

УДК 070(477):2]:004.9

DOI <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2025-22-32>

Галина Пристай

ORCID: 0000-0002-1728-288X

Тетяна Струтинська

ORCID: 0009-0000-9833-3783

ТЕМАТИЧНІ ПРІОРИТЕТИ НОВИННОГО КОНТЕНТУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

Статтю присвячено системному дослідженню соціально-економічної проблематики, що висвітлювалася в новинних випусках регіональних медіа Житомирської області протягом першого року повномасштабної російсько-української війни на прикладі телеканалу «Суспільне Житомир». Узагальнено основні виклики, з якими зіткнулися місцеві медіа в умовах воєнного часу, проаналізовано функціональне місце регіонального телебачення в інформаційно-комунікаційній системі області та простежено зміну інформаційних потреб аудиторії під впливом адаптації до життя в умовах війни. Досліджено трансформацію тематичних орієнтирів у новинній стрічці та визначено ключову проблематику сюжетів, яка формує інформаційне поле регіону.

За результатами проведеного дослідження встановлено, що значну частку новинного контенту становлять сюжети, пов'язані з війною та її наслідками, проблемами внутрішньо переміщених осіб і волонтерською діяльністю. Висвітлення соціально-економічних проблем здійснюється крізь призму локальних потреб і викликів, що дає змогу формувати цілісну картину життя регіону в перші місяці війни. Особливо цінні проведені контент-аналіз новинної програми «Новини Житомира» телеканалу протягом першого року війни й отримані на його основі висновки щодо тематичних пріоритетів і динаміки висвітлення соціально-економічних проблем, що можуть слугувати основою для подальших досліджень стратегій формування регіонального новинного контенту в умовах кризових ситуацій. Визначено тематичні пріоритети новинного контенту регіонального телеканалу протягом першого року війни, узагальнено роль соціально-економічної проблематики у структурі випусків та оцінку її розширення і трансформації під впливом повномасштабного вторгнення.

Ключові слова: новинний контент, соціальні комунікації, соціально-економічна проблематика, регіональні медіа, Житомирищина, російсько-українська війна.

Вступ. Соціально-економічна проблематика традиційно посідає одне з провідних місць у діяльності місцевих медіа, оскільки вона безпосередньо стосується повсякденного життя громадян і визначає динаміку розвитку областей. В умовах повномасштабної війни її значення істотно посилюється, що зумовлює трансформацію підходів до висвітлення таких тем в інформаційному просторі. Особливу роль у цьому процесі відіграє телебачення, яке залишається надійним джерелом новин, подаючи аудиторії цілісну картину подій на місцевому рівні. Телевізійний контент формує у глядачів цілісне уявлення про події в регіоні, забезпечує інформаційне осмислення актуальних викликів, сприяє мобілізації місцевих ресурсів і підтримує громадські ініціативи. Крім інформативної функції, теленовини виконують і соціально орієнтовану роль, виступаючи платформою для публічного обговорення проблем зайнятості, соціального захисту населення, економічної стабільності громад, доступу до базових послуг. Завдяки систематичному висвітленню цих питань телевізійні медіа впливають на формування громадської думки, підвищують рівень суспільної довіри до інституцій



© Г. Пристай, Т. Струтинська, 2025

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

та стимулюють участь громадян у розв'язанні локальних проблем. В умовах воєнного часу значення телевізійного контенту посилюється, оскільки він не лише інформує, а й виконує консолідуючу функцію, сприяючи соціальній згуртованості та стійкості місцевих спільнот. Крім того, повномасштабна війна суттєво вплинула на розширення соціально-економічної тематики в телевізійному контенті. До традиційних питань – зайнятості, рівня доходів, соціального захисту та місцевого розвитку – додалися нові тематичні напрями, зумовлені воєнними реаліями. У телевізійному дискурсі Житомирщини актуалізуються теми, що відображають вплив російсько-української війни на життя місцевих громад і визначають контентну стратегію регіонального телебачення. Зокрема, актуалізувалися сюжети, пов'язані з підтримкою внутрішньо переміщених осіб, функціонуванням релокованого бізнесу, адаптацією ринку праці до умов воєнного часу, забезпеченням житлом і гуманітарною допомогою, а також відновленням критичної інфраструктури. Значну увагу медіа приділяють волонтерським ініціативам, фінансовій підтримці Збройних Сил України, трансформації бюджетної політики громад і механізмам соціальної солідарності. Таким чином, соціально-економічна проблематика в умовах війни набула комплексного характеру, поєднуючи питання економічної стабільності з аспектами безпеки, стійкості та взаємодопомоги на місцевому рівні. Новинні сюжети не лише виконують інформаційну функцію, а й відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, протидії дезінформації та медійним маніпуляціям. З огляду на це особливої ваги набувають професійні стандарти створення телевізійного контенту: способи подання суспільно значущих фактів, їх документальне підтвердження, аналітична інтерпретація та аксіологічна орієнтація журналістських матеріалів.

Актуальність теми. Повномасштабна війна зумовила адаптивні трансформації українського медіапростору, зокрема діяльності регіональних телемовників. У цих умовах локальні інформаційні ресурси, зокрема телеканал «Суспільне Житомир», посідає особливе місце в сучасній комунікаційній парадигмі, забезпечуючи населення оперативними відомостями про події в регіоні. Динаміка поведінки медіааудиторії свідчить про зростання попиту на регіональний новинний контент як на достовірне та близьке до повсякденного життя джерело інформації. Значно зросла увага населення до регіональних медіа через повітряні тривоги й обстріли, глядачі уважно слідкують за новинами в тих регіонах, де мешкають їхні родичі. За спостереженням І. Г. Мащенко, місцеві телерадіокомпанії мають перевагу в тому, що можуть «враховувати особливості регіону» та працювати з інформацією, яка є безпосередньо знайомою мешканцям певної територіальної громади, що й робить їх «конкурентоспроможними центральному мовленню» [10]. Актуальним постає дослідження соціально-економічної проблематики в новинних випусках в умовах війни, адже за цей період вона суттєво розширилася: з'явилися нові тематичні напрями, пов'язані з викликами воєнного часу. Саме соціально-економічний контент формує суспільну думку, соціальну згуртованість та оцінку регіональних перспектив, що прямо визначає рівень регіональної стійкості. Аналіз проблемно-тематичних домінант соціально-економічного контенту телеканалу Житомирщини дає змогу обґрунтувати пріоритетність цієї тематики в регіональному новинному дискурсі та засвідчує необхідність її подальшого наукового осмислення.

Матеріал і методи дослідження. *Метою дослідження* є системне визначення тематичних пріоритетів новинного контенту регіонального телеканалу «Суспільне Житомир» протягом першого року повномасштабної російсько-української війни, зокрема оцінка ролі соціально-економічної проблематики у структурі випусків та аналіз її трансформації під впливом воєнних подій і змін інформаційних потреб місцевої аудиторії.

Методологія дослідження ґрунтується на систематичному контент-аналізі підсумкових випусків новин телеканалу «Суспільне Житомир», класифікації сюжетів за тематичними групами та визначенні пріоритетних напрямів, які формують змістовну структуру новинної

стрічки. Особлива увага приділялася специфіці роботи журналістів у воєнний період, обмеженим ресурсам та адаптації до нових реалій.

Методи дослідження. Під час дослідження використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, що дали змогу всебічно проаналізувати соціально-економічну проблематику новинного контенту регіональних медіа Житомирщини. Аналітико-синтетичний метод забезпечив формування теоретико-методологічного підґрунтя й окреслення рамок вивчення теми. Контент-аналіз був використаний для виявлення проблемно-тематичних домінант новинних випусків телеканалу «Суспільне Житомир», що репрезентують ключові суспільні й економічні виклики в контексті повномасштабної війни. Метод класифікації та статистичний метод дали змогу систематизувати спектр соціально-економічних тем.

Огляд літератури. Висвітлення тем, пов'язаних із повномасштабним вторгненням, посіло центральне місце в українському медіадискурсі та стало предметом активних наукових розвідок і експертних оцінок. Такий інтерес зумовлений не лише гостротою проблеми, але й значним суспільним резонансом, спричиненим викликами російсько-української війни. Особлива увага дослідників зосереджена на ролі регіональних медіа в умовах воєнного часу.

Різні аспекти діяльності місцевих інформаційних мовників аналізували А. Горчикова [3], Л. Змій [6], А. Русиняк [12, с. 51–57] та інші. Зокрема, А. Русиняк досліджував умови розвитку регіональних мовників, акцентуючи увагу на їхніх сильних і проблемних сторонах у формуванні контенту. Значний внесок у вивчення трансформацій регіонального медіаконтенту зробили праці Н. Толочко, у тому числі у співавторстві з Г. Шаповалою та В. Путрашиком [9], а також дослідження Д. Шука [16], О. Сухорукової, З. Григорової, А. Кваско [13], П. Бондаренка, Т. Печончик, А. Сухариної та В. Яворського [2]. Н. Толочко, Г. Шаповалова та В. Путрашик дослідили вплив війни на функціонування закарпатських медіа, виокремивши ключові виклики для місцевих телеканалів та зміни у висвітленні теми внутрішньо переміщених осіб [9]. Є. Гончаренко у своїй роботі аналізує, як війна змінила діяльність регіональних медіа, підкреслюючи їхню роль у протидії дезінформації, забезпеченні прозорості та мобілізації громадян, а також окреслює основні труднощі, з якими стикаються журналісти [4, с. 43–50]. Дослідник М. Чабаненко доводить, що інтенсивне висвітлення воєнної тематики в медіа суттєво впливає на емоційне сприйняття новин українцями, формує акценти в інформаційному порядку денному та посилює емоційний ефект від новин [17].

Дослідження вчених Т. Решетуки, О. Кушнір та Т. Вільчинської фокусуються на новинному контенті регіональних медіа, проблемно-тематичних домінантах, зміні інформаційних запитів аудиторії під час війни та ролі регіонального телебачення у формуванні локального інформаційного простору [11].

Крім науковців, дослідження українського регіонального медіадискурсу здійснюють також громадські організації – Академія української преси, «Детектор медіа», Український інститут медіа та комунікації, а також інтернет-проект StopFake та інші.

Результати та обговорення. Діяльність регіональних медіа, зокрема Житомирщини, упродовж повномасштабної війни зазнала істотних змін, зумовлених як зовнішніми викликами, так і внутрішніми процесами адаптації. Війна стала випробуванням для місцевого інформаційного середовища, яке змушене було діяти в умовах обмежених ресурсів, постійної загрози обстрілів, перебоїв з електропостачанням і нестабільного фінансування. Упродовж першого року війни житомирські медіа продемонстрували високу гнучкість і здатність до трансформації організаційних процесів. Редакції змушені були шукати нові джерела фінансової підтримки, оптимізувати кадровий склад, змінювати формат роботи та пристосовуватися до реалій функціонування під час відключень електроенергії. Значна частина телеканалів перейшла на цілодобовий режим роботи, часто в дистанційному форматі, підтримуючи

постійний контакт із представниками офіційних структур та органів місцевої влади. Серед ключових проблем, з якими стикалися журналісти, варто виокремити затримки в отриманні офіційних повідомлень після ракетних атак чи бомбардувань. Це ускладнювало оперативне оновлення інформаційного контенту, водночас створюючи умови для активного поширення неперевіраних даних, чуток і візуальних матеріалів у соціальних мережах і месенджерах. Такі процеси зумовили зниження рівня довіри частини населення до офіційних медіа та загострили потребу в підвищенні стандартів перевірки фактів і протидії фейкам.

За даними аналітичного дослідження *«Під тиском війни: становище медіа в Україні»*, яке підготував Львівський медіафорум у партнерстві з ЮНЕСКО, за період з кінця лютого 2022 року до липня 2024 року 28 % українських медіа призупинили свою діяльність після повномасштабного вторгнення.

Крім того, у дослідженні зазначається, що 40 % медіа та 44 % журналістів через військову агресію зазнали матеріальних збитків. Це, зокрема, втрата майна, пошкоджена чи знищена техніка або приміщення [8].

На початку повномасштабної війни в аудиторії Житомирщини, як і загалом України, був високий попит на воєнні новини, оскільки вони були головним джерелом інформації про події та безпеку. Війна в перші місяці посідала домінуюче місце в медійному дискурсі та формувала структуру новинного контенту.

Як засвідчило щорічне опитування USAID/Internews щодо звичок споживання медіа в Україні, після ескалації повномасштабного вторгнення Росії в лютому 2022 року відбулися суттєві зміни в медіаспоживанні громадян. Зокрема, спостерігалось помітне зростання популярності регіональних засобів масової інформації: частка користувачів регіональних онлайн-сайтів новин зросла з 27 % у 2021 році до 55 % у 2022 році, а використання місцевого телебачення – майже вдвічі: з 27 до 44 % відповідно. Окремо дослідження показало, що внутрішньо переміщені особи зберігають орієнтацію на споживання місцевих новин із громад свого походження, що підкреслює важливу роль регіональних медіа в умовах війни [18]. У цих умовах регіональні медіа прагнули адаптувати свій контент до змінених запитів глядачів, урізноманітнювати тематичний спектр матеріалів та підвищувати їхню інформаційну цінність.

Серед місцевих телеканалів Житомира значну роль відіграє «Суспільне Житомир», яке є українською регіональною суспільною телерадіокомпанією, філією Національної суспільної



Рис. 1. Основні проблеми, з якими стикалися редакції
(за даними аналітичного дослідження *«Під тиском війни: становище медіа в Україні»* [8])

телерадіокомпанії України, до складу якої входять однойменний телеканал, радіоканал «Українське радіо Житомир» та діджитал-платформи, що мовлять на території Житомирської області. Ефірне наповнення мовника становлять інформаційні, соціально-публіцистичні та культурно-мистецькі програми виробництва творчих об'єднань НСТУ та «Суспільне Житомир».

Концепція телеканалу «Суспільне Житомир» спирається на засади публічного мовлення, що передбачають поширення неупередженої та достовірної інформації, а також створення культурного й освітнього контенту для жителів Житомирської області. Мовник орієнтується на висвітлення широкого спектра подій і явищ регіонального життя – від новин та культурних заходів до спортивної, соціальної та іншої суспільно значущої тематики, важливої для місцевої громади. За даними соціологічного дослідження Gradus Research Company, упродовж 2022 р. спостерігалось зростання аудиторії «Суспільного» серед жителів регіону: частка українців, які щотижня дивляться новини «Суспільного», збільшилася з 37 % у серпні до 42 % у грудні [9]. Це свідчить про підвищену роль регіонального публічного мовника в інформаційному забезпеченні місцевої громади, особливо в умовах динамічних соціально-політичних змін.

Огляд контенту телеканалу «Суспільне Житомир» за перший рік повномасштабної війни засвідчує, що інформаційне наповнення здебільшого зосереджувалося на висвітленні воєнних подій, гуманітарної ситуації та життя регіону в умовах війни. Значна частина сюжетів була присвячена прощанню із загиблими захисниками та проблемам внутрішньо переміщених осіб. Починаючи з травня в контенті поступово зростає частка матеріалів, присвячених освіті, культурі, медицині, кримінальній та соціально-економічній тематиці, однак головний фокус телеканалу залишається зосередженим на війні та її наслідках для регіону.

За період з 01.01.2022 до 31.12.2022 інформаційно-аналітична програма «Новини» представила на телеканалі «Суспільне Житомир» низку сюжетів, присвячених соціально-економічній проблематиці. Контент-аналіз новин продемонстрував таке ранжування матеріалів у проблемному розрізі: війна та її наслідки, волонтерська діяльність і допомога військовим, проблеми внутрішньо переміщених осіб, соціальні виклики громади, стан та розвиток культури й освіти, правопорушення і стан злочинності, питання охорони здоров'я, а також діяльність місцевої влади в умовах війни.

Загалом було проаналізовано 350 сюжетів на соціально-економічну тематику в новинних етерах телеканалу «Суспільне Житомир». З метою систематизації інформаційного наповнення всі матеріали було згруповано за основними проблемними напрямками, що відображають ключові аспекти життя регіону в умовах війни.



Рис. 2. Тематичний зріз контенту новинної програми «Новини. Житомир» на телеканалі «Суспільне Житомир» (01.01.2022 до 31.12.2022)

У категорії «Безпекова ситуація та перебіг війни» зібрано сюжети, у яких висвітлюється вплив воєнних дій на життя регіону та його мешканців, аналізуються наслідки повномасштабного вторгнення: «У Житомирі відновлюють пошкоджені корпуси лікарні і надають лише невідкладну допомогу» (11.03.2022), «На Житомирщині житловий сектор постраждав внаслідок артилерійського удару» (26.03.2022), «На Житомирщині жителі Народицької громади розповіли про життя в окупації» (08.04.2022), «Більше 500 людей евакуювалися потягом із Житомира до Львова» (11.03.2022), «На мене падала стеля, а в сина поцілило скло із вікна» – житомирянка про обстріли» (10.03.2022), «Гуманітарна ситуація у Коростенському районі на Житомирщині є стабільною» (25.03.2022), «П'ятеро жителів Житомирщини отримали поранення після авіанальоту російських військ. Що відомо» (14.04.2022), «Житомирщину обстрілюють з різних сторін», – речник Повітряних сил ЗСУ Юрій Ігнат» (22.03.2022), «На Житомирщині три населені пункти Народицької громади наразі окуповані російськими військами» (01.06.2022), «Житомирські десантники збили протитанковим комплексом ще один вертоліт російських військ» (05.05.2022), «На Житомирщині постраждалим від авіаударів жителям Коростенської громади виплатили 800 тисяч гривень допомоги» (04.08.2022). До цієї проблемної групи також віднесено сюжети, присвячені прощанням із загиблими захисниками, вшануванню пам'яті полеглих: «У Житомирі попрощалися з загиблим десантником Володимиром Артеменком» (26.03.2022), «У Житомирі попрощалися з військовослужбовцем 13-го окремого десантно-штурмового батальйону Іллею Тузом» (09.04.2022), «У Житомирі попрощалися з воїном 95-ї десантно-штурмової бригади Анатолієм Алпатовим» (13.06.2022), «Пішов до ЗСУ добровольцем: в Житомирі попрощалися із загиблим військовим Віктором Муляром» (05.07.2022), «Пішов добровольцем захищати Україну: в Житомирі попрощалися із військовослужбовцем Іллею Шпитюю» (10.10.2022).

Категорія «Проблеми ВПО» охоплює сюжети, присвячені проблемам і викликам, з якими стикаються внутрішньо переміщені особи. До цієї групи входять матеріали про житло й умови проживання, доступ до соціальних послуг, трудову зайнятість, психологічну підтримку та інтеграцію ВПО у громади регіону: «Понад три тисячі переселенців отримали допомогу в Житомирському міському центрі соціальних служб» (26.04.2022), «У Прозорому офісі у Житомирі вимушені переселенці можуть отримати грошову допомогу від місії ООН» (05.05.2022), «20 модульних будинків планують побудувати для переселенців у Брусилівській громаді на Житомирщині» (10.06.2022), «Візки, протези, взуття держкоштом – у житомирському Фонді соцзахисту розповіли, хто має право на безкоштовну допомогу» (17.07.2022), «Допомога переселенцям – у Новоград-Волинській громаді працюють вісім гуманітарних пунктів» (17.08.2022), «Переселенці зі Сватового Олена та Ганна Статко обрали Житомир замість Європи» (02.11.2022).

Категорія «Волонтерська діяльність» охоплює сюжети, присвячені ініціативам громадських організацій, волонтерів і небайдужих мешканців регіону, спрямованим на підтримку військових, внутрішньо переміщених осіб та місцевих громад. До цієї групи входять матеріали про збір та доставку гуманітарної допомоги, організацію медичної підтримки, волонтерські проекти в освіті, культурі та соціальній сфері, а також історії людей, які допомагають у складних умовах воєнного часу: «У Житомирі артисти обласної філармонії волонтерять і готують нові концерти» (08.04.2022), «Благодійний фонд допомагає гуманітаркою та їжею власного приготування від жителів Житомирщини» (25.03.2022), «Волонтери Житомирщини передали гуманітарну допомогу переселенцям у Баранівську громаду» (28.04.2022), «Діти разом із батьками розмалюють сховище у підвалі одного з житлових будинків Житомира» (04.05.2022), «600 приладів нічного бачення передали десантникам волонтери з гуманітарного хабу «Житомир» (13.06.2022), «Культурний фронт у тилу: у Житомирі майстри продають вироби, аби зібрати гроші для ЗСУ» (17.08.2022), «Подружжя з Житомира тренує собак

для військових ЗСУ» (10.10.2022), «Придбали і відремонтували: колектив Житомирського агротехнічного коледжу передав автобус бійцям ЗСУ» (15.12.2022).

Категорія «Соціальні виклики громади» об'єднує сюжети, що висвітлюють соціальні виклики та життя громади в умовах війни: «У Житомирі розпочали роботу комунальні автобуси, які курсуватимуть до мікрорайону Мальованка» (10.03.2022), «Роковини аварії на ЧАЕС: на Житомирщині вшанували пам'ять полеглих ліквідаторів аварії» (26.04.2022), «У Житомирі відновили роботи з будівництва тролейбусної лінії у мікрорайон Мальованка» (05.05.2022), «У Житомирі відновили будівельні роботи на трьох об'єктах інфраструктури та у корпусі гімназії» (20.04.2022), «На Житомирщині долучаються до ініціативи громадянського суспільства «Сади перемоги» (13.04.2022), «На Житомирщині відновлюють газо-постачання у п'яти деокупованих селах Народицької громади» (04.05.2022), «У Житомирі вже розпочали підготовку до нового опалювального сезону» (25.05.2022), «Працівники «Житомиртеплокомуненерго» завершили заміну теплової мережі у проїзді Івана Богуна» (13.06.2022), «Вартість проїзду в громадському транспорті Коростеня зросла на 30 відсотків» (07.06.2022), «Жителям Житомира надходять платіжки з неправильними показниками за газ» (28.09.2022), «Коли буде тепло та як обігріватимуть місто: у Житомирі починають новий опалювальний сезон» (20.10.2022), «В умовах майже повного блекауту перебувають північні регіони Житомирщини – Овруч, Народичі, Олевськ» (24.11.2022).

Категорія «Розвиток культури та освіти» об'єднує сюжети, присвячені освітнім ініціативам, культурним проєктам та заходам у регіоні: «У Житомирі в обласній науковій бібліотеці імені Олега Ольжича відновили виставкову діяльність» (26.04.2022), «До Дня матері у Житомирі на Новому Бульварі проходить мистецька акція «Усі квіти тобі, матусю» (05.05.2022), «Лялечки, ваш вихід!» – у Житомирі презентувала свої авторські витвори майстриня Лариса Шумінська» (29.07.2022), «Показом робіт художника Віталія Правдицького в Житомирі відкривається арт-простір» (08.12.2022); *освіта*: «Навчання офлайн: 17 шкіл Олевської громади мають укриття, 18 – шукають сховища поблизу» (05.07.2022), «У закладах освіти Житомирщини облаштовують укриття» (22.07.2022), «Випускник житомирського ліцею № 25 Данило Павлусенко склав мультитест на 600 балів» (17.08.2022).

Категорія «Правопорушення та стан злочинності» охоплює сюжети, що висвітлюють кримінальну ситуацію в регіоні: «У Житомирі суд лишив під вартою одного з підозрюваних у вбивстві дитини» (05.05.2022), «У Чуднівській громаді на Житомирщині під колеса авто потрапила дитина» (13.06.2022), «Видурила в сусідки 200 тисяч гривень на онлайн-ігри – поліція Житомирщини розслідує шахрайство» (05.07.2022), «Замінував» відділ поліції, перебуваючи у стані алкогольного сп'яніння – жителю Житомирщини повідомили про підозру» (20.12.2022).

Категорія «Місцева влада в умовах війни» охоплює сюжети про діяльність органів місцевого самоврядування: «Брифінг Житомирської військової адміністрації по ситуації в регіоні» (10.03.2022), «Економитимемо, але не за рахунок зниження температури в оселях людей», – Житомирський міський голова Сергій Сухомлин» (29.09.2022), «На 250 мільйонів менше, ніж цьогоріч. Житомирські депутати прийняли бюджет громади на 2023 рік» (15.12.2022).

Таким чином, журналісти «Суспільного Житомир» упродовж 2022 року приділяли значну увагу висвітленню найважливіших аспектів життя регіону в умовах війни. Тематика сюжетів охоплює широкий спектр соціально-економічних проблем – від безпеки й гуманітарної допомоги до розвитку культури, освіти та місцевого самоврядування. Недостатня увага приділяється економічним темам, які, незважаючи на їхню важливість, часто залишаються поза фокусом основних новинних ресурсів. Загалом економічні теми висвітлювалися в контексті локальних потреб і адаптації громад до умов воєнного часу. Журналісти телеканалу

щодня оновлюють дані про воєнні дії та їх наслідки, регулярно публікуючи інформацію про втрати серед цивільних та військовослужбовців – жителів Житомирщини. Церемонії прощання із загиблими стають частиною регулярного звітування.

Висновки. Результати проведеного дослідження контенту підсумкових новинних випусків телеканалу «Суспільне Житомир» упродовж першого року повномасштабної війни засвідчили, що регіональні телеканали залишаються надійним джерелом достовірної, збалансованої та своєчасної інформації для мешканців громад, висвітлюючи проблеми та досягнення кожного регіону, соціальні й економічні процеси, культурні ініціативи, а також діяльність органів місцевого самоврядування, тим самим формуючи повноцінну інформаційну картину життя місцевих громад.

Контент-аналіз програми «Суспільне Новини» дав змогу окреслити провідні проблемно-тематичні напрями регіонального медіапростору. Було опрацьовано 350 інформаційних сюжетів, класифікованих за домінуючими тематичними групами: «Безпекова ситуація війни» (127 сюжетів), «Проблеми внутрішньо переміщених осіб» та «Волонтерська діяльність» (98 сюжетів), «Соціальні виклики» (85 сюжетів), «Інше» (40 сюжетів; категорія включає культурно-освітні ініціативи, кримінальну хроніку й активність місцевої влади). Такий розподіл підтверджує стійке домінування воєнної тематики в інформаційному наповненні місцевого телебачення, що зумовлено як актуальними соціально-політичними вимогами, так і запитом аудиторії на оперативну й суспільно значущу інформацію.

Хроніка російсько-української війни, залишаючись наскрізною темою, у регіональному ефірі трансформується в сюжети про вшанування пам'яті загиблих, підтримку захисників та їхніх родин, соціальні та культурні ініціативи, волонтерську діяльність і адаптацію внутрішньо переміщених осіб. Поступове розширення соціально-економічної тематики свідчить про здатність регіональних медіа адаптуватися до потреб громад і формувати комплексну інформаційну картину регіону. З травня 2022 року спостерігається виразне розширення тематичного спектра: новинні випуски дедалі частіше включають сюжети про культуру, освіту, кримінальні події, а також матеріали, пов'язані з діяльністю місцевих органів влади.

Таким чином, результати аналізу роблять суттєвий внесок у дослідження особливостей формування регіонального новинного контенту в умовах війни. Виявлена трансформація способів висвітлення соціально-економічних тем, які залишаються ключовими у структурі новинного мовлення, підкреслює необхідність подальшого системного вивчення з урахуванням специфіки функціонування локальних медіа різних форматів та змін інформаційних потреб аудиторії. Наступні наукові розвідки будуть присвячені дослідженню тематичного наповнення медіа Черкащини й особливостей висвітлення подій у регіональному інформаційному просторі.

Література:

1. Басовська А. П. Поняття контенту та його критерії якості. *Інтернет-журналістика як нова форма універсального мультимедіа* : зб. тез наук.-практ. конф. (м. Миколаїв, 2019 р.). Миколаїв, 2019. С. 23–28.
2. Виклики для свободи слова та журналістів в умовах війни: соціологічне дослідження / П. Бондаренко та ін. Київ : Центр прав людини ZMINA, 2023. URL: <http://surl.li/nragm>.
3. Горчикова А. О. Регіональні медіа в контексті глобалізації (на прикладі телеканалів Рівненщини). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. № 4. С. 64–69. URL: <http://surl.li/nraoe>.
4. Гончаренко Є. С. Проблеми розвитку регіональних ЗМІ в умовах війни в Україні. *Політикус*. 2024. № 4. С. 43–50.
5. Григорова З. В. Контент-маркетинг як інструмент inbound маркетингу. *Сучасні аспекти науки* : монографія. Київ – Братислава, 2021. С. 138–171.

6. Змій Л. М. Українські регіональні засоби масової комунікації: соціологічна інтерпретація. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. URL: <http://surl.li/ovxrh>.
7. Кияниця Є. О. Контент і таргетинг – основні елементи новітньої медіалогії. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського*. 2018. Т. 29 (68), № 2. С. 167–171.
8. Під тиском війни: становище медіа в Україні, 2022. Львівський медіафорум, ЮНЕСКО. URL: <https://www.unesco.org/uk/articles/pershe-vycherpne-doslidzhennya-vtrat-i-potreb-ukrayinskoho-mediasektoru>.
9. Все більше українців споживають новини Суспільного мовлення – дослідження. Gradus Research Company. Київ, 2022. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/5744/>.
10. Мащенко І. Українське телебачення: штрихи до портрета. Київ : Ай-Пі-Київ, 1995. 294 с.
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. № 25. С. 45. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/271/319>.
12. Русиняк А. І. Регіональні ЗМІ у процесі демократичних перетворень в Україні: специфіка і проблемний вимір. *Politykus*. 2020. № 6. С. 51–57. URL: <http://surl.li/nratc>.
13. Сухорукова О. А., Григоровова З. В., Квасько А. В. Тенденції розвитку вітчизняної медіаіндустрії. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2023. Вип. 2 (91). С. 94–103. URL: <http://surl.li/nqzwe>.
14. Толочко Н. Проблематика матеріалів про вимушено переміщених осіб в ефірі закарпатських телеканалів «Суспільне Ужгород», «TV21Ungvar». *Відкрита наука України: візійний дискурс в умовах воєнного стану* : зб. тез конф. Ужгород, 2023. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/57424>.
15. Толочко Н., Шаповалова Г., Путрашик В. Виклики і завдання філії суспільного мовлення прикордонного регіону в умовах війни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34 (73), № 2. С. 193–199. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/52071>.
16. Шух Д. Журналістика рішень в умовах війни у новинах регіональних телеканалів «Суспільне Ужгород» та «21 Ужгород» (період серпень – жовтень 2023 року). УжгородР: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2023. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/57260>.
17. Чабаненко М. Поняття «новини» у сприйнятті українців під час війни. *Український інформаційний простір*. 2023. № 2 (12). С. 108–123.
18. Українці стали частіше споживати новини, краще протидіють дезінформації та більше довіряють медіа під час війни Росії проти України у 2022 році / USAID ; Internews. 2022. URL: <https://internews.org/ukrainians-consume-more-news-are-more-resilient-to-disinformation-and-trust-their-media-more-during-russias-war-in-2022/>.

References:

1. Basovska, A.P. (2019). Poniattia kontentu ta yoho kryterii yakosti [The concept of content and its quality criteria]. In *Internet-zhurnalistyka yak nova forma universalnoho multymedia: zbirnyk tez nauk.-prakt. konf.* (pp. 23–28) [in Ukrainian].
2. Bondarenko, P., Pechonchuk, T., Sukharyna, A., & Yavorskyi, V. (2023). Vyklyky dlia svobody slova ta zhurnalistiv v umovakh viiny: sotsiolohichne doslidzhennia [Challenges for freedom of speech and journalists in war conditions: A sociological study]. ZMINA Human Rights Centre. <http://surl.li/nragm> [in Ukrainian].
3. Horchukova, A.O. (2015). Rehionalni media v konteksti hlobalizatsii (na prykladi telekanaliv Rivnenshchyny) [Regional media in the context of globalization (on the example of Rivne region TV channels)]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii – State and Regions. Series: Social Communications*, (4), 64–69. <http://surl.li/nraoe> [in Ukrainian].
4. Honcharenko, Ye.S. (2024). Problemy rozvytku rehionalnykh ZMI v umovakh viiny v Ukraini [Problems of regional media development under war conditions in Ukraine]. *Politykus*, (4), 43–50 [in Ukrainian].
5. Hryhorova, Z.V. (2021). Kontent-marketynh yak instrument inbound marketynhu [Content marketing as an inbound marketing tool]. In *Suchasni aspekty nauky: monohrafiia [Modern aspects of science: A monograph]* (pp. 138–171) [in Ukrainian].
6. Zmii, L.M. (2013). Ukrainski rehionalni zasoby masovoi komunikatsii: sotsiolohichna interpretatsiia [Ukrainian regional means of mass communication: A sociological interpretation]. V. N. Karazin Kharkiv National University. Retrieved from <http://surl.li/ovxrh> [in Ukrainian].

7. Kyianytsia, Ye.O. (2018). Kontent i tarhetynh – osnovni elementy novitnoi medialohii [Content and targeting – basic elements of modern medialogy]. *Vcheni zapysky TNU im. V. I. Vernadskoho – Scientific Notes of Taurida National V. I. Vernadsky University*, 29 (68), 167–171 [in Ukrainian].
8. Lviv Media Forum & UNESCO (2022). *Pid tyskom viiny: stanovyshche media v Ukraini [Under the pressure of war: The situation of media in Ukraine]*. Retrieved from <https://www.unesco.org/uk/articles/pershe-vycherpne-doslidzhennya-vtrat-i-potreb-ukrayinskoho-mediasektoru> [in Ukrainian].
9. Gradus Research Company (2022). Vse bilshe ukraintsiv spozhyvaiut novyny Suspilnoho movlennia – doslidzhennia [More and more Ukrainians consume Suspilne news – a study]. Retrieved from <https://corp.suspilne.media/newsdetails/5744/> [in Ukrainian].
10. Mashchenko, I. (1995). Ukrainske telebachennia: shtrykhy do portreta [Ukrainian television: Sketches for a portrait]. *Ai-Pi-Kyiv* [in Ukrainian].
11. Reshetukha, T., Kushnir, O., & Vilchynska, T. (2025). Problemnyi dyskurs pidsumkovykh vypuskiv novyn rehionalnykh telekanaliv (na prykladi “TV-4” ta “INTB”) [Problematic discourse of final news broadcasts of regional TV channels (on the example of “TV-4” and “INTB”)]. *Communications and Communicative Technologies*, (25), 45. Retrieved from <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/271/319> [in Ukrainian].
12. Rusyniak, A.I. (2020). Rehionalni ZMI u protsesi demokratychnykh peretvoren v Ukraini: spetsyfika i problemnyi vymir [Regional mass media in the process of democratic transformations in Ukraine: Specificity and problematic dimension]. *Politykus*, (6), 51–57. Retrieved from <http://surl.li/nrate> [in Ukrainian].
13. Sukhorukova, O. A., Hryhovorova, Z. V., & Kvasko, A. V. (2023). Tendentsii rozvytku vitchyznianoï mediaindustrii [Trends in the development of the national media industry]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi – Problems of Systemic Approach in Economy*, 2 (91), 94–103. Retrieved from <http://surl.li/nqzwe> [in Ukrainian].
14. Tolochko, N. (2023). Problematyka materialiv pro vymusheno peremishchenykh osib v efiri zakarpatskykh telekanaliv “Suspilne Uzhhorod”, “TV21Ungvar” [Problems of materials about internally displaced persons on Zakarpattia TV channels “Suspilne Uzhhorod”, “TV21Ungvar”]. In *Vidkryta nauka Ukrainy: viziinyi dyskurs v umovakh voiennoho stanu: zbirnyk tez konferentsii*. Retrieved from <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/57424> [in Ukrainian].
15. Tolochko, N., Shapovalova, H., & Putrashyk, V. (2023). Vyklyky i zavdannia filii suspilnoho movlennia prykordonnoho rehionu v umovakh viiny [Challenges and tasks of the public broadcasting branch in the border region under war conditions]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka – Scientific Notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. Series: Philology. Journalism*, 34 (73), 193–199. Retrieved from <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/52071> [in Ukrainian].
16. Shukh, D. (2023). Zhurnalistyka rishen v umovakh viiny u novynakh rehionalnykh telekanaliv “Suspilne Uzhhorod” ta “21 Uzhhorod” (period serpen – zhovten 2023 roku) [Solutions journalism in war conditions in the news of regional TV channels “Suspilne Uzhhorod” and “21 Uzhhorod” (August–October 2023)]. Uzhhorod National University. Retrieved from <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/57260> [in Ukrainian].
17. Chabanenko, M. (2023). Poniattia “novyny” u spryiniatti ukraintsiv pid chas viiny [The concept of “news” in the perception of Ukrainians during the war]. *Ukrainskyi informatsiinyi prostir – Ukrainian Information Space*, 2 (12), 108–123 [in Ukrainian].
18. USAID & Internews (2022). Ukraintsi staly chastishe spozhyvaty novyny, krashche protydiit dezinformatsii ta bilshe doviraiut media pid chas viiny Rosii proty Ukrainy u 2022 rotsi [Ukrainians consume more news, are more resilient to disinformation, and trust their media more during Russia’s war in 2022]. Retrieved from <https://internews.org/ukrainians-consume-more-news-are-more-resilient-to-disinformation-and-trust-their-media-more-during-russias-war-in-2022/> [in Ukrainian].

Halyna Prystai, Tetiana Strutynska. Thematic priorities of news content of regional television

The article is devoted to a systematic analysis of the socio-economic issues covered in the news releases of regional media in the Zhytomyr region during the first year of the full-scale Russian-Ukrainian war, using the “Suspilne Zhytomyr” TV channel as a case study. The study summarizes the main challenges faced by local media under wartime conditions, examines the functional role of regional television within the information and

communication system of the region, and traces changes in audience information needs as they adapted to life during the war. The research also explores the transformation of thematic orientations in the news agenda and identifies the key issues that shape the region's informational landscape.

The purpose of the article is to determine the thematic priorities of the news content produced by the regional television channel during the first year of the war, to outline the role of socio-economic issues within the structure of news releases, and to assess how this focus expanded and transformed under the influence of the full-scale invasion.

The research methodology is based on a systematic content analysis of the flagship news broadcasts of the «Suspilne Zhytomyr» channel, the classification of news stories into thematic categories, and the identification of priority areas shaping the structure of the news agenda. Particular attention is given to the specifics of journalistic work under wartime conditions, limited resources, and the need to adapt to new operational realities.

The analysis reveals that a significant share of the news content consists of stories related to the war and its consequences, issues affecting internally displaced persons, and volunteer activities. Coverage of socio-economic problems is presented through the lens of local needs and challenges, enabling the construction of a comprehensive picture of regional life during the first months of the war.

Of particular value is the conducted content analysis of the «Zhytomyr News» program throughout the first year of the war and the conclusions drawn regarding thematic priorities and the dynamics of socio-economic issue coverage. These findings may serve as a foundation for further research into strategies for shaping regional news content in crisis conditions.

Key words: *news content, social communications, socio-economic issues, regional media, Zhytomyr region, war.*

Відомості про авторів:

Пристаї Галина – кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, Карпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Струтинська Тетяна – аспірантка, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка; асистентка кафедри журналістики, Карпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Дата першого надходження статті до видання: 20.11.2025

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 08.12.2025

Дата публікації (оприлюднення) статті: 28.01.2026