

Тетяна Струтинська

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня

Тернопільський національний педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка,

Тернопіль, Україна,

ORCID: 0009-0000-9833-3783

Науковий керівник – Оксана Кушнір

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,

Тернопільський національний педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка,

Тернопіль, Україна

ORCID: 0000-0003-3201-5285

**ТЕЛЕНОВИНИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ
ВІЙНИ: ДОСВІД ЖИТОМИРЩИНИ**

24 лютого 2022 року стало переломним моментом для України – почалася повномасштабна російсько-українська війна. Вона кардинально змінила не лише життя українців, а й суттєво вплинула на медіапростір. У надзвичайно короткі терміни трансформувалися практично всі аспекти медіадіяльності: від соціально-економічних умов до каналів комунікації та поширення інформації. У воєнний час медіа почали виконувати не лише інформаційну, а й стратегічну функцію: підтримка національної безпеки, забезпечення моральної стабільності населення та мобілізація ресурсів для спротиву агресору. Значно змінилися редакційні підходи, тематика новин і навіть медіаформати. Багато редакцій були змушені переосмислити свою роль у загальнонаціональній оборонній стратегії та пристосуватися до нових умов.

Попри всі виклики, регіональне телебачення зберегло свою нішу в інформаційному ландшафті. У нових умовах регіональні телевізійні мовники продовжували функціонувати, долаючи численні труднощі. Редакції й надалі створювали матеріали, що документували хід війни, водночас усе активніше висвітлювали аспекти повсякденного життя, орієнтуючись на запити своєї аудиторії. Паралельно відбувалася поступова стабілізація внутрішніх процесів у редакціях та намагання посилити інституційну спроможність, що стало важливим етапом на шляху до сталого розвитку медійних команд [1].

У перші дні війни, коли українці шукали достовірну інформацію в умовах невизначеності, саме регіональні телеканали стали ключовими джерелами новин – не лише національного, а й локального масштабу. Це було особливо важливо, адже ситуація в кожному регіоні відрізнялася: в одній

області існувала загроза окупації, в іншій – гостра нестача гуманітарної допомоги або потреба в евакуації.

Зміни торкнулися й змісту новин: стали домінувати військова тематика, соціально-економічні питання, гуманітарна допомога, проблематика внутрішньо переміщених осіб, волонтерський рух та безпека населення.

Важливим джерелом інформації для житомир'ян є телеканал «Суспільне Житомир», який працює з 1992 року і зосереджує увагу на висвітленні актуальних подій, культурного життя регіону, трансляції аналітичних програм. До початку війни його соціально-економічна тематика охоплювала локальні зміни – інфраструктурні проєкти, зайнятість, ініціативи місцевої влади, фінансування соціальної сфери (освіта, охорона здоров'я, ЖКГ), розвиток малого і середнього бізнесу через гранти й субсидії. Окрему увагу було приділено сільському господарству як важливому сектору для області, а також питанням екології, сталого розвитку, створенню робочих місць та підвищенню кваліфікації населення. Із початком повномасштабного вторгнення новинний дискурс суттєво змінився. У медіафокусі опинилися теми інфляції, нестабільності економіки, змін у фінансуванні соціальних програм. Ключовими стали сюжети про допомогу внутрішньо переміщеним особам, ініціативи волонтерів та громадських організацій, евакуацію та медичну підтримку населення, зокрема людей похилого віку, осіб з інвалідністю та хворих у зонах бойових дій. Проблема безробіття набула нової актуальності – новини часто акцентували увагу на можливостях працевлаштування та державній підтримці бізнесу. Значну увагу телеканал приділяв і житлово-комунальним питанням: забезпеченню постраждалих тимчасовим житлом, відновленню пошкоджених будинків, соціальному житлу. Також висвітлювалися теми збільшення соціальних виплат і підтримки підприємництва в умовах війни [4].

Відповідно до моніторингу, проведеного Інститутом масової інформації в листопаді 2023 року, всі новини на сайті «Суспільне Житомир» у період аналізу були присвячені місцевим темам. Загалом, у п'яти популярних медіа Житомирської області 89,4 % новин стосувалися подій у Житомирі та області, 8,6 % – національних новин, 1,1 % – новин про інші регіони, а 0,9 % – міжнародних новин. Сайт «Житомир online» вирізнявся тим, що 82,5 % його новин стосувалися локальних тем, а близько 17 % становили передруки національних чи міжнародних скандалів. В інших регіональних медіа частка локальних новин також залишалася на рівні 90 %, поступаючись місцем загальноукраїнським темам – війні, змінам у законодавстві, заявам вищих посадовців [3].

Отже, до початку російсько-української війни телеканал «Суспільне Житомир» зосереджувався на позитивних змінах у регіоні: підтримці бізнесу, реалізації соціальних ініціатив, покращенні інфраструктури й розвитку аграрного сектору. Після повномасштабного вторгнення російських військ в Україну акцент змістився на медіатизацію гуманітарної підтримки, економічної адаптації та виживання в нових умовах. Канал залишився важливим джерелом інформації для населення, сприяючи прозорості процесів допомоги та підвищуючи обізнаність щодо можливостей соціальної підтримки в умовах війни.

Список використаної літератури та джерел

1. Бондаренко П., Печончик Т., Сухарина А., Яворський В. Виклики для свободи слова та журналістів в умовах війни: соціологічне дослідження. Київ : Центр прав людини ЗМІНА, 2023. 56 с. URL: <http://surl.li/nragm>
2. Заславський Є. Стан українських регіональних медіа 2023 року. *Media Development Foundation* : офіційний веб-сайт. 2023. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/>
3. Локальні новини домінують у регіональних медіа: результати моніторингу. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua>
4. Телеканал «Суспільне Житомир»: офіційний вебсайт. 2024. URL: <https://suspilne.media/zhytomyr/>