

**Світлана ПОРОЖНА**,  
здобувач ступеня «доктор філософії»  
за спеціальністю 061 «Журналістика»,  
викладач кафедри кіно- і телемистецтва  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка

<https://orcid.org/0009-0004-3892-2307>  
Svetlana\_622\_643@proton.me

**Svitlana POROZHNA**,  
PhD Candidate in Journalism (Specialty 061),  
Lecturer at the Department of Film and Television Arts,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv  
(Kyiv, Ukraine)

## КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИЙ КОНТЕНТ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

### CULTURAL AND ARTISTIC CONTENT ON UKRAINIAN TELEVISION: TRENDS, CHALLENGES AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Сучасний український телепростір зазнає суттєвих трансформацій під впливом суспільно-політичних подій, цифровізації та зміни медіановедінки аудиторії. В умовах воєнної агресії та глобальної конкуренції за увагу глядача культурно-мистецький контент набуває особливої ваги як елемент гуманітарної безпеки, засіб формування колективної пам'яті, репрезентації національної ідентичності та підтримки творчих практик. Метою статті є комплексний аналіз динаміки культурно-мистецького контенту на українському телебаченні, визначення його функціонально-ціннісного навантаження та окреслення напрямів стратегічного зміцнення культурного сегмента в умовах медіаконвергенції та цифрової трансформації. Методологічну основу дослідження складають системний і контент-аналіз, порівняльний медіамоніторинг рейтингів телеперегляду, інструменти структурно-функціонального підходу, а також елементи медіалогічного та культурологічного аналізу. Емпіричну базу становлять показники телеперегляду за квітень — серпень 2025 року, контентні характеристики флагманських культурних телепроектів та дані про зміни у структурі телекористування, зокрема розвиток FAST-форматів. Результати дослідження засвідчують, що попри домінування новинних і розважальних жанрів, культурно орієнтовані програми формують стійкі смислові ядра телепростору: суспільне мовлення забезпечує функцію культурної пам'яті та інтелектуального дискурсу; національні талант- та музичні шоу виконують роль масового культурного комунікатора; документалістика й історичні цикли відновлюють історичну тяглість та зміцнюють ідентифікаційні практики. Встановлено тенденцію зростання запиту на змістовність, фрагментовані тематичні формати та мультиплатформність споживання контенту. Запропоновано комплекс стратегічних рішень для посилення культурного мовлення: створення конкурсних державних інструментів підтримки, розвитку coproduction-моделей, впровадження культурних квот у прайм-тайм, запуск тематичного FAST-каналу української культури, формування відкритого відеоархіву культурного контенту та розвиток освітніх програм для продюсерів і режисерів документалістики.

**Ключові слова:** медіакультура, культурна пам'ять, гуманітарна стійкість, документалістика, суспільне мовлення, національна ідентичність.

The contemporary Ukrainian television landscape is undergoing profound transformation driven by socio-political factors, digitalization, and shifts in audience media consumption patterns. In the context of military aggression and global competition for viewer attention, cultural and artistic television content acquires exceptional importance as an instrument of humanitarian security, a means of preserving collective memory, representing national identity, and supporting creative practices. The purpose of this article is to provide a comprehensive analysis of the dynamics of cultural and artistic content on Ukrainian television, determine its functional and value-oriented role, and outline strategic directions for strengthening

*the cultural media segment under conditions of media convergence and digital transformation. The methodological framework of the study includes systemic and content analysis, comparative media monitoring of television audience ratings, tools of the structural-functional approach, and elements of media and cultural studies. The empirical basis comprises audience data for April–August 2025, content characteristics of flagship cultural television projects, and indicators of shifts in media consumption patterns, particularly the expansion of FAST-formats. The findings reveal that despite the dominance of news and entertainment genres, culturally-oriented programming forms stable semantic cores in the television space: public broadcasting ensures the preservation of cultural memory and the development of intellectual discourse; national talent and music shows act as mass cultural communicators; documentary and historical cycles restore cultural continuity and strengthen identity-building practices. The study confirms a growing demand for meaningful content, fragmented thematic formats, and multi-platform consumption. A set of strategic solutions for strengthening cultural broadcasting is proposed, including the establishment of state grant mechanisms, development of co-production models, introduction of cultural programming quotas in prime-time slots, launch of a dedicated FAST channel of Ukrainian culture, creation of an open digital archive of cultural audiovisual heritage, and development of educational programmes for producers and documentary filmmakers.*

**Keywords:** media culture, cultural memory, humanitarian resilience, documentary film, public broadcasting, national identity.

© Порожна С., 2026

**Вступ.** Сучасний український медіапростір переживає глибоку трансформацію, зумовлену поєднанням воєнних умов, інформаційних викликів та інтенсивного розвитку цифрових платформ. У такому середовищі телевізійний контент набуває функції не лише інструмента масової комунікації, а й механізму формування національної ідентичності, суспільної стійкості та культурної суб'єктності [1]. Особливої ваги набуває культурно-мистецьке мовлення, яке забезпечує збереження й осмислення історичної пам'яті, представлення культурних практик, підтримку творчого середовища та інтеграцію українського культурного нарративу у глобальний контекст [2, с. 234]. Водночас аналіз ринку свідчить про обмежену присутність культурного контенту в телеєфірі та високу конкуренцію з боку розважальних жанрів і цифрових платформ.

В умовах війни та світової медіаконкуренції постає потреба у визначенні оптимальних моделей функціонування культурного телепродукту, оцінці його впливу на суспільні процеси та розробленні стратегічних механізмів підтримки [3]. Це зумовлює наукову й практичну актуальність дослідження, спрямованого на комплексне осмислення культурно-мистецького сегмента українського телебачення в контексті медіадинаміки та державної гуманітарної політики.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Сучасні дослідження засвідчують посилення ролі культурно-мистецького контенту в українському медіапросторі як чинника формування гуманітарної стійкості та національної ідентичності. О. Голіцин та В. Фролова підкреслюють, що у воєнний період структура медіаспоживання

істотно трансформується: аудиторія переорієнтовується на цифрові платформи, інформаційно-аналітичний контент та соціально значущі комунікації, що підсилює запит на глибинний культурний зміст [4, с. 129]. Розвиток сучасних розважальних форматів у проекції на культурну складову висвітлює М. Гармель, який зазначає еволюцію від традиційних телевізійних шоу до мультимедійних продуктів, що інтегрують освітні й культурні елементи та активно використовують соціальні мережі [5, с. 94]. Водночас М. Соклаков акцентує на тому, що соціальні медіа стали простором зіткнення альтернативних ідентифікаційних нарративів і цифрового спротиву, де формується нова система культурного самовираження під час війни [6, с. 49]. Історичний контекст становлення культурних телепрограм детально систематизує А. Литвиненко, доводячи, що сталість культурно-мистецьких форматів визначається фінансовою підтримкою, чіткою програмною стратегією та адаптивністю до нових моделей дистрибуції [2, с. 235]. Також нею досліджено динаміку зростання інтересу суспільства до національного культурного контенту, зокрема підкреслено, що українські ютуб-канали, орієнтовані на мистецтво та культурну спадщину, активно зміцнюють інформаційний фронт і сприяють контрпропагандистським практикам [7, с. 25]. Подібні тенденції в ширшому культурному контексті аналізують Б. Іваницька та колеги, які фіксують зростання культурної різноманітності у медіа та трансформацію форм подачі — від класичних освітніх сюжетів до гастрономічних символів, цифрових мемів та культурної попкомунікації [1]. Комплексний вплив правових і соціально-комунікаційних чинників

на медіасферу України окреслено у роботі В. Георгієвської та колеґ, які наголошують на необхідності модернізації нормативного поля та підтримки соціально відповідального мовлення [8, с. 32]. Значення культурної дипломатії та креативних індустрій у формуванні міжнародної суб'єктності України розкриває Х. Плещан, яка розглядає творчі проекти й діяльність діаспори як ключові механізми культурного впливу [9, с. 4]. Регіональний медіавимір представлений у дослідженні Т. Струтинської, що підкреслює роль місцевого телемовлення у висвітленні соціально-економічної проблематики війни та формуванні громадського діалогу [10, с. 50]. У контексті розвитку інноваційних медіапродуктів Н. Романюк акцентує на значенні маркетингової документації для ефективного управління культурними проектами та адаптації їх до конкурентних умов креативної економіки [11, с. 55]. Доповнює спектр наукових підходів дослідження А. Сендецького, який аналізує репрезентацію українського театрального середовища в польських медіа, наголошуючи на важливості міжнародного культурного діалогу як інструмента формування позитивного іміджу України [12].

Таким чином, сучасний науковий дискурс підтверджує стратегічну роль культурно-мистецького контенту в українському медіапросторі, адже він забезпечує символічний суверенітет, підтримує культурну суб'єктність та формує стійкі національні наративи в умовах війни й цифрової трансформації. Водночас наявні дослідження лише частково охоплюють специфіку культурно-мистецького сегмента лінійного телебачення, залишаючи недостатньо розкритими питання трансформації телевізійних форматів, поведінкових змін аудиторії під впливом інформаційної мобілізації та ролі телепроектів у підтримці культурної пам'яті в умовах гібридної війни. Недостатньо вивченими залишаються й механізми взаємодії традиційного мовлення з цифровими платформами («Ютуб», FAST, соцмережі) та інституційні умови сталого виробництва культурного контенту. З огляду на це наше дослідження спрямоване на комплексний аналіз динаміки культурно-мистецького контенту українських телеканалів у період воєнного стану, виявлення змін у структурі телеперегляду, визначення ключових форматів культурного мовлення та оцінювання їхнього внеску в збереження ідентичності, культурної пам'яті й суспільної стійкості. Особливу увагу приділено емпіричному аналізу рейтингів, жанрової структури ефіру та прикладів фланманських телепроектів, що дозволяє окреслити

перспективи розвитку культурного сегмента українського телебачення.

**Мета та завдання дослідження.** Мета дослідження — комплексний аналіз ролі культурно-мистецького контенту на українському телебаченні, оцінка його впливу на формування культурної ідентичності та суспільної стійкості, виявлення тенденцій і викликів у розвитку культурного мовлення та обґрунтування стратегічних механізмів його посилення в умовах цифрової трансформації та воєнних викликів. **Завдання дослідження:** 1) проаналізувати структуру та динаміку культурно-мистецького контенту на українському телебаченні у контексті воєнного часу, з урахуванням його ролі у формуванні національної ідентичності, культурної пам'яті та гуманітарної стійкості суспільства; 2) дослідити трансформацію моделей медіаспоживання в Україні за результатами Gradus Research (2024) та рейтингів Big Data UA (2025), визначивши особливості зміщення інтересів аудиторії від інформаційного до розважального контенту та фактори, що впливають на ці зміни; 3) оцінити перспективи розвитку культурно-мистецького мовлення в умовах цифрової конвергенції, зокрема інтеграцію традиційного телебачення з OTT-, FAST- і стрімінговими платформами, а також потенціал гібридної моделі споживання контенту для підтримання культурної комунікації.

**Методологія дослідження** ґрунтується на міждисциплінарному підході та поєднує інструменти медіалогії, культурології, соціальної комунікації й аналітики аудіовізуального ринку. Для досягнення комплексності застосовано змішану методіку, що об'єднує кількісні та якісні методи й дозволяє простежити як структурні, так і змістові трансформації культурно-мистецького контенту українського телебачення в умовах воєнного часу та цифрової конвергенції. Емпіричну базу сформували дані панелі телеперегляду Big Data UA за квітень — серпень 2025 р., а також результати загальнонаціонального опитування Gradus Research (жовтень 2024 р., N=1050, репрезентативна вибірка дорослого населення), проведеного у співпраці з Kwendi, Suspilne та OMD Optimum Media Ukraine. Критеріями включення у вибірку були: регулярність мовлення, культурно-мистецька тематика, наявність лінійної або мультиплатформної дистрибуції та доступність ефірних матеріалів для контент-аналізу. Окремо виділено блок програм суспільного мовника як носіїв культурно-просвітницької місії. Обробка даних передбачала: порівняння часток аудиторії каналів у динаміці; аналіз жанрової

структури телеперегляду; визначення поведінкових трендів за каналами споживання (лінійне ТБ, ютуб, OTT, FAST). Для статистичної верифікації та очищення даних використано Microsoft Excel, що забезпечило перевірку стабільності трендів і нівелювання випадкових коливань. Контент-аналіз культурно-мистецьких телепрограм включав кодування тематичних доміант, форматних рішень, нарративних стратегій та механізмів конструювання культурних смислів. Окремо оцінювався вплив зовнішніх чинників: воєнного стану, інформаційної мобілізації суспільства, домінування месенджерів і відеоплатформ, а також зміщення медіаспоживання в бік короткоформатного цифрового та FAST-контенту. Поєднання кількісних і якісних методів дозволило виявити як динаміку теледивлення, так і змістові трансформації культурного та документального мовлення, яке відіграє ключову роль у формуванні гуманітарної стійкості України в умовах війни.

**Результати й обговорення.** Культурно-мистецький телевізійний контент у науковій літературі розглядається як сукупність аудіо-візуальних продуктів, спрямованих на репрезентацію та осмислення національної і світової культури через форми мистецької, історичної, музичної, літературної та документальної творчості [1]. До нього належать програми, що відтворюють мистецькі події, інтерпретують культурні процеси, популяризують українську спадщину, формують естетичний смак і стимулюють суспільний діалог щодо культурних цінностей. У сучасному медіапросторі цей сегмент охоплює як традиційні телевізійні формати — документальні фільми, культурно-аналітичні програми, музичні та театральні трансляції, історичні цикли, так і гібридні моделі, що поєднують розважальні та просвітницькі елементи [5, с. 96].

Телебачення як провідний канал масової комунікації виконує важливу функцію формування національної ідентичності. Через репрезентацію історичних сюжетів, національних символів, культурних традицій і постатей телевізійний контент впливає на колективну пам'ять і конструювання спільного культурного нарративу [4, с. 130]. Для України цей аспект набуває особливої ваги в умовах російсько-української війни, коли медіа стають інструментом захисту інформаційного суверенітету, протидії культурній агресії та зміцнення національної єдності [2, с. 236]. Крім того, культурно-мистецьке телемовлення виступає важливим елементом культурної дипломатії. Воно забезпечує представлення української культури

на зовнішньому рівні, сприяє формуванню міжнародного іміджу держави, підтримує культурний діалог і демонструє цінності демократичного суспільства [9, с. 13]. В умовах глобальних трансформацій та цифрової конвергенції телевізійний контент, зокрема документальні цикли, фестивальні трансляції й міжнародні копродукції, стає платформою для промоції українського мистецького продукту на світовій арені [9, с. 13]. Тож, культурно-мистецький контент на українському телебаченні виконує системоутворювальну роль у формуванні національної пам'яті, ідентичності та культурного капіталу суспільства, забезпечуючи інтеграцію культурних смислів у медіапростір і підтримуючи стійкість культурної екосистеми держави.

У структурі українського телепростору інформаційний сегмент зберігає стратегічне значення, особливо в умовах воєнної агресії, коли оперативність, аналітичність та фактологічність новин стають ключовими елементами інформаційної безпеки. Зростання частки новин у 2025 році підтверджує стійкий суспільний запит на достовірну публічну інформацію [13]. Водночас дані Gradus Research (жовтень 2024) засвідчують суттєву зміну медіаповедінки: вперше за роки війни розважальний контент випередив новинний (79 % проти 68 %), тоді як музичні (63 %) і документальні формати (54 %) демонструють стабільну популярність [14]. Споживання новин значною мірою перемістилося у цифровий сегмент — телеграм та інші месенджери (75 %), соціальні мережі (56 %) і відеоплатформи (51 %). Розважальний контент домінує на ютубі та суміжних сервісах (63 %), що характерно для молодшої аудиторії. Такі зсуви відображають ефект «news fatigue» та потребу в емоційній регенерації, однак в українському контексті новинна активність не знижується, а переходить у формат оперативних цифрових оновлень, поєднуючись із зростанням запиту на культурно-рефлексивний контент. Це формує гібридну модель медіаспоживання, де швидкі комунікаційні канали співіснують із зростаючим інтересом до документалістики, музичних і освітніх форматів, що підсилює роль телебачення як інструмента гуманітарної стійкості та збереження культурної спадщини. Паралельно телемедіапростір інтегрується у глобальні цифрові моделі: сегмент FAST-телебачення — безкоштовного тематичного перегляду через OTT-платформи, SMART-TV та мобільні застосунки — демонструє стрімку динаміку (рис. 1).

Загалом тенденції телеперегляду у квітні — серпні 2025 року демонструють системну зміну

медіаспоживання в Україні, зумовлену воєнними трансформаціями та розвитком цифрових платформ. FAST-канали поступово формують нову модель доступу до контенту, конкуруючи з лінійним мовленням завдяки безкоштовності,

тематичній спеціалізації та інтеграції в OTT-сервіси й SMART-TV. Їх зростання відображає запит аудиторії на структурований і водночас персоналізований перегляд, який поєднує переваги телебачення та гнучкість онлайн-середовища.

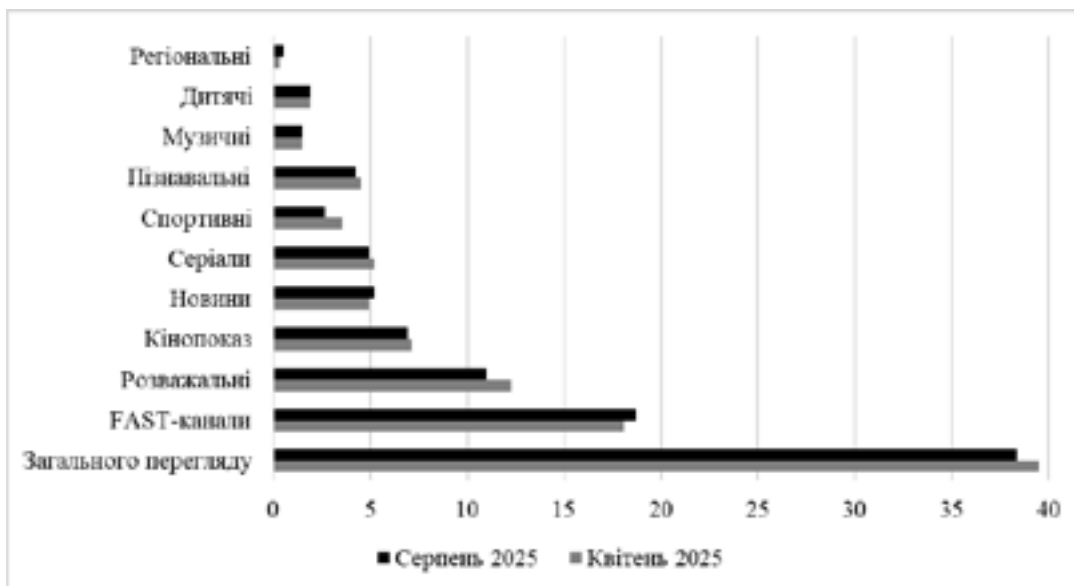


Рис. 1. Динаміка груп каналів (Shr %). Джерело: побудовано за: [13; 14; 15]

На цьому тлі розважальний сегмент демонструє зниження частки, що зумовлено зміною пріоритетів аудиторії, посиленням інформаційної функції медіа в умовах воєнної загрози та конкуренцією з боку онлайн-сервісів і короткоформатних відеоплатформ. Зміцнення позицій інформаційного сегмента підтверджує стійкий запит на оперативні факти, аналітику та суспільно важливий контент, необхідний для формування громадянської позиції та підтримання інформаційної безпеки. Попри стабільний інтерес до пізнавальних форматів, культурно-мистецький контент залишається інтегрованим

переважно в освітні й документальні напрями та характеризується низькою питомою вагою у загальному телепросторі. Це свідчить про обмежені можливості доступу глядачів до культурного продукту в межах традиційного мовлення й актуалізує потребу державної та інституційної підтримки культурного виробництва, розвитку суспільного мовника та пошуку нових дистрибуційних моделей. Узагальнена динаміка груп каналів подана на рис. 2, що дозволяє візуалізувати основні зрушення та конкретизувати роль культурно-мистецького сегменту в сучасній телемедійній екосистемі України.

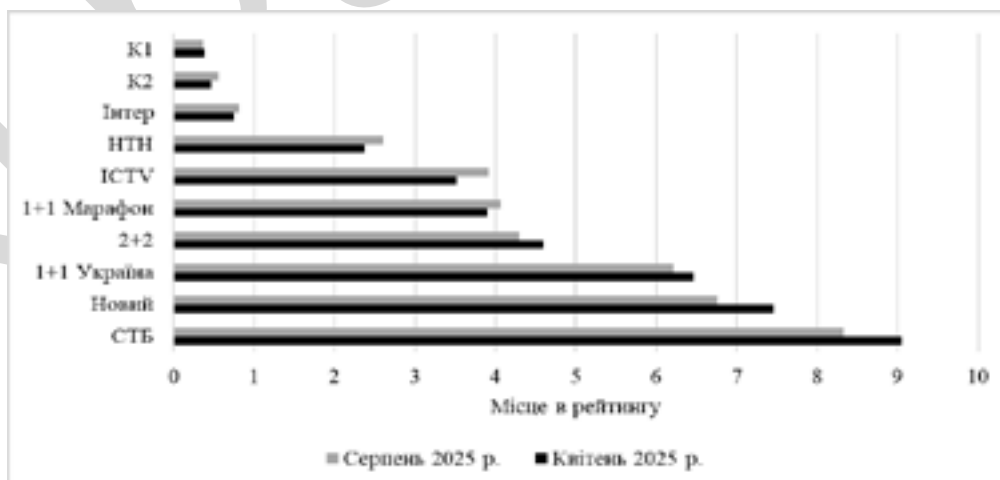


Рис. 2. Канали загального перегляду. Джерело: побудовано за: [13; 14; 15]

Аналіз динаміки каналів загального телеперегляду свідчить про відчутні структурні трансформації українського телепростору у квітні — серпні 2025 року. Попри формальне збереження лідерства основних медіабрендів, простежується поступове зниження частки універсально-розважальних мовників («СТБ», «Новий», «1+1 Україна»), що зумовлено зміною глядацьких стратегій у бік інформаційної насиченості, посиленням конкуренції цифрових платформ та розширенням FAST-сегмента. Така динаміка відображає переорієнтацію аудиторії на тематичний, фрагментований і персоналізований контент. Паралельно зміцнюють свої позиції інформаційні мовники — насамперед «1+1» «Марафон» та «ICTV», що свідчить про сталий суспільний запит на оперативну інформацію, фактологічний аналіз і підвищення інформаційної безпеки в умовах війни. Стабільні показники

«НТН» та «Інтера», а також помірні коливання аудиторій «К1» і «К2» вказують на наявність сегмента глядачів, орієнтованих на традиційну модель телевізійного перегляду та універсальний контент. Проте такі канали вже не визначають логіку телеринку, поступаючись місцем гібридним моделям споживання, у яких лінійне телебачення інтегрується з OTT-платформами, соціальними мережами та FAST-форматами. Отже, універсальний сегмент телеринку демонструє зміщення у бік інформаційно орієнтованих форматів і мультиплатформних стратегій, тоді як розважальні канали втрачають частку через конкуренцію з цифровими відеосервісами та зростання попиту на тематичний, змістовний і гнучко доступний контент. Узагальнення динаміки розважального сегмента, який формує ядро культурно-мистецької пропозиції телебачення, представлено на *рис. 3*.

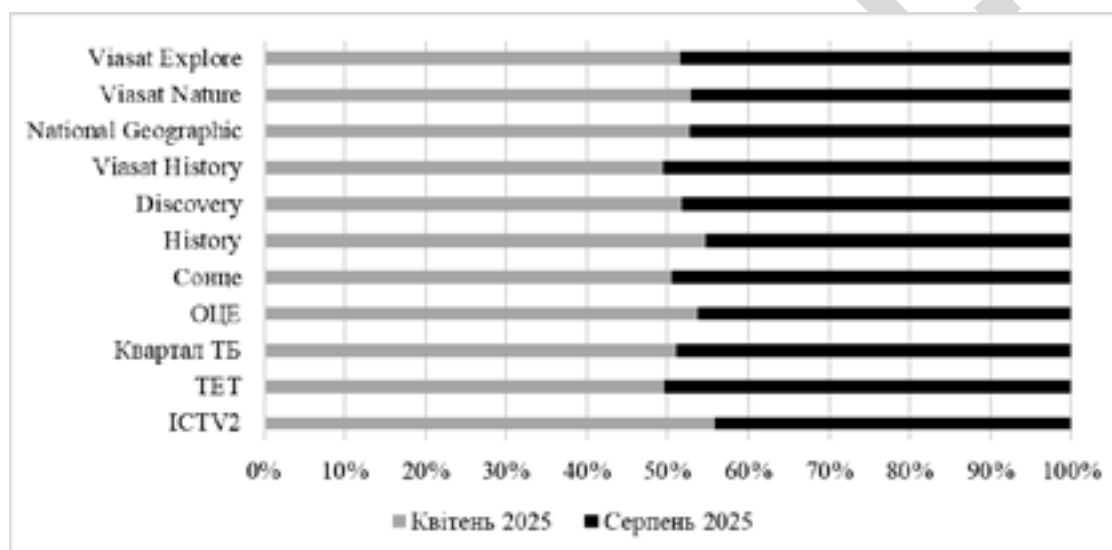


Рис 3. Динаміка частки перегляду розважальних, пізнавальних та культурних каналів в Україні (Shr %, квітень — серпень 2025)

Джерело: побудовано за: [13; 14; 15]

Об'єднаний аналіз розважального та пізнавально-культурного сегментів засвідчує помітне зміщення глядацьких переваг у квітні — серпні 2025 року. Найбільш відчутне падіння в розважальному кластері спостерігається на «ICTV2», що відображає перехід аудиторії до digital-форматів, FAST-каналів та інформаційного контенту. Натомість «ТЕТ» демонструє стабільну позитивну динаміку завдяки адаптації до молодіжних трендів та гнучкості програмної сітки, тоді як інші розважальні мовники фіксують стабілізацію на нижчих показниках або плавне зниження. Пізнавально-культурні канали зберігають відносну рівновагу, хоча їх частка лишається мінімальною; однак саме це

свідчить про високий потенціал тематичного контенту, що відповідає запиту на історичні, документальні та культурні формати, пов'язані з ідентичністю та колективною пам'яттю. Загальна динаміка обох сегментів підтверджує: універсальні розважальні моделі поступово втрачають домінування, тоді як змістовний, тематичний та культурно орієнтований контент посилює присутність у медіаспоживанні, виконуючи функції емоційної підтримки, просвітництва та гуманітарної стійкості. Для подальшого аналізу структурних змін доцільним є контентно орієнтоване вивчення ключових культурно-мистецьких телепроектів, систематизованих у *табл. 1*.

## Порівняльний аналіз культурно-мистецьких телепроектів в Україні

Проект	Жанр / формат	Ключові змістові маркери	Аудиторія та охоплення	Культурна функція / результат
<i>Суспільне мовлення</i>				
<i>Культура Live</i>	Культурно-аналітичний, освітній, інтерв'ю	актуальні мистецькі події, театральні та музичні прем'єри, авторські інтерпретації, експертність	інтелектуальна й освітня аудиторія, культурні спільноти, молодь гуманітарного спрямування	архівування сучасного мистецького процесу, збереження культурної пам'яті, формування критичного дискурсу
<i>Документальні спецпроекти Суспільного</i>	Документалістика, історичні цикли	наратив війни, персоналії митців, культурні інституції, усна історія	широка нац. аудиторія + digital-дистрибуція	національна пам'ять, героїзація культурного спротиву, просвітницька місія
<i>Музично-культурні шоу</i>				
<i>Голос країни</i>	Музичне шоу, лайв-перформанси	українська музика, авторські пісні, соціальні історії учасників, символічний капітал суддів	масова аудиторія, молодь, цифрова аудиторія YouTube / соцмереж	популяризація української музики, культурна мобілізація, емоційна згуртованість, медійний культурний ліфт
<i>Україна має талант</i>	Таланти, національний шоу-кейс	регіональна культурна мапа, різні мистецькі жанри, аматорський і професійний рівень	загально-національна сімейна аудиторія	репрезентація регіональної культурності, відкриття нових творчих імен, підсилення культурної суб'єктності громад
<i>Документальні та історичні цикли</i>				
<i>Наші 30-ті (формат-аналог)</i>	Документалістика, історична аналітика	міжвоєнний контекст, культурні персоналії, українські модерністи, національна драматургія історії	освічена аудиторія, студенти, історична спільнота	відновлення історичної тяглості, подолання культурних провалів, формування історичної відповідальності
<i>Історична правда (аналог)</i>	Аналітична історична програма	персоналії, історичні реконструкції, інтерв'ю з істориками	телеаудиторія + онлайн	інституціоналізація історичної пам'яті, популяризація науки, зміцнення ментальної автономії України

Джерело: власна розробка

Наведений аналіз доводить, що культурно-мистецький сегмент, хоча й має порівняно меншу частку в структурі телеперегляду, відіграє системотворчу роль у збереженні національної культурної пам'яті, формуванні колективної ідентичності та підтримці творчого середовища. Суспільне мовлення забезпечує функцію історичної та культурної тяглості через документалістику, архівні ініціативи та аналітичні формати, тоді як комерційні загальнонаціональні канали інтегрують культурні елементи у популярні розважальні продукти, розширюючи охоплення культурного контенту серед масової аудиторії. Поряд із цим документальні та історичні цикли формують інтелектуальний дискурс, спрямований на критичне осмислення

історичних подій та утвердження гуманітарних цінностей.

Попри фрагментарність культурного мовлення, його стратегічний потенціал очевидний. Тенденції споживання медіаконтенту вказують на зміну культурних пріоритетів суспільства, зростання попиту на змістовність, документальність і автентичність. Тому доцільним є формування цілісної державної та медійної політики, спрямованої на посилення культурно-освітніх ініціатив у телепросторі, підтримку продюсерських центрів, залучення незалежних творчих студій та адаптацію контенту до мультиплатформної екосистеми. З огляду на це пропонується комплексний підхід до розвитку культурного мовлення, що охоплює інституційні, програмні та технологічні механізми (табл. 2).

## Комплекс стратегічних інструментів розвитку культурно-мистецького телемовлення в Україні

Напрямок впливу	Конкретні інструменти	Очікуваний результат
Інституційний розвиток	Створення конкурсної державної програми підтримки культурних телепроектів; публічно-приватні coproduction моделі; введення квот на культурні програми у прайм-слотах	Стимулювання виробництва культурного контенту; інституціоналізація культурної місії ТБ; підвищення видимості культурних продуктів
Творчо-програмані рішення	Розробка hybrid-форматів (docu-performance, культурні ріалті, артсеріали); актуалізація тем воєнної культури, регіональних ідентичностей, contemporary-art; освітні програми для продюсерів і режисерів	Розширення жанрової та тематичної палітри; формування нової генерації культурних медіаейкерів; інклюзивність регіональних культурних наративів
Технологічні та дистрибуційні моделі	Мультиплатформний реліз (ТБ + ютуб + тіток + VOD); запуск FAST-каналу Ukrainian Culture; створення відкритого національного відеоархіву культури	Доступність культурного контенту для молоді та глобальної аудиторії; масштабування на міжнародні ринки; формування довготривалої культурної пам'яті

Джерело: власна розробка

Запропонований комплекс заходів дозволяє перейти від локальної та нішевої присутності культурного продукту на телебаченні до формування повноцінного стратегічного сегмента медіаринку, інтегрованого у цифрові екосистеми та світовий інформаційний простір. Така модель забезпечує не лише широку дистрибуцію культурних змістів, а й сприяє укріпленню культурного суверенітету, посиленню гуманітарної безпеки та просуванню України як держави із власним культурним кодом і глобальним творчим потенціалом.

**Висновки та перспективи дослідження.** Проведене дослідження дозволило комплексно охарактеризувати стан та динаміку культурно-мистецького контенту на українському телебаченні в умовах воєнної трансформації медіасередовища. Встановлено, що, попри невелику частку в загальній структурі телеперегляду, культурно орієнтовані формати виконують стратегічну функцію збереження колективної пам'яті, формування національної ідентичності та підтримки культурного капіталу. Контент-аналіз телерейтингів засвідчив зростання інтересу аудиторії до інформаційно-аналітичних і тематичних форматів та поступове посилення ролі FAST-платформ, які забезпечують персоналізований, доступний та мультиплатформний перегляд. Водночас традиційний розважальний сегмент демонструє спад, що пов'язано із конкуренцією з боку цифрових сервісів та зростаючим запитом на змістовний культурний і документальний контент. Аналіз флагманських культурних телепроектів підтвердив існування багатовекторної екосистеми культурної репрезентації: суспільний мовник формує просвітницький та документальний дискурс, тоді як комерційні канали інтегрують культурні компоненти у формат масових шоу.

Така модель забезпечує баланс між освітньою, емоційною та ідентифікаційною функціями телемовлення. Результати дослідження виявили потребу у формуванні системної політики підтримки культурного телепродукту — через державні грантові механізми, розвиток публічно-приватних партнерств, квоти на культурно-освітні програми та інституційну підтримку продюсерських і режисерських шкіл. Таким чином, культурно-мистецьке телемовлення має потенціал трансформуватися з нішевого сегмента на ключовий драйвер гуманітарної стійкості, розвитку культурного суверенітету та інтеграції України у глобальний культурний простір.

Подальші дослідження доцільно зосередити на аналізі алгоритмічних механізмів цифрових платформ, економіки виробництва культурного телепродукту та можливостей створення спеціалізованих FAST-каналів культури, що дозволить сформувати ефективну стратегію розвитку культурно-мистецького мовлення України в умовах цифрової конвергенції.

#### Список використаних джерел

- Ivanytska B., Stoliarchuk N., Shostak V., Moskvych O., Aleksandrova M. Representation and diversity of Ukrainian culture in contemporary media: impact, challenges and prospects. *Multidisciplinary Science Journal*. 2024. Vol. 6. Article 2024ss0225. DOI: multiscience.2024ss0225
- Литвиненко А. І. Особливості форматів телепрограм на культурномистецьку тематику на українському телебаченні: історичний поступ та перспективи. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 2. Ч. 2. С. 233–240. DOI: 10.32782/2710-4656/2025.2.2/34.
- Дуцик Д., Умланд А. Між свободою та цензурою: українські засоби масової інформації в часи повномасштабної війни. *Звіт SCEEUS № 9*. URL: <https://sceeus.se/en/>

publications/between-freedom-and-censorship-ukraines-mass-media-in-times-of-full-scale-war (дата звернення: 04.11.2025).

4. Голіцин А. М., Фролова В. М. Тенденції медіаспоживання в Україні у воєнний час. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Т. 7. № 1. С. 128–139. DOI: 10.15276/mdt.7.1.2023.10.

5. Гармель М. Еволюція розважального сегмента українських медіа. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2025. № 3. С. 94–97. DOI: 10.36887/2524-0455-2025-3-20.

6. Soklakov M. Cultural Production on Social Media: Case study of occupied town. Ukrainian Cultural Studies. 2024. Vol. 1, No. 15. Pp. 49–57. DOI: 10.17721/UCS.2024.2(15).10.

7. Литвиненко А. Українські Youtube-канали на культурно-мистецьку тематику під час повномасштабного вторгнення росії до України. Образ. 2023. № 2 (42). С. 25–37. DOI: 10.21272/Obraz.2023.2(42)-25-37.

8. Georgiievskia V., Sydorenko N., Gerasymenko Ye., Dubetska O., Yevdokymenko I. Trends in media development in Ukraine: Social communication and legal aspects. Social and Legal Studios. 2023. Vol. 6, № 3. P. 32–42. DOI: 10.32518/sals3.2023.32

9. Плецан Х. Універсальні закономірності виникнення, еволюції і функціонування культурної дипломатії в структурі механізму розвитку креативних індустрій України. Актуальні питання гуманітарних наук. 2023. Т. 70. № 2. С. 4–16. DOI: 10.24919/2308-4863/70-2-1.

10. Струтинська Т. Соціально-економічна проблематика регіональних телевізійних новин в умовах російсько-української війни (на прикладі телеканалу «3-Студія» м. Івано-Франківськ). Communications and Communicative Technologies. 2024. № 24. С. 50–58. DOI: 10.15421/292406.

11. Романюк Н. В. Маркетингова документація як інструмент управління інноваційними продуктами в креативних індустріях. Підприємництво і торгівля. 2024. № 42. С. 55–63. DOI: 10.32782/2522-1256-2024-42-08.

12. Сендецький А. Українсько-польський культурний діалог театральних практик в українській спеціалізованій періодиці 2014–2023 років. Українські культурологічні студії. 2024. № 14. Т. 1. DOI: 10.17721/UCS.2024.1(14).12.

13. Огляд показників перегляду за серпень 2025 року. BigDataUA. URL: <https://www.bigdataua.com/ua/blog/360-oglyad-pokaznikiv-pereglyadu-za-serpen-2025-roku> (дата звернення: 04.11.2025).

14. Зміни у споживанні медіа в Україні у 2024 році. Gradus Research. URL: <https://gradus.app/en/open-reports/changes-media-consumption-ukraine-2024> (дата звернення: 04.11.2025).

15. Огляд показників перегляду за квітень 2025 року. BigDataUA. URL: <https://www.bigdataua.com/ua/blog/354-oglyad-pokaznikiv-pereglyadu-za-kviten-2025-roku> (дата звернення: 04.11.2025).

## References

BigDataUA. (2025). *Ohliad pokaznykiv perehliadu za kviten 2025 roku* [Overview of viewing indicators for April 2025]. [in Ukrainian].

<https://www.bigdataua.com/ua/blog/354-oglyad-pokaznikiv-pereglyadu-za-kviten-2025-roku>

BigDataUA. (2025). *Ohliad pokaznykiv perehliadu za serpen 2025 roku* [Overview of viewing indicators for August 2025]. [in Ukrainian].

<https://www.bigdataua.com/ua/blog/360-oglyad-pokaznikiv-pereglyadu-za-serpen-2025-roku>

Dutsyk, D., & Umland, A. (2025). *Mizh svobodoiu ta tsenzuroiu: ukrainski zasoby masovoї informatsii v chasy povnomashtabnoi viiny* [Between freedom and censorship: Ukraine's mass media in times of full-scale war] (SCEEUS Report No. 9). Stockholm Centre for Eastern European Studies [in Ukrainian].

<https://sceus.se/en/publications/between-freedom-and-censorship-ukraines-mass-media-in-times-of-full-scale-war>

Georgiievskia, V., Sydorenko, N., Gerasymenko, Ye., Dubetska, O., & Yevdokymenko, I. (2023). Trends in Media Development in Ukraine: Social communication and legal aspects. *Social and Legal Studios*, 6(3), 32–42.

<https://doi.org/10.32518/sals3.2023.32>

Gradus Research. (2024). *Zminy u spozhyvanni media v Ukraini u 2024 rotsi* [Changes in media consumption in Ukraine in 2024]. [in Ukrainian].

<https://gradus.app/en/open-reports/changes-media-consumption-ukraine-2024>

Harmel, M. (2025). *Evolutsiia rozvazhalnogo sehmenta ukrainskykh media* [Evolution of the Entertainment Segment of Ukrainian Media]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky ta prava*, 3, 94–97 [in Ukrainian].

<https://doi.org/10.36887/2524-0455-2025-3-20>

Holitsyn, A. M., & Frolova, V. M. (2023). *Tendentsii mediaspozhyvannia v Ukraini u voiennyi chas* [Trends of Media Consumption in Ukraine in Wartime]. *Marketing and Digital Technologies*, 7(1), 128–139 [in Ukrainian].

<https://doi.org/10.15276/mdt.7.1.2023.10>

Ivanytska, B., Stoliarchuk, N., Shostak, V., Moskvych, O., & Aleksandrova, M. (2024). Representation and Diversity of Ukrainian Culture in Contemporary Media: Impact, challenges and prospects. *Multidisciplinary Science Journal*, 6, Article 2024ss0225.

<https://doi.org/10.31893/multiscience.2024ss0225>

Lytvynenko, A. (2023). *Ukrainski Youtube-kanaly na kulturno-mystetsku tematyku pid chas povnomashtabnoho vtorhennia Rosii do Ukrainy* [Ukrainian Cultural and Artistic YouTube Channels during the First Year of the War of the Russian invasion of Ukraine]. *Obraz*, (2), 25–37 [in Ukrainian].

[https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.2\(42\)-25-37](https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.2(42)-25-37)

Lytvynenko, A. I. (2025). *Osoblyvosti formativ teleprohram na kulturno-mystets'ku tematyku na ukrains'komu telebachenni: istorychnyi postupta perspektyvy* [Characteristics of the Formats of Cultural and Artistic Programs on Ukrainian

Television: Historical progress and prospects]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 36(2), 233–240 [in Ukrainian].

<https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/34>

Pletsan, Kh. (2023). Universalni zakonomirnosti vynykennia, evoliutsii i funktsionuvannia kulturnoi dyplomatii v strukturi mekhanizmu rozvytku kreatyvnykh industrii Ukrainy [Universal patterns of the emergence, evolution and functioning of cultural diplomacy in the structure of the development mechanism of creative industries of Ukraine]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 70(2), 4–16 [in Ukrainian].

<https://doi.org/10.24919/2308-4863/70-2-1>

Romaniuk, N. V. (2024). Marketynhova dokumentatsiia yak instrument upravlinnia innovatsiinymy produktamy v kreatyvnykh industriiakh [Marketing documentation as a tool for managing innovative products in creative industries]. *Entrepreneurship and Trade*, 42, 55–63 [in Ukrainian].

<https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-42-08>

Sendetskyi, A. (2024). Ukrainsko-polskyi kulturnyi dialoh teatralnykh praktyk v ukrainskii spetsializovani periodytsi 2014–2023 rokiv [Ukrainian–Polish cultural dialogue of theatrical practices in Ukrainian specialized periodicals of 2014–2023]. *Ukrainski kulturolohichni studii*, 1(14) [in Ukrainian].

[https://doi.org/10.17721/UCS.2024.1\(14\).12](https://doi.org/10.17721/UCS.2024.1(14).12)

Soklakov, M. (2024). Cultural Production on Social Media: Case study of occupied town. *Ukrainian Cultural Studies*, 2(15), 49–57 [in Ukrainian].

[https://doi.org/10.17721/UCS.2024.2\(15\).10](https://doi.org/10.17721/UCS.2024.2(15).10)

Strutynska, T. (2024). Sotsialno-ekonomichna problematyka rehional'nykh televiziinykh novyn v umovakh rosiis'ko-ukraïns'koï viiny (na prykladi telekanalu “3-Studiia” m. Ivano-Frankivsk) [Social and economic problems of regional TV news in the conditions of the Russian-Ukrainian War (on the example of the TV channel “3-Studio” in Ivano-Frankivsk)]. *Communications and Communicative Technologies*, 24, 50–58 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції: 10.03.2026.