

Рула Н. В.

<https://orcid.org/0000-0002-1004-5603>

Бердянський державний педагогічний університет

Шульженко А. С.

<https://orcid.org/0000-0003-4767-8049>

Бердянський державний педагогічний університет

ФУНКЦІЙНО-ЗМІСТОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ» ЯК ІНСТРУМЕНТУ КРИЗОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті здійснено комплексний аналіз еволюції національного телемарафону «Єдині новини» як ключового медійного феномену України в умовах повномасштабної війни (2022–2026 роки). Простежено трансформацію його функціонального призначення – від інструменту оперативного інформування та консолідації суспільства на початковому етапі російського повномасштабного вторгнення до зміни форматних і змістових характеристик у подальший період функціонування. Особливу увагу приділено трансформації ролі мовників, зміні структури ефірного наповнення, а також дотриманню журналістських стандартів у межах уніфікованого інформаційного формату.

Методологічну основу дослідження становлять історико-хронологічний підхід, контент-аналіз телевізійних ефірів, а також результати порівняльного соціологічного моніторингу аудиторних практик. Особливу увагу приділено двоетапному соціологічному зрізу (кінець 2022 року та лютий 2026 року), результати якого демонструють радикальну зміну медіапарадигми: зафіксовано суттєві зміни в структурі медіаспоживання, зокрема зниження ролі телебачення як основного джерела інформації та зростання значущості цифрових платформ і соціальних мереж.

Окреслено основні тенденції розвитку телемарафону в контексті трансформації сучасного медіапростору та запропоновано можливі напрями його подальшого вдосконалення, зокрема через адаптацію до мультиплатформного середовища, підвищення стандартів якості контенту та забезпечення балансу між інформаційною безпекою і журналістським плюралізмом. Результати дослідження можуть бути використані у практиці медіаменеджменту, а також у наукових розвідках у галузі соціальних комунікацій та інформаційної безпеки.

Ключові слова: телемарафон «Єдині новини», інформаційна безпека, медіаспоживання, журналістські стандарти, патогенний текст, цифрові платформи, медіагігієна, стратегічні комунікації, психологічний вплив.

Постановка проблеми. Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 року стало точкою повної трансформації національного медіапростору, зокрема сегмента телевізійного мовлення. Умовно цей процес можна окреслити як перехід від конкурентно-ринкової моделі функціонування телебачення до моделі консолідованої комунікації в умовах загрози державі. У перші години війни традиційна логіка боротьби за рейтинги, рекламні ресурси та аудиторію була витіснена необхідністю оперативного інформування населення, протидії дезінформації та забезпечення інформаційної безпеки. У цьому

контексті виник телемарафон «Єдині новини» як унікальний формат координації провідних українських мовників, що поєднав елементи державної політики та добровільної професійної солідарності медіаінституцій.

На початковому етапі свого функціонування телемарафон виконував ключову стабілізаційну функцію, виступаючи інструментом консолідації суспільства, каналом оперативної перевіреної інформації та механізмом протидії інформаційно-психологічним операціям. Його роль у забезпеченні комунікаційної стійкості суспільства в умовах війни може бути інтерпретована як критично

важлива, з огляду на високий рівень довіри аудиторії та відсутність альтернативних узгоджених джерел інформації у період гострої фази кризи.

Водночас тривале функціонування телемарафону в умовах затяжної війни зумовило поступову трансформацію як його змістових характеристик, так і сприйняття аудиторією. Станом на 2026 рік український медіапростір демонструє ознаки диференціації інформаційного споживання, зростання ролі цифрових платформ та зміни очікувань аудиторії щодо форм і змісту медіапродукту. У цьому контексті телемарафон опиняється в полі дискусій щодо доцільності збереження уніфікованого інформаційного формату, журналістського плюралізму, а також ефективності такого інструменту в умовах «інформаційної втоми» суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Місце телебачення в медіапросторі та його вплив на формування суспільної думки стали особливо актуальними в період повномасштабного російського вторгнення в Україну. Протягом 2022–2025 років увага дослідників була зосереджена на декількох ключових векторах: вплив телебачення на психіку й поведінку людини в умовах постійного стресу (А. Слободанюк [11], В. Лизанчук [6], Ю. Поліщук [10], С. Гнатюк [10], Н. Сейлова [10]); особливості розвитку професійної етики в умовах воєнного стану (О. Гоцур [2]); використання специфічних наративів у новинах (О. Кириленко та ін.). На сьогодні особлива увага прикута до телемарафону як безпрецедентного явища, що продовжує викликати полярні оцінки в науковій спільноті. Апологети формату (О. Галів [1], І. Пуцята [7], О. Кириленко [4]) позитивно оцінюють «Єдині новини», розглядаючи їх як дієвий інструмент стратегічних комунікацій. Зокрема, І. Пуцята [7] акцентує на критичній ролі марафону у спростуванні російської пропаганди та підтримці морального духу суспільства. У 2026 році цей погляд трансформувалася у концепцію «інформаційного щита», який необхідний для збереження єдиного ціннісного поля країни. Водночас сформувалася потужна плеяда науковців, які досліджують патогенний вплив та демократичні ризики тривалого існування моноформату. Так, О. Довженко [3] у праці «Із кожної праски...» піддає сумніву незалежність сучасного ТБ, наголошуючи на необхідності «оздоровлення» медіаринку, що стає особливо актуальним питанням саме у 2026 році. І. Куляс [5], здійснюючи моніторинг діяльності «Єдиних новин», вказує на поступове відхилення від стандартів балансу думок. Цю позицію підкріплюють і міжнародні звіти,

зокрема Держдепартаменту США [12], де український медіапростір визначається як «частково вільний» через обмеження конкуренції в ефірі. Н. Рула [9] звертає увагу на психолінгвістичний аспект: контент марафону часто корелює з поняттями стресу та комунікативно-маніпулятивних інтенцій. Станом на 2026 рік дослідники фіксують «ефект звикання» та зниження рівня довіри аудиторії саме через порушення етичних кодексів та одноманітність ефірної сітки. Отже, науковий дискурс 2026 року демонструє перехід від аналізу марафону як «засобу порятунку» до аналізу його як «інституційної інерції». Сучасні погляди вчених засвідчують: якщо у 2022 році консолідація була виправдана безпекою, то у 2026-му вона потребує негайної адаптації до вимог демократичного суспільства та нових медіареалій.

Постановка завдання. Метою статті є комплексний аналіз еволюції національного телемарафону «Єдині новини» як специфічної форми мовлення: від моменту його створення в лютому 2022 року як інструменту інформаційної безпеки до трансформації у складний медіасоціальний феномен станом на 2026 рік. Дослідження спрямоване на виявлення закономірностей зміни журналістських стандартів, оцінку ефективності протидії пропаганді та визначення подальших перспектив існування єдиного ефіру в умовах демократичного суспільства.

Методи дослідження: *історико-хронологічний метод* (спостереження еволюції телемарафону «Єдині новини» від моменту його створення до сьогодні, що дозволило виділити ключові етапи його трансформації), *контент-аналіз* (вивчення ефірної сітки, тематичного наповнення та наративів «Єдиних новин», що дозволило зафіксувати зміни у професійних стандартах та використанні маніпулятивних технологій, про які згадують дослідники (І. Куляс [5], Н. Рула [8]), *компаративний аналіз* (дав змогу зіставити інформаційну політику медіагруп на початку повномасштабного вторгнення та в реаліях 2026 року, а також порівняти офіційні державні звіти з оцінками міжнародних організацій (зокрема, Держдепартаменту США [12]), *соціологічний метод* (залучений для вивчення динаміки довіри аудиторії до телевізійного контенту та оцінки рівня психологічного тиску на глядача протягом досліджуваного періоду) тощо.

Виклад основного матеріалу. Телемарафон «Єдині новини», започаткований 24 лютого 2022 року, пройшов складний шлях видозмін, що охоплювали як суб'єктний склад мовників, так і архітектуру ефірного часу. Динаміка цих змін

дозволяє простежити трансформацію проекту з інструменту кризового управління в системне медіаявище, яке у 2026 році потребує ґрунтовного перегляду.

Ключовим етапом в історії проекту стало закриття медіагрупи «Україна» (Р. Ахметов), що призвело до перерозподілу ресурсів. У листопаді 2022 року місце в марафоні посів новостворений канал «Ми – Україна», сформований із колишнього кадрового резерву холдингу «Україна».

Щодо ефірної сітки, початкова модель передбачала 5-годинні відрізки для кожного каналу. Після виходу медіагрупи «Україна» добовий ефір був реструктуризований на 6-годинні блоки. Такий розподіл, за висновками медіаексперта І. Куляса [5], вніс «патогенну хаотичність» у сітку, що позиціонувалася як спільна. Порівняльний аналіз моделей мовлення демонструє відсутність єдиного стандарту:

– «Інтер» та «Рада»: найбільш наближені до формату інформаційного каналу (15–20 хвилин новин на початку години + гостьова студія).

– «Суспільне»: мало чітку структуру, проте згодом сітка «збилася», особливо в прайм-таймі (20:00), де тригодинна відсутність свіжих новин негативно впливала на репутацію.

– «ІСТV»/«СТБ»: модель півгодинних блоків (15 хв. новин / 15 хв. студії). Медіагрупа зіткнулася з браком ресурсу, що призводило до «ефірних петель» – багаторазових повторів сюжетів.

– «1+1»: найменш стабільна сітка, що унеможливило для глядача прогнозування часу виходу новин.

Гостьові студії стали центральним майданчиком для інтерпретації подій, проте їхня якість часто піддавалася критиці через технічні збої та нехтування цінністю інформації заради жорсткого таймінгу. За даними моніторингу (березень – вересень 2022 року), структуру спікерів складали переважно посадовці

та експерти (2/3 ефіру). Особливу увагу привертає феномен «універсального експерта» – радників (наприклад, О. Арестовича), чий тривалі включення (кейс 13.03.2022 – 21 хвилина ефіру) часто містили суб’єктивні оцінки замість фактів [9].

Тематичний фокус ефіру також зазнав еволюції: у 2022 році – війна (54,6%), міжнародна політика (14,6%), економіка (11,5%); у 2026 – зміщення балансу в бік соціальних тем та питань відбудови.

Проблемною зоною залишаються нічні ефіри, заповнені повторами без відповідного маркування. Це змушує аудиторію переходити в Telegram-канали. Водночас проєкт успішно інтегрував елементи журналістики участі та радіосегмент. В умовах блекаутів трансляція марафону на середніх хвилях (АМ) та FM-частотах «Українського Радіо» стала критично важливою для мешканців прифронтових та тимчасово окупованих територій.

Для підтвердження теоретичних висновків було проведено два етапи дослідження у форматі опитування глядацької аудиторії (кінець 2022 року [9] та лютий 2026 року; характеристика респондентів подана у згаданому джерелі). Опитування проводилося за допомогою google-форми та стосувалося питань зацікавленості телемарафоном «Єдині новини», ставлення, довіри до нього та впливу медіаконтенту на психологічний стан реципієнта. Відповіді надали більше ста респондентів як під час першого, так і під час другого етапів. Результати демонструють радикальне падіння інтересу до лінійного ТВ на користь цифрових платформ.

Телемарафон «Єдині новини», що постає унікальним прикладом консолідації медіасектору, за чотирирічний період функціонування зазнав суттєвої трансформації: від дієвого інструменту інформування та захисту – до моделі мовлення зі знизеним рівнем динаміки, яка у 2026 році актуалізує потребу системного оновлення.

Таблиця 1

Порівняльна таблиця медіаспоживання (2022–2026 роки)

Параметр порівняння	Стан на 2022 рік (початок вторгнення)	Стан на 2026 рік (поточний період)
Роль телемарафону	«Єдиний варіант» та джерело стабільності	Інерційна система, що потребує ревізії
Частка телебачення як пріоритетного джерела	23,3%	7,8%
Популярність соцмереж та месенджерів	62,1%	82,8%
Основна мотивація глядача	Швидкий пошук безпекової інформації	Запит на верифікованість та чіткий таймінг
Тематичний домінант	Війна та бойові дії (понад 50%)	Соціальна сфера та стратегії відбудови

Таблиця 2

Порівняльна характеристика ефірних стратегій

Телеканал(и)	Модель сітки	Переваги	Основні недоліки (за І. Кулясом)
Інтер / Рада	15–20 хв. новин + студія щогодини.	Формат інфоканалу.	Несвоечасність новин; низька культура інтерв'ю.
Суспільне	Чіткий погодинний графік.	Високі стандарти (до 2023).	Відсутність новин у прайм-таймі (20:00).
ICTV / СТБ	Півгодинні блоки (15/15).	Функціональність.	Брак ресурсу; постійні «ефірні петлі» (повтори).
1+1	Нестабільна, авторська сітка.	Яскраві спецпроекти.	Непередбачуваність; відрив від новинного формату.
Нічний ефір	Повтори без маркування.	Економія ресурсу.	Когнітивний дисонанс; ігнорування подій війни вночі.

Згідно з аналізом медіаексперта І. Куляса [5], відсутність єдиного стандарту сітки призвело до «патогенної хаотичності», де кожен мовник реалізував власну стратегію, часто нехтуючи інтересами глядача.

Соціологічні дані (2022–2026 роки) свідчать про радикальну зміну пріоритетів аудиторії. Якщо на початку вторгнення ТБ було безальтернативним джерелом, то у 2026 році спостерігається стрімкий відтік глядачів у цифрові екосистеми.

Основною причиною такого зсуву стала тематична стагнація. У 2022 році 54,6% ефіру займала війна, проте до 2026 року запит на внутрішню політику (яка займає лише 3,2%) та плюралізм думок став критичним.

Тривале перебування в єдиному інформаційному полі призвело до патогенних наслідків для психіки респондентів. 96% опитаних відзначають негативний вплив контенту.

Проведений аналіз еволюції телемарафону «Єдині новини» за період 2022–2026 років у поєднанні з результатами двоетапного соціологічного дослідження дозволяє констатувати глибоку трансформацію українського медіаполя. Якщо на початку повномасштабного вторгнення телемарафон виконав свою унікальну історичну роль «інформаційного щита», ліквідувавши вакуум даних та забезпечивши психологічну стабілізацію суспільства, то станом на 2026 рік цей формат трансформувався в інерційну систему.

Таблиця 3

Трансформація медіаповедінки

Параметр дослідження	До 24.02.2022	Кінець 2022	Лютий 2026
Перегляд новин на ТБ	19,0%	Зростання (пік)	7,8%
Повна довіра до Марафону	—	44,0%	37,1% (спад)
Сумніви щодо достовірності	—	23,3%	22,4% (скепсис)
Пріоритет соцмереж/месенджерів	62,1%	82,8%	> 85,0%

Таблиця 4

Патогенний вплив медіаконтенту на аудиторію (за результатами опитувань)

Категорія впливу	Психологічні та фізіологічні прояви	Характерні цитати респондентів
Емоційний	Виникнення «психологічних гойдалок», постійна тривожність, стани розпачу, фоновий гнів та емоційне виснаження.	«Кожен ранок починається з новин, а потім валеріана...»
Когнітивний	Зниження здатності до концентрації, погіршення оперативної пам'яті, уповільнення процесів критичного мислення через перенасичення однотипними даними.	«Перестають повноцінно функціонувати пізнавальні процеси»
Поведінковий	Свідоме обмеження інформаційного простору (медіаскеза), порушення режиму сну, соціальна ізоляція або агресивна реакція на обговорення новин.	«Не дивлюся новини, щоб зберегти психічне здоров'я»
Критичний (рефлексія)	Відчуття фальші, втота від відсутності альтернативних думок, інтелектуальне відторгнення одноманітної подачі матеріалу.	«Відпустіть мозок українців, їм потрібна свіжа голова»

Стратегічні рекомендації щодо «оздоровлення» медіаринку та реформування телемарафону (прогноз 2026 року)

Напрямок реформування	Сутність та ключові заходи	Очікуваний результат
Етичне та експертне перезавантаження	Відмова від залучення «універсальних експертів» та радників із суб'єктивними прогнозами. Надання пріоритету профільній аналітиці та верифікованим фахівцям.	Підвищення якості аналітики, мінімізація маніпулятивних прогнозів, повернення довіри аудиторії.
Технологічна адаптація	Впровадження жорстких протоколів верифікації контенту для протидії дипфейкам та ШІ-маніпуляціям. Становлення Марафону як головного «центру перевірки фактів».	Посилення інформаційної безпеки, ефективна протидія новітнім методам ІПСО та дезінформації.
Структурна реформа	Повернення до чіткого погодинного таймінгу новин. Запровадження обов'язкового маркування нічних повторів архівних записів.	Посилення прогнозованості ефіру, подолання когнітивного дисонансу у глядачів, чітка диференціація «архіву» та «лайву».

Однією з ключових проблем стала інституційна розбалансованість. Відсутність уніфікованих стандартів мовлення та «патогенна хаотичність» ефірних сіток – від нестабільної структури «1+1» до збоїв у прайм-таймі «Суспільного» – призвели до поступової дезорієнтації глядача. Це, своєю чергою, спровокувало масштабну кризу довіри та зміну медіапарадигми. Стрімке падіння інтересу до лінійного телебачення (з пікових показників 2022 року до критичних 7,8% у 2026 році) супроводжувалося масовим переходом аудиторії до цифрових платформ. Сьогодні понад 85% користувачів обирають месенджери та соцмережі, керуючись запитом на плюралізм думок та оперативну верифікованість, які телевізійний формат забезпечити не зміг.

Окремої уваги заслуговує виявлений патогенний вплив медіаконтенту. Емпіричні дані підтверджують негативний вплив тривалого перебування в єдиному інфополі на 96% респондентів. Психологічні прояви, як-от «емоційні гойдалки», втрата концентрації та вимушене обмеження медіаконтенту, свідчать про те, що медіагігієна у 2026 році перестала бути просто індивідуальною рекомендацією.

Вона трансформувалася у стратегічну необхідність для збереження ментального здоров'я нації в умовах виснажливого воєнного стану.

Висновки. Отже, аналіз розвитку телемарафону «Єдині новини» упродовж 2022–2026 років засвідчує його еволюцію від ефективного інструменту інформаційної безпеки до відносно інерційної комунікаційної моделі, що потребує суттєвого оновлення. Відсутність уніфікованих стандартів мовлення та ознаки тематичної повторюваності зумовлюють поступове скорочення аудиторії (зокрема до 7,8%) із переорієнтацією на цифрові платформи та соціальні мережі. Емпіричні дані також вказують на негативні наслідки тривалого перебування в уніфікованому інформаційному середовищі для психоемоційного стану більшості респондентів (до 96%), що актуалізує проблематику інформаційної гігієни та регуляції медіаспоживання. У цьому контексті підвищення ефективності функціонування медійного простору у 2026 році передбачає впровадження інструментів жорсткої перевірки контенту, повернення до професійних журналістських стандартів, а також забезпечення належного рівня плюралізму думок в ефірі.

Список літератури:

1. Галів О. Національний та регіональний телемарафони під час війни: порівняльна характеристика. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*. 2023. Вип. 1, № 5. С. 3–10. <https://doi.org/10.23939/sjs2023.01.001>
2. Гоцур О. Особливості функціонування медіаринку України в умовах війни (лютий-вересень 2022 року). *Communications and Communicative Technologies*. Вип. 22. 2022. С. 47–53. <https://doi.org/10.15421/292205>
3. Довженко О. Із кожної праски. Усе, що варто знати про національний телемарафон. URL: <https://medialab.online/news/natsionalnyj-telemarafon/>
4. Кириленко О. Наративізація новинного відеоконтенту періоду воєнного стану (на прикладі «Суспільне Суми»). *Образ*. 2022. Vol.3 (40). Р. 63–73. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3\(40\)-63-73](https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3(40)-63-73)

5. Куляс І. Підсумки моніторингу телемарафону «Єдині новини» за пів року (березень – вересень 2022 року). Друга частина. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/203355/2022-10-03-pidsumky-monitoryngu-telemarafonu-iedyni-novyny-za-piv-roku-berezen-veresen-2022-roku-druga-chastyna/>
6. Лизанчук В. Україноцентризм – інтегруючий принцип формування журналістського професіоналізму. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2017. Вип. 42. С. 167–177. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2017_42_25
7. Пуцята І. Сучасні методи впливу на підсвідомість глядацької аудиторії в телемарафоні «Єдині новини». *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 4 (52). С. 69–75. [https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2022.4\(52\).10](https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2022.4(52).10)
8. Рула Н.В. Патогенний вплив телемарафону «Єдині новини» (#UАразом) // World science : problems, prospects, innovations : Materials of the III International research and practical internet conference (October, 28, 2022) : collection of abstracts // for the general ed. Ph.D Serhii Onyshchenko. Zdar nad Szavou : «DEL a.s.», 2022. S. 18–19.
9. Рула Н.В. Патогенний текст як явище сучасного масмедійного середовища / Формування особистості під впливом медіа: колективна монографія. [авт. кол. : Костромицький Р., Мельнікова Ю., Рула Н., Шульженко А.]. Запоріжжя : БДПУ; К. : ФОП Самченко А.М., 2025. С. 53–114.
10. Polishchuk Yu., Gnatyuk S., Seilova N. Mass media as a channel of manipulative influence on society. *Ukrainian Scientific Journal of Information Security*, 2015. Vol. 21. Issue 3. P. 301–308.
11. Slobodyanyuk A., Reshetnyk V. Evaluation of the impact of television on people’s social behavior. Materials of the XLVII scientific and technical conference of VNTU divisions, Vinnytsia, March 14-23. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2018/paper/vie>
12. U.S. Department of State. Country Reports on Human Rights Practices: Ukraine. URL: <https://www.state.gov/reports/>

Rula N. V., Shulzhenko A. S. FUNCTIONAL AND CONTENT TRANSFORMATION OF THE “UNIFIED NEWS” TELEMARATHON AS A CRISIS COMMUNICATION TOOL

The article provides a comprehensive analysis of the evolution of the national telethon «Unified News» as a key media phenomenon in Ukraine during the full-scale war (2022–2026). It traces the transformation of its functional role – from an instrument of onepamuse information dissemination and social consolidation at the initial stage of the Russian full-scale invasion to changes in its format and content characteristics in the subsequent period. Particular attention is paid to the transformation of broadcasters’ roles, changes in the structure of on-air content, and the adherence to journalistic standards within a unified information format.

The methodological framework of the study combines a historical-chronological approach, content analysis of television broadcasts, and the results of comparative sociological monitoring of audience practices. Special focus is placed on a two-stage sociological survey (late 2022 and February 2026), the findings of which demonstrate a significant shift in the media paradigm. Notably, substantial changes in media consumption patterns are identified, including a decline in the role of television as a primary source of information and a growing importance of digital platforms and social media.

The article outlines the main trends in the development of the telethon within the context of transformations in the contemporary media landscape and proposes possible directions for its further improvement. These include adaptation to a multiplatform environment, enhancement of content quality standards, and ensuring a balance between information security and journalistic pluralism. The results of the study may be applied in media management practices as well as in scholarly research in the fields of social communications and information security.

Keywords: “Unified News” telethon, information security, media consumption, journalistic standards, pathogenic text, digital platforms, media hygiene, strategic communications, psychological impact.

Дата першого надходження статті до видання: 23.04.2026
 Дата прийняття статті до друку після рецензування: 11.05.2026
 Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026