепросторі після початку повномасштабної війни став телемарафон «Єдині новини», який консолідував провідні українські телеканали, серед яких «1+1», «ICTV», «СТБ», «Інтер», а також «Україна 24», «Рада», «UA: Перший», що сьогодні вже вийшли з марафону. Вони об'єднали свої зусилля для створення спільного інформаційного продукту, який передбачив цілодобовий ефір, оперативне інформування населення про події в країні та світі, а також протидію дезінформації.

Ефірний час телемарафону структурований таким чином, щоб кожен телеканал мав можливість надати свій внесок у загальний інформаційний потік. Це дозволяє забезпечити різноманітність контенту та уникнути дублювання інформації. Координація між телеканалами здійснюється за допомогою чітко визначених графіків та редакційних нарад. Основна ідея полягає у створенні спільного інформаційного простору, де всі телеканали країни працюють у синхронізованому режимі, транслюючи єдиний контент. Такий формат забезпечує оперативність оновлення даних, формує відчуття стабільності в умовах війни, створює ефект постійної присутності інформації, виконує функцію централізованого інформування і координації

суспільства, дозволяє уникнути дублювання інформації, підвищити її якість та забезпечити максимальне охоплення аудиторії. Однією з ключових особливостей телемарафону є його інтеграція з іншими медіаплатформами. Окрім телевізійного мовлення, його контент доступний на офіційних вебсайтах телеканалів, у соціальних мережах та на стримінгових платформах. Це дозволяє охопити максимально широку аудиторію, включаючи молодь, яка надає перевагу цифровим каналам споживання інформації.

Однак, як показує дослідження «Індекс медіаграмотності української аудиторії», з 2024 року частка тих, хто вважає формат телемарафону виправданим, знизилася з 58 % до 41 % [4]. Соціологічною групою «Рейтинг» на замовлення Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) з 27 червня по 6 липня 2024 року проведено моніторинг аудиторії, яка надає перевагу телемарафону «Єдині новини». За їх показниками телемарафону «Єдині новини» надають перевагу 16,6 % глядачів. У висновках звіту зазначається, що ця частка є значною у порівнянні «з аудиторіями тих медіа, які можна віднести до традиційних (інші телевізійні канали та великі новинні сайти). Сукупно розмір цільових аудиторії останніх не перевищує розміру цільової аудиторії телемарафону» [3]. А також «з огляду на повернення українського суспільства до стану суттєвого соціально-психологічного негативізму (з огляду на загальні установки щодо функціонування держави в усіх аудиторіях) телемарафон «Єдині новини» консолідує ту частину населення (дана гіпотеза потребує додаткових досліджень), яка має доволі високу впевненість у перемозі та позитивно ставиться до української влади» [3]. За результати дослідження «Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році», які ГО «Інтерньюз-Україна» презентувало в Укрінформі, «про телемарафон «Єдині новини» знають 86 % опитаних, водночас його аудиторія порівняно з 2024 роком зростає: загальна – з 47 % до 53 %, щотижнева – з 37 % до 42 %. Половина тих, хто знає про телемарафон, відзначають його оперативність, але довіряють озвученому лише 38 % (+1 % за рік). Стільки ж респондентів вважають, що телемарафон слід транслювати й далі (38 %), проти продовження трансляції виступають 48 % [16].

Сьогодні особливої актуальності набув моніторинг телемарафону, здійснюваний «Детектором медіа», одним із провідних аналітичних центрів у сфері медіа в Україні.

Його основою є контент-аналіз щодо тематики, структури та змісту матеріалів, що транслюються у рамках телемарафону. Особлива увага приділяється висвітленню ключових подій, таких як військові операції, гуманітарна допомога, міжнародна підтримка. Для виявлення потенційних випадків маніпуляцій або поширення неперевіраних даних перевіряються джерела та факти, які використовуються у новинних сюжетах. Проводиться моніторинг балансу думок, особливо наскільки збалансованими є представлені точки зору у контексті політичних заяв чи соціальних дискусій. Досліджується також проблема оперативності, фрагментації контенту, що пов'язана із участю у телемарафоні різних телеканалів, через що спостерігається певна неоднорідність стилю подання матеріалів та редакційних підходів. У деяких матеріалах фіксується надмірне використання емоційно забарвлених висловлювань, що може впливати на сприйняття інформації аудиторією [7]. Таке дослідження через виявлення недоліків та рекомендації щодо їх усунення має вагоме значення для підвищення якості медійного контенту, забезпечує прозорість роботи телеканалів, що є важливим чинником у боротьбі з дезінформацією та пропагандою та допомагає зрозуміти потреби аудиторії та адаптувати інформаційні продукти до її запитів [7].

Попри позитивні та негативні судження про телемарафон аудиторії «Єдині новини» аудиторії, створення такого формату в умовах військової агресії дозволило консолідувати зусилля для забезпечення безперервного інформування населення. Такі формати дозволяють оперативно поширювати достовірну інформацію, протидіяти дезінформації та зміцнювати національну єдність у складний для країни час [15, с. 69].

Особливу увагу варто звернути на специфіку інформаційних випусків телемарафону, які формують значну частину сучасного медійного простору. У них переважають повідомлення від державних структур, військових, органів влади та міжнародних партнерів. Також важливу роль відіграють прямі включення, короткі інтерв'ю та експертні коментарі. Такий формат подачі інформації забезпечує контрольованість інформаційного потоку, знижує ризики поширення, що особливо важливо в сучасних умовах, коли швидкість поширення новин часто переважає над їхньою якістю, а аудиторія потребує достовірних і перевірених даних. Аналіз інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини» від 11 по 15 березня 2026 року, які

продукував телеканал «Інтер», демонструє, що для підсилення змісту повідомлень та кращого сприйняття матеріалу глядачами спостерігається активне використання різноманітних засобів візуалізації інформації [19].

У студійному просторі використовується великий екран, розташований позаду ведучого, на якому відтворюються візуальні матеріали, що відповідають тематиці сюжету. Наприклад, під час оголошення підводки до матеріалу про ураження складу матеріально-технічного забезпечення та місця зберігання безпілотних літальних апаратів на тимчасово окупованій території Запорізької області (15.03.2026 р.) на студійному екрані продемонстровано фотографію із зображенням диму та пожежі. Таке ілюстративне рішення виконує функцію візуального підтвердження інформації та створює додатковий контекст для глядача [19]. Подібний прийом можна спостерігати й у випуску від 14.03.2026 року. У студії ведучий разом із запрошеним експертом Богданом Ференцом обговорюють міжнародну політичну ситуацію. На відміну від попереднього прикладу, на екрані позаду співрозмовників відтворюється вже не статичне фото, а відеоматеріал, що забезпечує динамічнішу візуальну підтримку обговорюваної теми [19].

У новинних сюжетах також активно використовуються відеоматеріали з місця подій. Зокрема, під час сюжету (13.03.2026) із закадровою начиткою ведучої про оголошений 153-ю бригадою збору коштів на мультимедійну дошку з картографічними матеріалами, на екрані демонструється відео бойових дій з використанням FPV-дронів. Така візуалізація дозволяє глядачам краще уявити контекст застосування відповідного обладнання [19]. У наступному сюжеті журналістка звертає увагу на процес підготовки дрона до виконання бойового завдання: підготовку акумуляторів, перевірку контактів та доставку боєприпасів. Паралельно на екрані транслюється відеозапис роботи аеророзвідки. На зображенні використано графічні елементи. Це маркування російського прапора та підпис, що ідентифікує виявлені цілі, зокрема ворожу «герберу» та замасковану самохідну артилерійську установку. Завдяки таким графічним позначкам глядач отримує чіткіше розуміння того, які саме об'єкти демонструються у кадрі [19].

Ще один приклад використання візуалізації представлений у матеріалі (15.03.2026) про бойові дії на Куп'янському напрямку. Повідомляється, що військовослужбовці 77-ї окремої аеромобільної Наддніпрянської

бригади зупинили штурм російських військ та зайшли на їхні позиції. У ході ближнього бою українські військові змусили противника скласти зброю та взяли у полон чотирьох окупантів. У цей момент на екрані демонструється відео, зняте з безпілотника під час проведення операції. Для полегшення ідентифікації учасників подій на відео накладено елементи комп'ютерної графіки у вигляді прапорів [19].

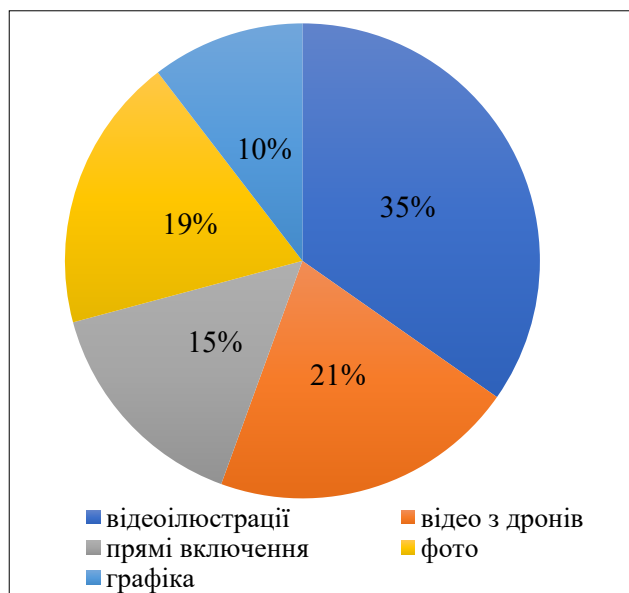
Крім того, у сюжетах 14.03.2026 використовується відеоматеріал, знятий безпосередньо військовими. Зокрема, у новині представлено відеозапис бойової роботи військовослужбовців 3-ї окремої штурмової бригади. Запис здійснювався за допомогою камери GoPro, закріпленої на спорядженні одного з військових. У відео присутні фрагменти розмови бійців, при цьому їхній голос було змінено з метою забезпечення безпеки та анонімності [19].

Окремим елементом візуалізації інформації у новинному ефірі 12.03.2026 є прямі включення представників військових структур. Наприклад, до ефіру долучається начальник відділення комунікації 79-ї Таврійської окремої десантно-штурмової бригади 7-го корпусу швидкого реагування ДШВ Роман Писаренко. У студії на екрані демонструється відеозображення запрошеного гостя. Водночас, коли він коментує ситуацію у зоні бойових дій, паралельно транслюються відеокадри з безпілотника, зафіксовані під час виконання бойових завдань відповідним підрозділом. Така комбінована форма подачі інформації поєднує експертний коментар із документальним відеоматеріалом, що підсилює достовірність повідомлення та покращує його візуальне сприйняття аудиторією [19].

У новинних випусках 15.03.2026 також простежується активне використання комбінованого формату подачі інформації, коли одночасно поєднуються пряме включення кореспондента та ілюстративні відеоматеріали. Зокрема, під час прямого включення спеціального кореспондента з Конгресу США Дмитра Онопченка висвітлюється тема можливих переговорів між США, росією та Україною. У своєму коментарі журналіст зазначає, що дискусія щодо потенційних перемовин триває між трьома столицями, а представник США Стів Віткофф запропонував провести зустріч у Флориді – у гольф-клубі, який йому належить. Під час цієї розповіді кореспондент звертається до режисерів ефіру з проханням показати глядачам відповідну локацію. У цей момент на

екрані паралельно з прямим включенням з'являється відеоілюстрація із зображенням гольф-клубу [19]. Такий формат передбачає одночасне відтворення кількох інформаційних елементів на екрані: з одного боку – стендап кореспондента, який перебуває у прямому ефірі, а з іншого – відеоряд, що виконує функцію візуальної ілюстрації до повідомлюваної інформації. У подібному форматі побудовано весь сюжет, що дозволяє поєднати журналістський коментар із візуальним контекстом подій.

Аналогічний підхід використовується і під час студійних розмов з експертами. Наприклад, у бесіді ведучого 14.03.2026 з експерткою Оленою Юрченко, присвяченій темі можливого послаблення санкцій США щодо російської нафти, комунікація також відбувається у форматі онлайн-включення. Під час того, як гостя висловлює свою позицію, на екрані паралельно транслюється відеоряд із підбіркою кадрів видобутку нафти та інших пов'язаних виробничих процесів [19]. Ці відеоматеріали виконують ілюстративну функцію, візуалізуючи предмет обговорення та доповнюючи експертний коментар. На рис. 1 показано частку використання відеоілюстрацій, відео з дронів, прямих включень, графіку у відсотках в проаналізованих сюжетах.



**Рис. 1. Частка використання елементів візуалізації у сюжетах телеканалу «Інтер» за аналізований період**

Таким чином, аналіз новинних випусків телеканалу «Інтер» у межах телемарафону «Єдині новини» демонструє тенденцію до використання паралельного багатовіконного

формату візуалізації інформації. Такий підхід дозволяє одночасно поєднувати різні типи медіаконтенту: прямих включень, експертні коментарі та ілюстративні відеоматеріали, що сприяє підвищенню інформативності повідомлення та покращує сприйняття новинного контенту аудиторією.

Вагому частку у формуванні новинного контенту на тлі гібридної медіареальності відіграють регіональні телеканали. Вони, попри сучасні виклики, продовжують займати важливу позицію в інформаційному просторі, акцентуючи увагу на житті громад, вирішенні соціально-економічних питань, досягненнях у сфері культури та мистецтва, а також різних аспектах місцевого самоврядування та залишаються надійним джерелом новин для аудиторії, забезпечуючи повноцінне висвітлення подій у регіоні, стимулюють мобілізацію ресурсів на місцевому рівні, сприяють розвитку підприємництва й громадських ініціатив, що позитивно впливає на формування суспільного життя. На думку медійних експертів, роком «зростання ролі локальних редакцій, які фіксують війну, працюють із громадами й часто краще розуміють місцевий контекст, ніж національні колеги» став 2025 рік [13].

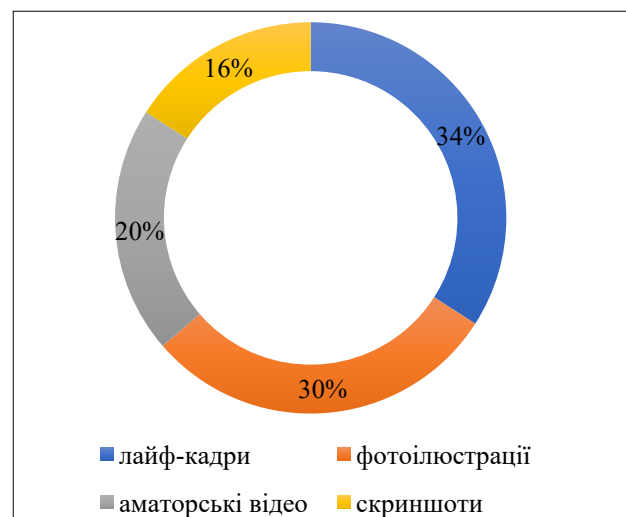
Аналізуючи проблемну концепцію підсумкових випусків новин телеканалів Тернопільщини, Тетяна Решетука, Оксана Кушнір та Тетяна Вільчинська наголошують, що інформаційні стратегії регіонального телебачення «полягають у медіатизації локальних подій і проблем із проєкцією на загальнонаціональний контекст та подальшій адаптації підходів до формування новинного телеконтенту у фокусі суспільних викликів на четвертому році повномасштабної російсько-української війни» [11, с. 52]. Юлія Нагорна вважає, що важливої ролі, особливо на регіональних телеканалах, нині набуває в структурі новинних програм використання інфотейнменту. Ключовими прийомами цього підходу є використання нестандартних методів зйомки, акцент на яскравих деталях у сюжетах, застосування різноманітних лінгвістичних і стилістичних прийомів, а також специфічні техніки монтажу. Такий формат подачі матеріалів особливо актуальний у підсумкових випусках новин, де складні для сприйняття й запам'ятовування теми трансформуються у більш доступну для аудиторії форму. Завдяки цьому інформація стає ближчою до сприйняття глядача, спонукає зануренню у створену екранну реальність та зміцненню емоційного зв'язку між споживачем контенту та медіатекстом [10, с. 105].

Аналіз новинного контенту регіональних телеканалів засвідчує використання різноманітних прийомів візуалізації інформації, які сприяють підсиленню емоційного та змістового сприйняття матеріалів аудиторією. Проаналізований період – лютий 2026 року. Одним із таких прийомів є використання відеофрагментів у форматі «лайф» – тобто кадрів із природним звуковим супроводом без закадрового коментаря журналіста. Це можна спостерігати у матеріалах телеканалу «Перший Закарпатський» [18]. Наприклад, у сюжеті від 27.02.2026 року «Загальнонаціональна хвилина мовчання» використано епізод із відео наживо, у якому зафіксовано звук метроному та фоновий міський шум, під час загальнонаціональної хвилини мовчання. Такий формат дозволяє передати атмосферу події та створити ефект присутності для глядача [18]. Подібний підхід застосовано й у сюжеті «Чемпіонат з боксу» від 16.02.2026 року. Відеоматеріал розпочинається з кадрів виходу спортсменів на арену із збереженням музичного супроводу. Іншим поширеним прийомом є використання фотоілюстрацій [18]. Зокрема, у сюжеті «Намагався завезти боєприпаси в область» від 11.02.2026 року закадрова начитка журналістки про незаконне ввезення набойів та боєприпасів до регіону супроводжується демонстрацією ілюстративних фотоматеріалів [18]. Такі зображення виконують функцію візуального підтвердження інформації та допомагають глядачам краще уявити описані події. Ще одним прикладом використання візуальних матеріалів є застосування аматорської відеозйомки. У сюжеті «Пікап з передової у центрі Мукачеве: волонтери збирають на нове авто для військових» від 18.02.2026 року використано відеофрагмент, знятий волонтерами. На ньому зафіксовано пошкоджений пікап, який раніше виконував бойові завдання на передовій [18]. Такі кадри слугують додатковим доказом реальності подій та підсилюють емоційний вплив матеріалу.

Схожі прийоми візуалізації використовуються і в новинних матеріалах телеканалу «ІРТ Полтава» [17]. Наприклад, у сюжеті від 23.02.2026 року, присвяченому небезпеці падіння криги з дахів будівель, використано скриншот із сторінки у соціальній мережі Фейсбук управління житлово-комунального господарства міста. На зображенні подано інформацію про алгоритм дій у разі виявлення бурульок на дахах будівель [17]. Використання скриншотів дозволяє продемонструвати офіційні джерела інформації та підвищує довіру до повідомлення.

Прийом використання відео у форматі «лайф» також можна побачити у сюжеті про святкування Масниці поблизу Полтави (22.02.2026 року). Для передачі атмосфери події в матеріалі використано кадри з ярмарку, де чутно музичні виступи, голоси відвідувачів та загальний шум святкового заходу [17]. Подібний прийом застосовано і у сюжеті від 25.02.2026 року, присвяченому роботі жінок у підрозділах ДСНС Полтавщини. Після закадрового тексту журналістки до сюжету вставлено кадри з процесу гасіння пожежі, що дозволяє глядачам побачити реальні умови роботи рятувальників [17].

Ще одним поширеним джерелом візуального контенту для регіональних новин є відеоматеріали, отримані від користувачів соціальних мереж. Наприклад, у сюжеті телеканалу «ІРТ Полтава» (25.02.2026 року) про порятунок пораненого птаха канюка, якого небайдужі мешканці передали на реабілітацію, використано відео, зняте очевидцями події [17]. Такі матеріали виконують роль ілюстрації до журналістського повідомлення та дозволяють оперативно демонструвати події, зафіксовані безпосередніми учасниками або свідками. Відсоткове співвідношення різновидів візуального контенту у проаналізованих новинних сюжетах регіональних телеканалів «Перший Закарпатський» та «ІРТ Полтава» показано на (рис. 2).



**Рис. 2. Частка різновидів візуального контенту на телеканалах «Перший Закарпатський» та «ІРТ Полтава» за проаналізований період**

Таким чином, аналіз новинних випусків регіональних телеканалів свідчить про використання засобів візуалізації інформації, серед яких переважають відеофрагменти у форматі «лайф», друге місце займають

фотоілюстрації, а потім – аматорські відеозаписи та скріншоти з соціальних мереж. Застосування таких інструментів сприяє підвищенню наочності новинних матеріалів, посиленню їхньої емоційної складової та кращому сприйняттю інформації глядацькою аудиторією.

Отже, теленовини на регіональному рівні також зазнають впливу сучасних реалій медіасистеми, що змінює їхню структуру і спосіб подачі. Вони стають частиною інформаційного фронту держави на місцевому рівні, інструментом впливу та формування громадської думки на рівні громад, а також частиною стратегічних комунікацій. В умовах конкуренції із цифровими медіа, які поширюють інформацію швидше і таким чином забирають вагому частку їх аудиторії, вони адаптуються до через підвищення частки візуалізації контенту.

**Висновки.** У дослідженні розглянуто сучасні виклики, з якими стикаються медіа у процесі створення новинного контенту. Встановлено, що в умовах гібридної медіареальності, яка формується під впливом соціальних викликів на перетині традиційних медіа та цифрових платформ, теленовини змінюють структуру, ритм і спосіб подачі інформації. Наголошено, що вони

є вагомим інструментом до розуміння впливу новітніх технологій на формування громадської думки, політичні процеси та соціальні умови. На основі аналізу сюжетів інформаційних випусків телемарафону «Єдині новини», а також регіональних телеканалів «Перший Закарпатський» і «ІРТ Полтава», виявлено активне використання засобів візуалізації, які сприяють адаптації до сучасних медійних умов, підсилюють зміст повідомлень і полегшують їх сприйняття аудиторією, що допомагає привертати увагу глядачів. Графіки, інфографіка, карти та відеоматеріали відіграють ключову роль у допомозі глядачам краще зрозуміти складні теми, такі як економічні прогнози, військові конфлікти чи соціальні реформи. Вони роблять інформацію доступнішою та зрозумілішою для широкої аудиторії. Узагальнено, що теленовини в умовах гібридної медіареальності виступають потужним інструментом впливу, спрямованим на інформування суспільства. Вивчення їхньої ефективності та розробка стратегій подачі є надзвичайно важливими для забезпечення якісної взаємодії між медіа і громадськістю, збереження соціальної єдності та стабільності, а також підтримки інформаційної безпеки держави в умовах сучасних викликів.

### Література:

1. Бутиріна М. Основні тренди та конструкти постжурналістики. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*, 2017. Вип. 12. С. 9–13.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. Київ: Академія української преси, 2004. 262 с.
3. Дембіцький С. Особливості аудиторії телемарафону «Єдині новини». URL: [https://isnasu.org.ua/popsci/016\\_Dembitskiy\\_Osoblyvosti\\_auditorii\\_telemarafonu.php](https://isnasu.org.ua/popsci/016_Dembitskiy_Osoblyvosti_auditorii_telemarafonu.php)
4. Довіра до телемарафону «Єдині новини» впала. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3855421-dovira-do-telemarafonu-edini-novini-vpala.html>
5. Ілгансаєва В. О. Комунікаційний світ сучасного суспільства як медіа-реальність. *Світ соціальних комунікацій*, 2012. Т. 5. С. 34–37.
6. Куляс Ігор, Довженко Отар. Методологія моніторингу телевізійних і радіо програм громадської організації «Детектор медіа» (новини, підсумки тижневики, публіцистичні авторські програми, політичні ток-шоу, інтерв'ю). URL: <https://detector.media/monitoring/article/136891/2018-04-24-metodologiya-monitoringiv-televiziiynykh-i-radiynykh-programgromadskoi-organizatsii-detektor-media-novynu-pidsumkovi-tyzhnevnyky-publitsystychni-avtorski-programy-politychni-tok-shou-intervyu/>
7. Куляс Ігор, Лигачова Наталія, Моніторинг телемарафону змінює формат (опис нової методології). URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/233301/2024-10-11-monitoring-telemarafonu-zminyuie-format-opys-novoi-metodologii/>
8. Мітчук О. А., Горбенко Г. В., Погребняк І. В. Конструювання новинної реальності в масмедіа. *Держава та регіони*, 2022. № 3 (51). С. 46–51. URL: [http://www.zhu.edu.ua/journal\\_cpu/index.php/der\\_sc/article/viewFile/922/901](http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/viewFile/922/901)
9. Москвич Ольга. Медіа-реальність як сучасний соціокультурний простір. *Соціологічні студії*. 2014. 2 (5), С. 52–56. URL: [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/9750/1/socst\\_2014\\_2\\_10.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/9750/1/socst_2014_2_10.pdf)
10. Нагорна Ю. Інфотейммент у регіональному новинному теледискурсі. *Communications and Communicative Technologies*, 2022. Вип. 22. С. 100–106. URL: <https://doi.org/10.15421/292211>
11. Решетуха Т., Кушнір О., Вільчинська Т. Проблемний дискурс підсумкових випусків новин регіональних телеканалів (на прикладі «TV-4» та «ІНТБ»). *Communications and Communicative Technologies*, 2025. Вип. 25. С. 45–54. URL: <https://doi.org/10.15421/292506>
12. Різун В. В. Медіавплив: метафора чи реальність? *Актуальні питання масової комунікації*, 2021. Вип. 30. С. 10–13. URL: <https://cimc.knu.ua/uk/issue/view/59/53>

13. Семенюта Ірина. Прогрес в умовах апокаліпсиса: головні медіависновки-2025. URL: <https://detector.media/community/article/247051/2026-01-16-progres-v-umovakh-apokalipsysa-golovni-mediavysnovky-2025/>

14. Серед українців зростає довіра до новин традиційних медіа. Дослідження. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/4039589-sered-ukrainciv-zrostaе-dovira-do-novin-tradicijnih-media.html>

15. Соломін Є. Телепроекти «Єдині новини» та «Фreedом» як спосіб інформаційного спротиву російській агресії та засіб регулювання медіасферою під час війни. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Журналістика*. 2022. Випуск 3(5). С. 62–71. URL: <https://journals.maup.com.ua/index.php/philology/issue/view/244/262>

16. Стівенс Мітчел. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет. К. : Вид. Дім «Києво-Могиланська академія», 2008. 407 с.

17. Телеканал «ІРТ Полтава». 2026. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@irtpoltavatv>

18. Телеканал «Перший Закарпатський». 2026. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/channel/UC1AizOQeBDEEhCwFxs1kEg>

19. Телемарафон Єдині новини: онлайн. Телеканал «Інтер». 2026. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@podrobnostiua>

20. Школьний В. Проблема ідентичності та позиціонування українських інформаційних телеканалів в умовах повномасштабної війни. *Communications and Communicative Technologies*, 2025. Вип. 25. С. 117–124. URL: <https://doi.org/10.15421/292514>

Дата першого надходження статті до видання: 23.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026