

**Мар'яна КИЦА,**  
кандидат наук з соціальних комунікацій,  
доцент кафедри журналістики  
та засобів масової комунікації  
Національного університету «Львівська політехніка»

**Mariana KITSA,**  
PhD (Social Communications),  
Associate Professor at the Department of Journalism  
and Mass Communication,  
Lviv Polytechnic National University

<https://orcid.org/0000-0002-0704-5012>  
[mariana.o.kitsa@lpnu.ua](mailto:mariana.o.kitsa@lpnu.ua)

## ІНФОРМАЦІЙНІ ТА РОЗВАЖАЛЬНІ ФУНКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ У ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

### INFORMATIONAL AND ENTERTAINMENT FUNCTIONS OF UKRAINIAN TELEVISION CHANNELS DURING THE FULL-SCALE WAR

*Дослідження присвячене аналізу трансформації інформаційної та розважальної функцій українського телебачення в умовах повномасштабної війни. Починаючи з лютого 2022 року, українські телеканали зазнали суттєвих змін у форматі, структурі та змісті мовлення у відповідь на інформаційні виклики та потреби суспільства. Значна частина загальнонаціональних мовників (зокрема «1+1», «ICTV», «Інтер», «Рада», «Суспільне Новини», «Ми — Україна») об'єднали свої зусилля для створення цілодобового національного інформаційного телемарафону «Єдині новини» (United News), який став ключовим інструментом донесення оперативної і перевіреної інформації про хід війни та події всередині країни й за її межами. Водночас у контексті постійного інформаційного тиску з боку РФ та зміни запитів аудиторії розважальний контент також зазнав трансформації, пристосовуючись до нових умов і виконуючи не лише естетичну, а й психологічну, соціальну функції. Метою цієї статті є всебічний аналіз трансформації інформаційної та розважальної функцій українського телебачення в умовах повномасштабної війни. У межах цієї мети вирішено кілька завдань: здійснено короткий огляд науково-публіцистичних джерел, що стосуються зміни функцій медіа під час кризових ситуацій та зокрема війни; проаналізовано структуру та зміст телевізійного ефіру ключових національних каналів, що долучилися до спільного телемарафону; описано програмні моделі розважального контенту на каналах-відповідниках і з'ясовано, як цей контент адаптувався до умов війни; окреслено основні тенденції й висновки щодо ролі інформаційних і розважальних функцій у сучасному медіаполі українського телебачення. У статті проведено контент-аналіз низки телеканалів, що входять до складу телемарафону, а також їхніх розважальних відповідників — окремих цифрових та тематичних каналів, зокрема «1+1 Ukraine». Отримані результати дозволяють простежити динаміку зміщення акцентів в інформаційному та розважальному контенті й формують висновки щодо ролі телебачення як соціального інституту під час війни.*

**Ключові слова:** телебачення, телемарафон, повномасштабна війна, функції, телеканали.

*The study focuses on the analysis of the transformation of the informational and entertainment functions of Ukrainian television under the conditions of a full-scale war. Since February 2022, Ukrainian television channels have undergone significant changes in the format, structure, and content of broadcasting in response to information challenges and the needs of society. A significant number of national broadcasters (including 1+1, ICTV, Inter, Rada, Suspilne News, and We Are Ukraine) have joined efforts to create a 24/7 national informational television marathon United News (Yedyni Novyny), which has become a key tool for delivering timely and verified information about the course of the war and events in Ukraine and abroad.*

*At the same time, in the context of constant information pressure from the Russian Federation and changing audience demands, entertainment content has also undergone transformation, adapting to new conditions and performing*

not only aesthetic but also psychological and social functions. The purpose of this article is a comprehensive analysis of the transformation of the informational and entertainment functions of Ukrainian television during the full-scale war. To achieve this aim, several tasks were addressed: a brief review of academic and journalistic sources on changes in media functions during crisis situations, particularly war; an analysis of the structure and content of television broadcasting of key national channels involved in the joint television marathon; a description of programming models of entertainment content on affiliated channels and an assessment of how this content has adapted to wartime conditions; and the identification of key trends and conclusions regarding the role of informational and entertainment functions in the contemporary media landscape of Ukrainian television.

The article employs a content analysis of a number of television channels participating in the marathon, as well as their entertainment counterparts — separate digital and thematic channels, including 1+1 Ukraine. The results obtained make it possible to trace the dynamics of shifting emphases in informational and entertainment content and to formulate conclusions regarding the role of television as a social institution during wartime.

**Keywords:** television, television marathon, full-scale war, functions, television channels.

© Кіца М., 2026

**Вступ.** Становлення та розвиток українського телебачення як масового джерела інформації та розваг було передусім пов'язане з відновленням незалежності України, зростанням комерційної медіаіндустрії та глобальною трансформацією медіаландшафту. Однак початок повномасштабної війни в лютому 2022 року став безпрецедентним викликом для медіасфери: традиційний ефірний час і програмні сітки були радикально переформатовані в бік інформаційної домінанти, що відображало потребу суспільства в безперервному доступі до достовірної, оперативної інформації про події на фронті, в тилу, економічні й соціальні наслідки війни. З цією метою найбільші телевізійні групи України створили «Єдині новини» — телемарафон, що об'єднав десятки телевізійних мовників, включно з «1+1», «ICTV», «Інтер», «Рада», «Суспільне Новини» та іншими, забезпечуючи 24/7 новинне мовлення у форматі спільного марафону [2]. Такий формат став не лише технологічно новим, а й соціально стратегічним, виконуючи роль інформаційного щита проти ворожої пропаганди та втрати комунікації всередині суспільства.

Водночас розважальний контент, який до повномасштабного вторгнення був ключовим елементом програмної сітки більшості телеканалів, також зазнав значних змін. Частина контенту була відкладена, адаптована або пересмислена, оскільки традиційні формати — серіали, розважальні шоу, гумор, культурні проекти — мусили відповідати запиту на емоційну підтримку, психологічну стабільність і національну ідентичність. Так, медіагрупи створили окремі тематичні канали або канали-відповідники з розважальним контентом, які працюють паралельно із марафоном, зберігаючи культурний і розважальний вимір аудіовізуального досвіду глядачів. Це створює поле для наукового

аналізу функціонального балансування між інформаційними і розважальними потребами суспільства в умовах війни. Дослідження такого балансу є важливим для розуміння сучасних змін у журналістиці, медіаповедінці аудиторії й ролі медіа в кризових соціальних обставинах.

**Метою** цієї статті є всебічний аналіз трансформації інформаційної та розважальної функцій українського телебачення в умовах повномасштабної війни. У межах цієї мети вирішено кілька **завдань**: здійснити короткий огляд науково-публіцистичних джерел, що стосуються зміни функцій медіа під час кризових ситуацій, зокрема війни; проаналізувати структуру та зміст телевізійного ефіру ключових національних каналів, що долучилися до спільного марафону; описати програмні моделі розважального контенту на каналах-відповідниках і оцінити, як цей контент адаптувався до умов війни; окреслити основні тенденції й висновки щодо ролі інформаційних і розважальних функцій у сучасному медіаполі українського телебачення.

**Об'єктом дослідження** є медійна діяльність українських телеканалів в умовах повномасштабної війни. Предмет дослідження становить трансформація інформаційної та розважальної функцій українського телебачення в період повномасштабної війни, зокрема зміни у структурі контенту, жанрових форматах, тематичних пріоритетах і комунікативних стратегіях. **Наукова новизна** дослідження полягає в комплексному аналізі змін інформаційної та розважальної функцій українського телебачення в умовах воєнних викликів. Системно окреслено специфіку поєднання інформативного та розважального контенту як інструментів не лише інформування, а й психологічної підтримки суспільства у кризовий період. Дослідження поглиблює розуміння функціональної

трансформації телебачення під впливом повномасштабної війни та уточнює роль медіа у формуванні суспільної стійкості й забезпеченні інформаційної безпеки.

**Методологію дослідження** становить комплекс загальнонаукових і спеціальних методів. Зокрема, застосовано метод контент-аналізу для вивчення тематичної структури, жанрових особливостей та частотності інформаційного й розважального контенту українських телеканалів у період повномасштабної війни. Порівняльний метод використано для зіставлення функціональних характеристик телебачення в довоєнний та воєнний періоди з метою виявлення ключових трансформацій. Структурно-функціональний аналіз дав змогу окреслити зміни у виконанні інформаційної та розважальної функцій і їх роль у суспільній комунікації в кризових умовах. Дискурс-аналіз застосовано для дослідження мовних, нарративних і смислових стратегій телевізійного контенту, спрямованих на формування громадської думки та емоційної стабільності аудиторії. Узагальнення й систематизація результатів дозволили сформуувати цілісне бачення ролі українського телебачення в умовах повномасштабної війни.

**Результати й обговорення.** Проблеми медіарольових трансформацій у період криз розглядаються в низці сучасних досліджень. Дослідження медіа під час революційних та воєнних подій показують, як інформаційні інституції стають активними учасниками формування суспільного нарративу, зокрема в контексті війни та інформаційних воєн. Аналітичні підходи до вивчення медіаманіпуляцій у кризові періоди розглядаються в працях, присвячених Євромайдану та інформаційній війні на Донбасі. Більш конкретні аспекти інтегрованих інформаційних платформ і телемарафонів у контексті повномасштабної війни описані в моніторингах і наукових публікаціях, які фіксують появу телемарафону як приклад трансформації традиційного телемовлення. У сучасній українській науковій літературі питання функціонування медіа в умовах війни розглядається через призму як інформаційної безпеки, так і соціально-психологічної підтримки суспільства. Важливим підґрунтям для розуміння трансформації телевізійного контенту є праці, що аналізують роль медіа у формуванні суспільних нарративів під час військових конфліктів. Адже медіа в умовах війни стають не лише джерелом інформації, а й активним учасником інформаційного протистояння, виконують функцію формування національної ідентичності,

консолідації суспільства та протистояння пропаганді [4].

Праці, присвячені безпосередньо телемарафонам та їх впливу на аудиторію, дозволяють розглядати питання з емпіричного погляду: вивчають механізми формування суспільного нарративу через телемарафони, їхню роль у консолідації населення та протидії інформаційній агресії. Телемарафон визначається не лише як джерело новин, а і як інструмент психологічної підтримки, оскільки створює відчуття єдності та контролю над ситуацією [5]. Такий підхід підтверджує тезу про те, що інформаційна функція медіа в умовах війни не може існувати ізольовано від потреби аудиторії у психологічній стабільності.

Порівняльний аналіз національних і регіональних телемарафонів у статті О. Галіва переконує, що телемарафон — це не лише форма трансляції новин, а й механізм інформаційної мобілізації та комунікації між центром і регіонами. Автор звертає увагу на те, що регіональні марафони часто мають специфічні акценти, пов'язані з локальними потребами, тоді як національний формат є більш уніфікованим і спрямованим на формування єдиного інформаційного простору [1]. Такий підхід важливий для розуміння, чому саме створення єдиного телемарафону стало можливим і необхідним у 2022 році.

Щодо безпосередньої трансформації телевізійного контенту науковці досліджують, як змінилися жанри, темп і структура новинних програм [3], як під впливом воєнних умов змінюються редакційні підходи: посилюється роль оперативних повідомлень, зростає кількість прямих включень, з'являються спеціальні формати пояснення подій, а також підвищується вимога до перевірки інформації [7]. Таким чином, телемарафон виконує не лише інформаційну, а й комунікативну функцію, знижуючи рівень невизначеності та страху серед аудиторії.

Крім цього, вирізняються дослідження професійних стандартів журналістики в умовах війни [2], а також загальних принципів побудови новинного контенту й редакційних стратегій, що дозволяє здійснити порівняння довоєнного та воєнного періодів [6].

Наприклад, аналітика редакційних стратегій українських новинних програм у довоєнний період дозволяє простежити, які жанрові та структурні елементи були характерні для телевізійної журналістики до 2022 року і як вони змінилися під впливом воєнної реальності. У цьому контексті важливим є також моніторинг міжнародних організацій, зокрема

ЮНЕСКО, яке в межах досліджень стану медіа в Україні в умовах війни фіксує не лише інформаційні, а й економічні та організаційні зміни в медіасекторі, що впливають на виробництво контенту.

Таким чином, інформаційна функція українського телебачення під час війни посилилася і стала домінантною, тоді як розважальний контент трансформувався, щоб відповідати потребам аудиторії у психологічній підтримці. Огляд праць засвідчив як теоретичні аспекти медійних нарративів, так і емпіричні дані щодо сприйняття аудиторії та редакційних практик, що дозволяє комплексно аналізувати трансформацію телевізійного контенту в умовах повномасштабної війни.

24 лютого 2022 року численні українські телеканали об'єднали свої зусилля в межах спільного інформаційного марафону «Єдині новини», що забезпечує цілодобове мовлення новин про війну, оперативні події та суспільно важливу інформацію для глядачів по всій країні [8]. У марафоні беруть участь сотні українських мовників, серед яких «1+1», «ICTV», «Інтер», «Рада», «Суспільне Новини», «Ми — Україна» та інші.

«1+1 Media» адаптували свою програмну політику: головний канал «1+1» віддав ефір під марафон, транслюючи новини та аналітику. Водночас 24 грудня 2022 року «1+1 Україна» запустив трансляцію розважального та культурного контенту, який був актуальним для глядачів у мирний час [9]. Інший великий мовник «ICTV» також зосереджений переважно на інформуванні. Розважальні формати періодично повертаються на окремі часові слоти або тематичні канали групи, адже потреби аудиторії в різноманітності жанрів зберігаються.

Окрім того, українське телебачення містить значну кількість спеціалізованих розважальних каналів — «Новий канал», «ТЕТ», «Бігуді», «ОЦЕ», «Квартал TV», «Супермама», «Pixel» та ін., які традиційно наповнюють ефір комедійними шоу, серіалами, дитячим контентом, музичними програмами тощо.

Об'єднання в рамках національного телемарафону «Єдині новини» суттєво вплинуло на програмну політику українських телеканалів [11]: їхній ефір практично цілодобово заповнений новинами, аналітикою, прямими включеннями з місць подій та роз'ясненнями щодо важливих державних рішень. Так, «1+1», «ICTV», «Інтер», «Суспільне Новини» і «Рада» фактично віддали ефір під марафон, де головними форматами стали інформаційні блоки, що повторюються, але з оновленим змістом упродовж дня,

та спеціальні випуски, присвячені критичним подіям [12]. Програми мають чітку тематику: безпека, ситуація на фронті, евакуація, гуманітарна допомога, економічні наслідки війни, міжнародна підтримка, а також звернення влади та офіційні повідомлення. Такий контент виконує насамперед інформаційну функцію — забезпечує громадян оперативною інформацією, формує єдине інформаційне поле та протидіє дезінформації [10].

У межах марафону чітко простежується домінування новинних блоків, які побудовані за принципом «сигнального» інформування: короткі, зрозумілі, максимально конкретні повідомлення, що не потребують тривалого перегляду. У цьому контексті особливо важливими є програми з прямими включеннями з різних регіонів та фронту, а також випуски, що пояснюють рішення влади або правила поведінки під час тривоги. Такі формати мають практичну функцію: не лише інформують, а й дають інструкції, знижують рівень невизначеності та допомагають громадянам орієнтуватися в умовах кризи [3]. Паралельно з новинними блоками в марафоні з'являються аналітичні програми, які структурують події, пояснюють їхній контекст, причини та наслідки, що є важливим для формування стійкого суспільного наративу.

У розважальних відповідниках великих медіагруп простежується інша логіка: канал «1+1 Україна» пропонує глядачам переважно легкий контент — ранкові шоу, гумористичні формати, ток-шоу, серіали та культурні програми. Тематика цих програм часто пов'язана з повсякденним життям, історіями людей, культурними подіями та гумором, що дозволяє глядачам відволіктися від постійного інформаційного тиску. У воєнний час такий контент виконує не лише розважальну функцію, а й психологічну: він допомагає зберігати емоційну стабільність, підтримує моральний дух, створює відчуття нормальності та надії. Також у програмах розважального характеру часто присутній елемент соціальної підтримки — історії про волонтерство, допомогу армії, соціальні ініціативи.

На каналах, які не входять до марафону, але продовжують мовлення в розважальному форматі, зберігається традиційна тематика: комедії, ситками, шоу, музичні програми, реаліті, а також контент для молодіжної аудиторії. Канали «ТЕТ», «Новий канал», «Квартал TV» та «ОЦЕ TV» продовжують виробляти і транслювати контент, що відповідає їхнім жанровим профілям, але водночас у воєнний час ці формати часто мають підсилюючі елементи:

гумор стає більш «підтримуючим», теми реаліті та шоу набувають соціально-психологічного забарвлення, а музичні програми інколи присвячені підтримці військових чи волонтерів. Вважаємо, що такий контент виконує функцію «морального ресурсу», оскільки дозволяє глядачам отримувати емоційне розвантаження, зберігати соціальні зв'язки та підтримувати почуття національної єдності.

«1+1 Україна» як канал-«паралель» до основного мовника пропонує програми, які можна умовно поділити на кілька груп. Перша — ранкові шоу, що нагадують довоєнні проекти, але з адаптацією до нових реалій: про життя людей, практичні поради, інтерв'ю з відомими українцями та історії про допомогу. Друга група — гумористичні програми та шоу, де особливий акцент робиться на підтриманні морального духу. Третя група — серіали та драматичні проекти, які створюють відчуття «нормального життя», підтримують культурну ідентичність

та забезпечують відпочинок від постійного новинного фону.

Інші розважальні канали, що не входять до марафону, також адаптували свій контент під воєнні реалії. Наприклад, «ТЕТ» продовжує транслювати комедійні шоу та ситками, але водночас контент стає більш «підтримуючим», з меншим акцентом на легковажність і більше — на гумор, що об'єднує. «Новий канал» зберігає реаліті-формати та розважальні шоу, проте їхні теми часто пов'язані з соціальними історіями, волонтерством і підтримкою людей у складних обставинах. «Квартал TV» продовжує показувати комедійні програми, стендапи та гумористичні випуски, але їх зміст часто набуває сатиричного, патріотичного забарвлення. «ОЦЕ TV» та інші тематичні канали групи продовжують транслювати серіали та розважальні програми, які у воєнний час виконують функцію емоційного відновлення та збереження культурного контенту (табл. 1).

Таблиця 1

### Структура телевізійного контенту українських каналів у 2022–2025 рр.

Канал / платформа	Тип контенту	Приклади програм / форматів	Функціональна роль у воєнний час
<i>1+1 (United News)</i>	Інформаційний марафон	United News (24/7), спецвипуски	Оперативне інформування, аналітика
<i>1+1 Ukraine</i>	Розважальний	Ранкові шоу, гумор, серіали, токшоу	Психологічна підтримка, культурний контент
<i>ICTV (United News)</i>	Інформаційний марафон	Новини, аналітичні блоки	Інформаційна стабільність
<i>Inter (United News)</i>	Інформаційний марафон	Підсумкові випуски, прямі включення	Оперативні новини
<i>Suspilne Novyny</i>	Інформаційний	Новини, офіційні повідомлення	Суспільно значуща інформація
<i>Rada</i>	Інформаційний	Парламентські трансляції, новини	Законодавчий і офіційний контент
<i>ТЕТ</i>	Розважальний	Комедії, ситками, шоу	Емоційне розвантаження
<i>Новий канал</i>	Розважальний	Реаліті, гумор, музичні шоу	Молодіжний розважальний контент
<i>Квартал TV</i>	Розважальний	Гумористичні програми	Підтримка морального духу
<i>ОЦЕ TV</i>	Розважальний	Серіали, шоу	Культурна та розважальна функція

**Висновки та перспективи дослідження.** Українське телебачення в умовах повномасштабної війни продемонструвало високу адаптивність і здатність до швидкої трансформації, що відображає не лише зміни в програмній сітці, але й глибші зміни в соціальній ролі медіа. В умовах, коли держава й суспільство опинилися у стані війни та інформаційної нестабільності, телебачення стало одним із ключових інструментів, який забезпечує комунікацію між владою, армією, волонтерами та громадянами. Важливо підкреслити, що у воєнний час українські телеканали не просто інформують — вони виконують роль національного механізму

мобілізації, консолідації та психологічної підтримки, що робить їхню діяльність стратегічно важливою для виживання суспільства в кризі.

Найяскравішим проявом цієї трансформації стала поява цілодобового телемарафону «Єдині новини», який об'єднав численних мовників навколо ідеї створення єдиного інформаційного поля. Такий формат дозволив не лише забезпечити постійний доступ до перевіреної та актуальної інформації, але й сформував єдину інформаційну платформу, що є важливим чинником національної безпеки. У цьому контексті інформаційна функція телебачення під час війни виявляється багатовимірною. По-перше, це

оперативне інформування про події на фронті, безпеку, евакуацію, гуманітарну допомогу, рішення влади та міжнародну підтримку. По-друге, це аналітична функція, коли телебачення не лише повідомляє факти, а й пояснює їх, допомагає аудиторії орієнтуватися в складних процесах, розуміти причини та наслідки подій. По-третє, це комунікативна функція, оскільки телебачення забезпечує зв'язок між різними групами суспільства, формує спільний дискурс і сприяє консолідації громадян навколо спільних цінностей. І, нарешті, інформаційна функція має також емоційно-психологічний вимір: стабільний інформаційний потік допомагає зменшити рівень тривоги, страху та невизначеності, що є критично важливим у военний час.

Водночас важливо зазначити, що розважальний контент не зник, а навпаки — трансформувалася і набув нових функцій. У перші місяці війни багато каналів зупинили звичне мовлення, але згодом з'явилися розважальні платформи та канали-відповідники, які взяли на себе роль збереження культурного простору. Розважальні програми, шоу, серіали та музичні формати почали виконувати функцію психологічної підтримки, забезпечуючи глядачам можливість емоційного відпочинку та відновлення. У ситуації, коли люди постійно перебувають під впливом стресу та тривоги, такі програми стають не просто «розвагою», а важливим елементом виживання. Вони допомагають підтримувати нормальний ритм життя, зберігати соціальні зв'язки та відчуття культурної ідентичності, що є важливим чинником стійкості суспільства.

Розважальний контент у военний час також набуває соціально-значущої функції. Часто в програмах з'являються сюжети про волонтерство, підтримку військових, історії людей, які долають труднощі. Це дозволяє формувати соціальну солідарність і підсилювати громадянську відповідальність. У багатьох випадках розважальні формати стають платформою для об'єднання суспільства навколо ідеї допомоги та взаємопідтримки. Таким чином, розважальне телебачення під час війни виконує не лише функцію емоційного розвантаження, а й функцію соціальної мобілізації.

Отже, інформаційна та розважальна функції українського телебачення в умовах повномасштабної війни не суперечать, а взаємно доповнюють одна одну, утворюючи єдину медійну екосистему. Така трансформація засвідчує, що українське телебачення не лише адаптується до нових умов, але й активно формує механізми виживання та розвитку суспільства в умовах війни.

#### Список використаних джерел

1. Галів О. Національний та регіональний телемарафони під час війни: порівняльна характеристика. *Журналістика*. 2023. Вип. 1. № 5. С. 3–10. DOI: 10.23939/sjs2023.01.001.
2. Кількість глядачів телемарафону «Єдині новини» зросла до 53 % : дослідження «Інтерньюз-Україна». *Detector Media*. 23.09.2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/244352/2025-09-23-kilkistglydachiv-telemarafonu-iedyni-novyny-zrosla-do-53-doslidzhennya-internyuz-ukraina> (дата звернення: 26.01.2026).
3. Kitsa M. The Attitude of Young Audiences to the National Telethon during the War. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University: journalism*. 2024. No. 2. Pp. 16–23. DOI: 10.23939/sjs2024.02.016.
4. Левченко О., Білан О. Телевізійна журналістика в умовах воєнного стану. *Вісник Київського національного ун-ту культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2023. № 1. С. 1–15. DOI: 10.31866/2617-2674.6.1.2023.279229.
5. Пиріг Я. А. Українські медіа в умовах воєнного стану (2022–2024) : кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр за спеціальністю 6.061.00.00 «Журналістика». Львів, 2024. 90 с.
6. Соломін Є. Телебачення Луганщини між війною інформаційною та повномасштабною: знищене відродження. *Образ*. 2023. № 1 (41). С. 16–24. DOI: 10.21272/Obraz.2023.1(41)-16-24.
7. Субота Є. Вплив телебачення та соціальних мереж на формування медіа реальності. *Український інформаційний простір*. 2020. № 5. С. 243–252. DOI: 10.31866/2616-7948.1(5).2020.206132.
8. Телемарафону довіряють 71 % українців. *Укрінформ*. 26.10.2025. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3781760-telemarafonu-doviraut-71-ukrainciv.html> (дата звернення: 26.01.2026).
9. «Єдині новини» продовжують розвивати мовлення у военний час. *УНІАН*. 03.05.2024. URL: <https://www.unian.ua/society/yedini-novini-prodovzhuyut-rozvivati-movlennya-u-voynennyi-chas-12624750.html> (дата звернення: 26.01.2026).
10. Goulliev Z. Propaganda and information dissemination in the Russo-Ukrainian war: natural language processing of Russian and Western Twitter narratives. *arXiv electronic preprint*. 2025. URL: <https://arxiv.org/abs/2506.01807> (дата звернення: 26.01.2026).
11. Nordenstreng K., Pasti S., & Zhang T. Coverage of the Russia–Ukraine War by Television News. *International Journal of Communication*. 2023. Vol. 17. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21492> (дата звернення: 26.01.2026).
12. Solomon H. A. (ed.). *Television and the War in Ukraine: Narratives from 11 Countries*. London: Bloomsbury Academic, 2024. 280 p. URL: <https://www.bloomsbury.com/us/television-and-the-war-in-ukraine-9781666967883/> (дата звернення: 26.01.2026).

## References

- UNIAN. (2024, May 3). "Yedyni novyny" prodovzhuyut rozvyvaty movlennia u voiennyi chas. [in Ukrainian].  
<https://www.unian.ua/society/yedini-novini-prodovzhuyut-rozvyvaty-movlennya-u-voennyi-chas-12624750.html>
- Gouliev, Z. (2025). Propaganda and Information Dissemination in the Russo-Ukrainian War: Natural language processing of Russian and Western Twitter narratives. *arXiv*.  
<https://arxiv.org/abs/2506.01807>
- Galiv, O. (2023). Natsionalnyi ta rehionalnyi telemarafony pid chas viiny: porivnialna kharakterystyka [National and Regional Telemarathons during the War: Comparative analysis]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University: journalism*, 1(5), 3–10 [in Ukrainian].  
<https://doi.org/10.23939/sjs2023.01.001>
- Detector Media. (2025, September 23). Kilkist hliadachiv telemarafonu "Yedyni novyny" zroslo do 53%: Doslidzhennia "Internews-Ukraina". [in Ukrainian].  
<https://detector.media/infospace/article/244352/2025-09-23-kilkist-glyadachiv-telemarafonu-iedyni-novyny-zroslo-do-53-doslidzhennya-internyuz-ukraina>
- Kitsa, M. (2024). The Attitude of Young Audiences to the National Telethon during the War. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University: journalism*, 2(8), 16–23.  
<https://doi.org/10.23939/sjs2024.02.016>
- Levchenko, O., & Bilan, O. (2023). Televiziina zhurnalistyka v umovakh voiennoho stanu [TV Journalism under Martial Law]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Arts and Production*, 6(1), 20–28 [in Ukrainian].  
<https://doi.org/10.31866/2617-2674.6.1.2023.279229>
- Nordenstreng, K., Pasti, S., & Zhang, T. (2023). Coverage of the Russia–Ukraine War by Television News. *International Journal of Communication*, 17.  
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21492>
- Pyrih, Ya. A. (2024). Ukrainski media v umovakh voiennoho stanu (2022–2024) [Ukrainian Media under Martial Law (2022–2024)]. (Master's thesis). Lviv [in Ukrainian].
- Solomin, Ye. (2023). Telebachennia Luhanshchyny mizh viinoiu informatsiinoiu ta povnomashtabnoiu: znyshchene vidrodzhennia [Television of Luhansk Region between Information and Full-Scale War: Destroyed revival]. *Obraz*, 1(41), 16–24 [in Ukrainian].  
[https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1\(41\)-16-24](https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1(41)-16-24)
- Solomon, H. A. (Ed.). (2024). Television and the War in Ukraine: Narratives from 11 countries. *Bloomsbury Academic*.  
<https://www.bloomsbury.com/us/television-and-the-war-in-ukraine-9781666967883/>
- Subota, Ye. (2020). Vplyv telebachennia ta sotsialnykh merezh na formuvannia media realnosti [The Influence of Television and Social Media on Shaping Media Reality]. *Ukrainian Information Space*, 1(5), 243–252 [in Ukrainian].  
[https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(5\).2020.206132](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(5).2020.206132)
- Ukrinform. (2025, October 26). *Telemarafonu doviriavut 71% ukrainsiv*. [in Ukrainian].  
<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3781760-telemarafonu-doviraut-71-ukrainciv.html>

Стаття надійшла до редакції: 27.01.2026.