

RESEARCH OF MASTERS AND POSTGRADUATE STUDENTS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.82.9>

UDC [654.19:004.738.5]:355.40.(045)

The Specifics of the Youtube Project of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine at the Beginning of the Active Phase of the Russian-Ukrainian War

Maksym Prauta

<https://orcid.org/0000-0003-2416-2269>

*adjunct (staff), Military Institute of Taras Shevchenko National University of Kyiv,
81 Mykhailo Lomonosov Street, 03680 Kyiv, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address: maxproud@gmail.com

ABSTRACT

The main objective of the study is to find out what changes occurred in the work of the Youtube project of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine with the beginning of Russia's full-scale aggression against Ukraine (in the period from February 24 to May 31, 2022).

Methodology. The methods of content and thematic analysis and data systematization are used in the article. The data visualization method is used for quick perception of information for the third-party users. The factor method made it possible to study the influence of individual factors on the effective indicators of the studied Youtube channel. The comparative method was used when comparing the results and evaluation of Youtube channels, that allowed to demonstrate the general trend.

Results, conclusions. In the conditions of the beginning of the active phase of the Russian-Ukrainian war, the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine was forced to reorganize its work and content. The produced content began to be covered exclusively through the official Youtube channel "Military Television of Ukraine".

The growth of the channel's audience in the first three months of the active phase of the Russian-Ukrainian war became possible due to "aggressiveness" and uniqueness of the content: about combat operations, losses of Russian troops in manpower and military hardware, invincibility, feats and professionalism of the Ukrainian soldiers.

A characteristic feature of the Youtube project of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine “Military Television of Ukraine” is in its positioning as an official source of information from the military command about the execution of assigned tasks by the Armed Forces of Ukraine.

It is an important instrument of the state propaganda for supporting and promoting the civilizational choice of Ukraine through the armed forces as a guarantor of reliable protection of this choice.

The content of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine can either be offered to the national TV channels, or become the basis of broadcast of a separate military TV channel in the case of making a decision on its creation.

KEYWORDS: Ministry of Defense; Armed Forces; Central Television and Radio Studio; content; Military Television of Ukraine; Youtube.

УДК [654.19:004.738.5]:355.40.(045)

Специфіка Youtube-проєкту Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України на початку активної фази російсько-української війни

Максим Васильович Праута, Військовий інститут Київського національного університету імені Тараса Шевченка, ад'юнкт штатний, <https://orcid.org/0000-0003-2416-2269>

Резюме

Мета статті – з'ясувати, які зміни відбулися в роботі Youtube-проєкту Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України з початком повномасштабної агресії росії проти України (у період з 24 лютого по 31 травня 2022 р.).

Методи. У статті використані методи контентно-тематичного аналізу та систематизації даних. Для швидкого ознайомлення сторонніх користувачів використано метод візуалізації даних. Факторний метод дозволив вивчити вплив окремих факторів на результативні показники досліджуваного Youtube-каналу. Порівняльний метод застосовано під час співставлення результатів та оцінки Youtube-каналів, що дозволило продемонструвати загальну тенденцію.

Результати і висновки. В умовах початку активної фази російсько-української війни Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України була змушена перебудовувати власну роботу і контент. Вироблений контент почав подаватися виключно через офіційний Youtube-канал «Військове телебачення України».

Зростання аудиторії каналу у перші три місяці активної фази російсько-української війни стало можливим за рахунок «агресивності» й унікальності контенту: про бойові дії, втрати російських військ у живій силі і техніці, незламність, подвиги і професіоналізм українських воїнів.

Характерна особливість Youtube-проєкту Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України «Військове телебачення України» – позиціонування його як офіційного джерела інформації від військового командування про виконання Збройними силами України завдань за призначенням.

Він є важливим інструментом державної пропаганди для підтримки та просування цивілізаційного вибору України через Збройні сили як гаранта надійного захисту цього вибору. Контент ЦТРС МОУ може або бути запропонований загальнодержавним телеканалам або стати основою ефірного мовлення окремого військового телеканалу у разі ухвалення рішення про його створення.

Ключові слова: Міністерство оборони; Збройні сили; Центральна телерадіостудія; контент; Військове телебачення України; Youtube.

1. Вступ

Відкрита збройна агресія росії проти України наприкінці лютого 2022 р. спричинила трансформаційні процеси у діяльності всіх вітчизняних засобів масової інформації, передусім телекомпаній.

У перші три місяці повномасштабної війни Україна повністю чи частково (на окремих територіях) втратила кілька десятків ефірних телеканалів [1], було припинено або призупинено випуск чималої кількості телепроектів та телепрограм. Масштаб втрат підтвердила голова Національної ради з питань телебачення та радіомовлення України Ольга Герасим'юк. За її даними, від початку повномасштабної війни станом на вересень 2022 р. припинили мовлення 210 телерадіокомпаній та лише 27 відновили роботу [2].

В умовах спричиненого війною раптового дефіциту людських, фінансових і матеріальних ресурсів навіть потужні (основні на ринку) медіагрупи були змушені розглянути можливість участі в спільних інформаційних марафонах (на кшталт «Єдині новини #UAPазом»), віддати перевагу розвитку альтернативних каналів мовлення, переформатувати контент, змінити формат подання інформації та спілкування з глядачем (замість токшоу, тематичних циклових програм – новини, гостьові студії, записані інтерв'ю тощо).

Крім того, на фоні воєнної загрози відбувся перехід у практичну площину започаткованого ще до початку масштабного російського вторгнення дискурсу щодо тенденцій гібридної агресії РФ проти України, коли поряд із важливістю протидії ворожій дезінформації та боротьби з фейковими новинами, чимало українських науковців і практиків відзначали необхідність формування чи політики «єдиного голосу» представників органів влади (директор Інституту світової політики Євген Магда) чи інструментів державної пропаганди для підтримки та просування цивілізаційного вибору (засновник Інституту постінформаційного суспільства, екзаступник міністра інформаційної політики України (2017–2019 рр.) Дмитро Золотухін) [3]. Саме такого характеру зміни у контенті помітили глядачі передусім вітчизняних телеканалів, залучених до спільних інформаційних телемарафонів.

На цьому тлі цікаве місце посідає Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України (надалі – ЦТРС МОУ). До початку масштабного російського вторгнення в Україну ця телерадіоорганізація фінансувалася з державного бюджету, не маючи власного каналу ефірного мовлення виробляла програми для низки загальнонаціональних телеканалів, а також намагалася просувати власний переважно новинний контент за допомогою Youtube-проєкту «Військове телебачення України».

Актуальним вбачається дослідити, чи відбулися зміни у виробленому цією телерадіоорганізацією телевізійному контенті з переходом від роботи в умовах «гібридної війни» до діяльності під час повномасштабної агресії росії проти України.

Мета статті – з'ясувати зміни в роботі Youtube-проєкту Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України, що були спричинені початком повномасштабної агресії росії проти України (у період з 24 лютого по 31 травня 2022 р.).

Цьому підпорядковані такі завдання:

- розкрити редакційну політику ЦТРС МОУ за період з 24 лютого по 31 травня 2022 р.;
- проаналізувати проблемно-тематичні напрямки Youtube-каналу ЦТРС МОУ «Військове телебачення України» за період з 24 лютого по 31 травня 2022 р. з урахуванням вподобань глядачів.

2. Теоретичне підґрунття

Питанням, пов'язаним з військовими ЗМІ та їх діяльністю, присвячені розвідки таких науковців і дослідників як О. Гапеева, С. Горевалов, В. Гридчина, Н. Зикун, С. Камінський, Г. Кривошея, О. Мукомела, Н. Підмогильна, О. Покотило, О. Позняков, Р. Поронюк, М. Праута, Н. Рула, С. Середа, А. Шульженко [4–14].

В цих роботах автори проводили ретроспективний аналіз структури засобів масової інформації, засновником яких є Міністерство оборони України, досліджували їхні типологічні ознаки, жанрову палітру тощо.

Проте спроб проаналізувати контент відомчої військової телерадіоорганізації в умовах повномасштабної війни до цього часу не було, у чому і полягає наукова новизна представленого дослідження.

Об'єкт дослідження – діяльність Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України. *Предмет дослідження* – Youtube-канал «Військове телебачення України».

3. Методи дослідження

У статті використані методи контентно-тематичного аналізу та систематизації даних. Для швидкого ознайомлення сторонніх користувачів використано метод візуалізації даних. Факторний метод дозволив вивчити вплив окремих факторів на результативні показники досліджуваного Youtube-каналу. Порівняльний метод застосовано під час співставлення результатів та оцінки Youtube-каналів, що дозволило продемонструвати загальну тенденцію.

4. Результати і обговорення

З початком активної фази збройної агресії росії проти України усі регулярні проекти «Військового телебачення України» [15], які виходили в ефір до 24 лютого 2022 р., у тому числі на загальнонаціональних телеканалах, були призупинені.

Так, йдеться про телепрограму «Техніка війни» (24 канал, Рада), телепрограму «ProВійсько» (5 канал, Прямий), телепрограму «Воїн» (5 канал, Прямий), реаліті-шоу «Рекрут.UA» (5 канал, 24 канал), телепрограму-інтерв'ю «11 запитань» (24 канал) і телепрограму «Армія сьогодні» (Рада).

За словами начальника Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України полковника Віктора Грома, причиною цього стали зміни в ефірних сітках телеканалів, з якими співпрацювала ЦТРС МОУ.

З перших днів війни колектив ЦТРС Міністерства оборони України розпочав підготовку і трансляцію коротких зведень щодо поточної обстановки в країні за офіційними даними Генерального штабу ЗС України, брифінгів військових посадових осіб тощо, використовуючи потужності виключно власного офіційного Youtube-каналу «Військове телебачення України» (ВійськТБ) (<https://www.youtube.com/user/ctrsTVua>). Довідково. Канал створено 26 червня 2012 р.

Основним завданням для Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України з початком повномасштабної російської збройної агресії стало інформування населення щодо:

- втрат зс рф у техніці та особовому складі;
- воєнних злочинів, скоєних російськими військовими;
- дій військово-політичного керівництва України;
- героїзму та незламності українських чоловіків та жінок у боротьбі за свою державу;
- міжнародної підтримки України;
- волонтерської діяльності.

Було змінено формат та підходи у поданні інформації на користь:

- створення сюжетів та міні-фільмів, легких для сприйняття аудиторією;
- перекладу кожного сюжету субтитрами англійською мовою;
- розповсюдження відео без звуку (чернетки) «ВійськТБ» з перекладом англійською;
- візуалізації та оперативності новин;
- підготовки сюжетів (відео) для цілодобового інформаційного марафону «Єдині новини #UAPазом».

Зміни у форматі роботи військових ЗМІ загалом та ЦТРС МОУ зокрема у цей період підтвердили і у Міністерстві оборони України, говорячи про «наголос на оперативних повідомленнях і сюжетах із передової» [16].

Станом на 23 лютого 2022 р. на офіційний канал YouTube єдиного в Україні «Військового телебачення» було підписано *230 тис. користувачів*.

За період з 24 лютого по 31 березня 2022 р. військові журналісти Центральної теле радіостудії Міноборони України підготували та оприлюднили на офіційному каналі YouTube *575 сюжетів*, в основному щодо головних подій в державі та в районах бойових дій під час відбиття російської збройної агресії.

Акцент було зроблено на швидкому інформуванні громадськості щодо подій в районах ведення бойових дій проти російських окупантів на території України, тобто військові телевізійники намагалися працювати у форматі, коли протягом кількох хвилин від часу надходження офіційної інформації від вищого військового штабу вже оприлюднювалося відповідне відео на YouTube.

Також було активізовано роботу щодо спростування російських фейків, роз'яснення цивільному населенню дій під час авіаударів, заходів протимінної безпеки тощо.

Згідно з контентно-тематичним аналізом відео виробництва ЦТРС МОУ у період з 24 лютого по 31 березня 2022 р. (ТОП-15), найбільшу кількість переглядів мали матеріали за тематикою героїчного опору українців російській навалі, оприлюднені у перші дні від початку російської збройної агресії (6 з 15) та оперативної обстановки в районах бойових дій (4 з 15). До ТОП-15 також увійшли інформаційно-аналітичні матеріали за підсумками бойових дій (2 з 15), а також щодо реакції на напад росії на Україну на міжнародній арені (3 з 15).

12 з 15 найбільш рейтингових матеріалів вийшли в ефір у лютому 2022 р., тобто у перші 5 днів повномасштабного вторгнення:

- «Джавеліни знищили колону російської техніки біля Глухова!» (понад 1 млн 710 тис. переглядів) – 24 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=Ti9GEQXi0wk>);
- «Харків – ворог складає зброю» (понад 1 млн 679 тис. переглядів) – 27 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=7ZsprdiPOJo>);
- «ЗСУ збили Су-35 вкс рф» (понад 1 млн 571 тис. переглядів) – 25 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=kyFog5WD5M4>);
- «В Київській області російські війська пішли на прорив державного кордону – ЗСУ вступили в бій» (понад 1 млн 380 тис. переглядів) – 24 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=sRJyAfYkOpU>);
- «росіяни масово здаються у полон» (понад 1 млн 298 тис. переглядів) – 26 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=lx83RwFYWMo>);

- «Пентагон відповів на погрози путіна» (1 млн 241 тис. переглядів) – 28 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=zNHMu6Cmy4w>);
- «Оперативна інформація від ЗСУ» – понад 1 млн 140 тис. переглядів, 25 лютого (https://www.youtube.com/watch?v=4J-_vA54upQ);
- «Збито Іл-76 з десантом РФ» (понад 1 млн 122 тис. переглядів) – 26 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=gAOsRNdcHNs>);
- «“Ми вже перемогли” – заява Головнокомандувача ЗСУ Валерія Залужного на четвертий день спротиву» (понад 1 млн 107 тис. переглядів) – 28 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=Y7rggGke0ew>);
- «Білоруси, чинить опір» (понад 1 млн 092 тис. переглядів) – 27 лютого (https://www.youtube.com/watch?v=RY5Xwih_RZ0);
- «Терміново. До уваги мешканців столиці» (понад 1 млн 034 тис. переглядів) – 26 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=b7MJm85XmGI>);
- «Ситуація на Херсонщині» (понад 1 млн 019 тис. переглядів) – 25 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=h6aJrQ9pgBc>).

До кінця березня 2022 р. показник кількості підписників YouTube Військового телебачення зріс до *711 тис.*, що разом з показниками переглядів відео та коментарів до них свідчить про актуальність обраних тем для користувачів.

У квітні 2022 р. приріст кількості підписників офіційного каналу «Військового телебачення» на YouTube становив *13 тис.* (з 711 тис. до *понад 724 тис.* підписників). При цьому кількість переглядів зросла до *близько 337 млн* (+ *11 млн* за місяць).

З 1 по 30 квітня 2022 р. військові журналісти Центральної телерадіостудії Міноборони України підготували та оприлюднили на офіційному каналі на YouTube *246 сюжетів* (у березні – 575).

Акцент робився на інформуванні громадськості щодо ходу бойових дій проти російських окупантів на території України:

- оперативна інформація щодо російського вторгнення (двічі на день),
- втрати ворожої армії у техніці та особовому складі,
- російські воєнні злочини на території України,
- дії військово-політичного керівництва України,
- героїзм та незламність українських чоловіків та жінок (рубрика #обличчявійни),
- спростування російських фейків (#InfoНаступ).

Основна частина відеоматеріалів з ТОП-15 (найбільш популярних) у квітні була опублікована у першій декаді місяця. Переважно це були зведення про оперативну обстановку (8 з 15), решта – матеріали про знищення російських військ в Україні (6 з 15), один сюжет стосувався звірств росіян на території України.

Показники переглядів конкретних відеосюжетів у квітні порівняно з березнем значно скоротилися, найбільший рейтинг мали сюжети щодо втрат ворожої армії у техніці та особовому складі:

- «18+. росіяни втекли, але лишили тисячі трупів своїх солдатів» – *понад 640 тис.* переглядів, 9 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=6yMPfECN958>);
- «Як знищили “еліту” російської армії | морська піхота РФ – від Чечні до України» – *понад 420 тис.* переглядів, 23 квітня (https://www.youtube.com/watch?v=giWffcZLC_Q);
- «Двох генералів ліквідовано, одного поранено / Нищівний удар по передовому пункту управління ворога» – *понад 369 тис.* переглядів, 23 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=byQQfK6FxrQ>);
- «Гордо йшли на Київ, але обісрались в підвалах Гостомельського аеропорту» – *понад 339 тис.* переглядів, 10 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=nCTW0hxSEzU>).

У квітні 2022 р. військові журналісти Центральної телерадіостудії Міноборони України створили низку відеоматеріалів «Зірки на підтримку ЗСУ» для покращення морально-психологічного стану воїнів та українців загалом.

Протягом травня 2022 р. кількість підписників офіційного каналу на YouTube «Військового телебачення» зросла на *понад 20 тис.* (до більше ніж *744 тис.* підписників), а переглядів – на *13,6 млн.* (до понад *350,6 млн.*).

З 1 по 31 травня 2022 р. військові журналісти Центральної телерадіостудії Міноборони України підготували та оприлюднили на офіційному каналі на YouTube *200 сюжетів* (для порівняння: *575* – у березні, *246* – у квітні).

Тематика «Військового телебачення» залишилася незмінною порівняно з попереднім місяцем:

- оперативна інформація щодо російського вторгнення (двічі на день),
- втрати ворожої армії у техніці та особовому складі,
- російські воєнні злочини на території України,
- дії військово-політичного керівництва України,
- героїзм та незламність українських чоловіків та жінок (телепрограма «Воїн – це я», рубрика #обличчявійни),
- спростування російських фейків (#InfoНаступ).

Згідно з аналізом найбільш популярних відеоматеріалів за кількістю переглядів (ТОП-15), у травні 2022 р. глядачів YouTube-каналу «ВійськТБ» цікавила передусім інформація про знищення російських окупантів українськими воїнами (8 сюжетів з 15) та оперативну обстановку на фронті (4 з 15):

1. «Захопили російські БМП-3 та Т-72Б3 / Обстановка на Запоріжжі» – *понад 553 тис.* переглядів, 2 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=cV3UEr9bduo>);
2. «Миколаївські урагани нищать рашистів» – *понад 537 тис.* переглядів, 12 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=GhC28f1-Vy4>);
3. «Ліквідація гру рф, “Урагани” роблять смерть ворогам / Миколаїв – воєнна хроніка подій» – *понад 509 тис.* переглядів, 13 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=vVYCb5bM-ew>);
4. «Міфи про каски та броніки. Частина 1» – *понад 368 тис.* переглядів, 3 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=3KgQJzomPeE>);
5. «Морська піхота – еліта ЗСУ» – *понад 349 тис.* переглядів, 23 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=1lTI0iT4cy0>);
6. «Як наша арта знищує окупанта» – *понад 328 тис.* переглядів, 10 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=0vOFpNW68yE>);
7. «У Белгородській області противник розгорнув пускові установки ОТРК “Іскандер-М”» – *понад 274 тис.* переглядів, 22 травня (до моменту видалення);
8. «Знищені російські Т-72Б3, БМД-4, станція РЕБ на Михайлівській площі Києва» – *понад 272 тис.* переглядів, 21 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=kwbyEgd69ek>);
9. «Авіація знищила переправу через Інгулець» – *понад 207 тис.* переглядів, 16 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=gQ1BltdDdKs>);
10. «Оперативна інформація станом на 06:00 01.05.2022 щодо російського вторгнення» – *понад 205 тис.* переглядів, 1 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=DgoiXa0vMH4>);
11. «Оперативна інформація станом на 06:00 09.05.2022» – *понад 182 тис.* переглядів, 9 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=tcG1OdDLtXk>);
12. «Американські М777 в дії / Українські артилеристи нищать ворога на сході» – *понад 180 тис.* переглядів, 14 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=mJCEEB4qdT4>);

13. «Оперативна інформація станом на 06:00 02.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 132 тис. переглядів, 2 травня (https://www.youtube.com/watch?v=hR3_eFbYc-8);

14. «Севєродонецьк. Бої на підступах» – понад 132 тис. переглядів, 22 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=ixR5lKgdkBw>);

15. «Оперативна інформація станом на 06:00 15.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 114 тис. переглядів, 15 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=c2sJ2U6onpw>).

З 24 травня на YouTube-каналі «Військове телебачення України» розпочався новий проєкт «Право знати» виробництва Центральної телерадіостудії Міноборони України спільно з Управлінням стратегічних комунікацій Апарату Головнокомандувача ЗС України, який розповідав про Міжнародне гуманітарне право, а саме про правила ведення війни. Особливої актуальності це набуло в умовах тотального зневажання російськими окупаційними військами Міжнародного гуманітарного права та вчинення ними тяжких воєнних злочинів.

За результатами аналізу ТОП-15 сюжетів на YouTube-каналі «Військове телебачення України» за лютий-травень 2022 р. (рис. 1), важливими для глядачів стали мотивуючі відео про героїзм українських воїнів, успіхи ЗС України та втрати російських військ.

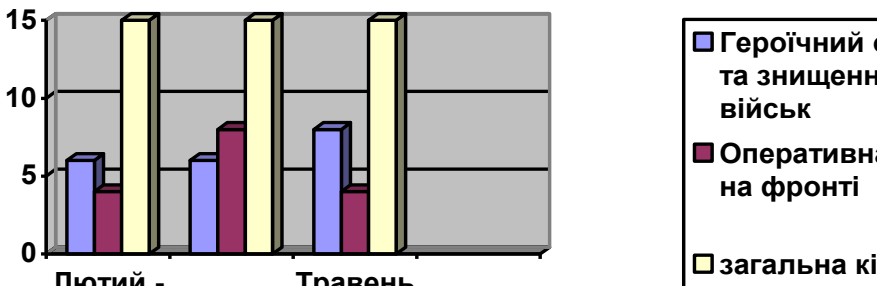


Рисунок 1. Тематика найбільш рейтингових відео на YouTube-каналі «Військове телебачення України» у лютому-травні 2022 р.

Абсолютна більшість матеріалів на YouTube-каналі «Військове телебачення України» у період з кінця лютого до кінця травня 2022 р. мала хронометраж від 1 до 5 хв., тобто відповідала формату окремих сюжетів класичного випуску новин. Виключення – хронометраж окремих програм в рубриках: «Право знати» – 4-8 хв., «Воїн – це я» – 7-8 хв. (зазвичай – 10-20 хв.).

За три місяці від початку відкритої збройної агресії росії проти України відбулося більш ніж трикратне зростання показників кількості підписників YouTube-каналу «Військове телебачення» – до 739 тис. (рис. 2).

ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ПЕРЕДПЛАТНИКІВ І ПЕРЕГЛЯД ВІДЕО ЗА МІСЯЦЬ ДЛЯ СТСТVUA

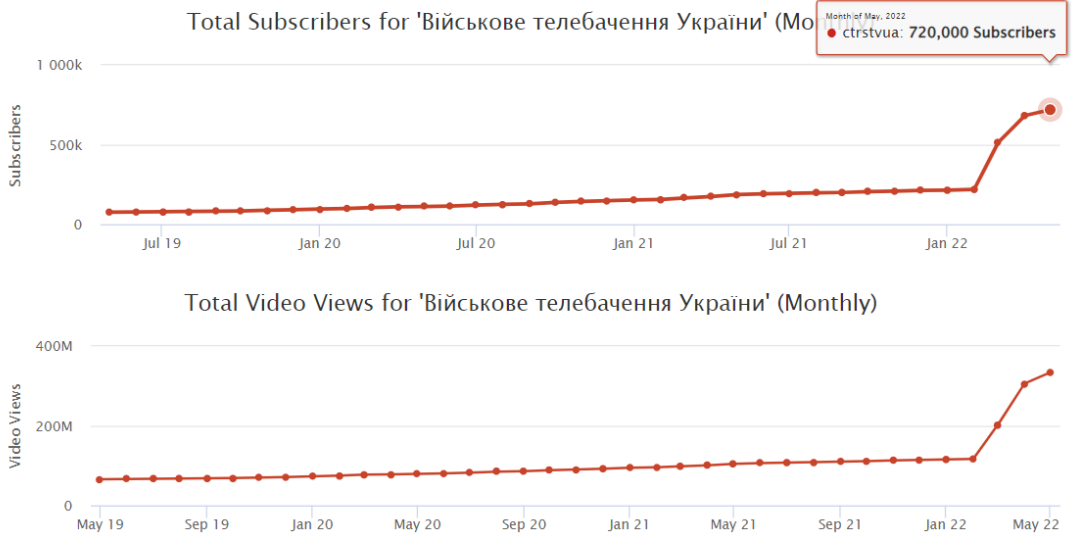


Рисунок 2. Загальна кількість підписників та переглядів відео YouTube-каналу «Військове телебачення України» з лютого по травень 2022 р.

Причинами цього можна визначити:

- стан «інформаційної невизначеності», що склався у перші дні російського вторгнення, коли українське суспільство гостро потребувало інформації з офіційних джерел про хід бойових дій, бажано у відеоформаті (як первинної, так і для перевірки раніше отриманої іншим шляхом);
- неспроможність телебачення, на якому розпочався «Єдиний марафон», задовольнити потребу громадян в інформації (згідно з дослідженням Інституту масової інформації, у перші два місяці з початку повномасштабного вторгнення росії українці активно читали новини та частіше оновлювали новинні стрічки, шукаючи інформацію, яка стосувалася їхньої безпеки [17]).

Варто наголосити, що зростання показників кількості підписників спостерігалось протягом аналізованого періоду у більшості YouTube-каналів, пов'язаних з інформацією про бойові дії або обстановку на лінії зіткнення.

Зокрема, така тенденція простежується при аналізі іншого джерела інформації про хід бойових дій на відеохостингу – офіційного Youtube-каналу Генерального штабу Збройних сил України «Генеральний штаб ЗСУ» (створений 21 жовтня 2015 р.).

Станом на 23 лютого 2022 р. цей канал мав 32 тисячі підписників. До кінця лютого 2022 р. кількість підписників зросла до 40 тисяч, а станом на 31 травня 2022 р. становила 89 тисяч (зростання у 2,7 рази).

Після 24 лютого 2022 р. основний контент на цьому верифікованому офіційному каналі – зведення щодо оперативної обстановки на лінії зіткнення (оперативна інформація подається речником двічі на добу), а також відео про героїзм українських воїнів, успіхи ЗС України та втрати російських військ.

Згідно з аналізом ТОП-20 відеоматеріалів на каналі «Генеральний штаб ЗСУ» у період з 24 лютого по 31 березня 2022 р., 18 з 20 найбільш рейтингових сюжетів оприлюднені наприкінці лютого – на початку березня і стосуються оперативної інформації щодо російського вторгнення, ще 2 демонструють втрати російських військ в Україні.

Превалюють стандартизовані заголовки відео на кшталт: «Оперативна інформація станом на 06.00 07.03.2022 щодо російського вторгнення» – *понад 198 тис.* переглядів, 7 березня (<https://www.youtube.com/watch?v=nrfoogT3NRA>); «Обстановка станом на 13.00 24.02.2022 (укр)» – *понад 182 тис.* переглядів, 24 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=NDZx8lffe4>); «Оперативна інформація станом на 06.00 02.03.2022 щодо #російського_вторгнення» – *понад 57 тис.* переглядів, 2 березня (<https://www.youtube.com/watch?v=vYE253mKgiU>); «Оперативна інформація станом на 18:00 27 лютого щодо російського вторгнення (#stoprussia)» – *понад 57 тис.* переглядів, 27 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=pi3HC6eUJNU>).

Проте інколи канал дозволяє собі відійти від «офіціозу» в заголовках на користь покращення просування відео, зокрема: «Без коментарів. Харківська область. Наслідки боїв» – *понад 37 тис.* переглядів, 30 березня (<https://www.youtube.com/watch?v=t7brHkyHLvU>); «Росіяни мабуть не знали, що “февраль” в Україні це “ЛЮТИЙ”» (#StopRussia) – *понад 27 тис.* переглядів, 27 лютого (<https://www.youtube.com/watch?v=ZjHKs9baAio>).

Вже у квітні 2022 р. з відео, які увійшли до ТОП-15 за переглядами на каналі, оперативної обстановки щодо російського вторгнення стосуються лише 5 сюжетів. Абсолютна більшість сюжетів, які глядачі дивилися найбільше, спрямована на підтримку духу воїнів ЗС України та цивільних громадян нашої держави (у т.ч. мотивуючі музичні кліпи), а також розповідають про хід боїв та звірства російських військовослужбовців проти мирного населення під час окупації регіонів України.

Наприклад, «MAX BARSKIN Don't F@ck With Ukraine» – *понад 1 млн 011 тис.* переглядів, 29 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=qvZOS4ArYeA>); «Ой у лузі червона калина» – *понад 955 тис.* переглядів, 10 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=N7pAXDwj3Q>); «Pikkardiyska Tertsia Hej, sokoly!» – *понад 701 тис.* переглядів, 16 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=AnFwhSXxPXg>); «Відео одного бою» – *понад 271 тис.* переглядів, 7 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=1626h46MYsw>); «Кого ховають на росії? РОСІЯ ПРОБИЛА ДНО БЕЗОДНІ (#stoprussia)» – *понад 40 тис.* переглядів, 19 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=ao955rmkUoY>); «Гостомель сьогодні. Без коментарів» – *понад 40 тис.* переглядів, 5 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=D2Nok7tOuiQ>); «Новий Биків – штаб у дитсадку, окопи на дитячих майданчиках, вкрадені подушки (#stoprussia)» – *понад 21 тис.* переглядів, 23 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=UJETokNn39Y>); «Гостомель, Буча, Ірпінь 02.04.2022 після звільнення від російських окупантів (#stoprussia)» – *понад 18 тис.* переглядів, 2 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=3TmvfkWwds>); «Ласкаво просимо до пекла! Welcome to Hell! (#stoprussia)» – *понад 15 тис.* переглядів, 10 квітня (<https://www.youtube.com/watch?v=d9IBv-GRw4g>).

У травні у ТОП-15 кількість мотивуючих музичних кліпів збільшується, натомість кількість сюжетів про хід боїв та звірства російських військовослужбовців проти мирного населення під час окупації регіонів України зменшується на користь оперативної інформації щодо російського вторгнення. При цьому кількість переглядів сюжетів з оперативною інформацією щодо російського вторгнення – значно зменшується.

1. «Ой у лузі червона калина» – *понад 2 млн 275 тис.* переглядів, 7 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=AUFQqfZNI6E>);

2. «Пісня про Чорнобаївку від ЗСУ» – понад 329 тис. переглядів, 2 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=1ynAJui-R6c>);
 3. «Allahumma salli ala Muhammad. Заслужений академічний Ансамбль пісні і танцю ЗСУ» – понад 47 тис. переглядів, 1 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=SkPOZ0W3Wsg>);
 4. «Байрактар. Фольклорний гурт “Святовид”» – понад 19 тис. переглядів, 23 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=S3wNkSROTmY>);
 5. «Оперативна інформація станом на 06.00 29.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 14 тис. переглядів, 29 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=iq3qhAnI36s>);
 6. «Оперативна інформація станом на 06.00 26.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 14 тис. переглядів, 26 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=0UvWLIZJ6Xs>);
 7. «САУ “Caesar” уже в ЗСУ» – понад 11 тис. переглядів, 25 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=jagxbnfVx0o>);
 8. «Оперативна інформація станом на 06.00 10.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 10 тис. переглядів, 10 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=uBMAkkRFi2E>);
 9. «Оперативна інформація станом на 06.00 05.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 9 тис. переглядів, 5 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=Gk48NJZdxpo>);
 10. «Оперативна інформація станом на 06.00 09.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 9 тис. переглядів, 9 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=8NHUBtGkU0Y>);
 11. «Оперативна інформація станом на 06.00 01.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 8 тис. переглядів, 1 травня (https://www.youtube.com/watch?v=LjZW_OnZvcE);
 12. «Оперативна інформація станом на 06.00 08.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 8 тис. переглядів, 8 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=VbQgccIqqGY>);
 13. «Оперативна інформація станом на 06.00 30.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 8 тис. переглядів, 30 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=VfAuSI7rOVw>);
 14. «Червона калина» від чернігівців» – понад 8 тис. переглядів, 30 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=4qdli-Nt8PA>);
 15. «Оперативна інформація станом на 06.00 02.05.2022 щодо російського вторгнення» – понад 8 тис. переглядів, 2 травня (<https://www.youtube.com/watch?v=B9q2efF3j-A>).
- Упродовж згаданого періоду на Youtube-каналі «Генеральний штаб ЗСУ» були започатковані і наповнювалися відповідними матеріалами рубрики «Коротко. Війна (Відеодайджест)», «Звичайні герої», «Байки з фронту» та «#stoprussia». При цьому матеріали останньої, а також спеціально створеної рубрики «Он не на учениях» (загалом випущено 5 відеочастин упродовж березня), спрямовувалися переважно на закордонну аудиторію.

Щодо хронометражу відео на каналі, в середньому кожне відео тривало 3-5 хв., що відповідає часу стандартного музичного кліпу або дозволяє викласти зведення щодо обстановки за добу/половину доби.

З 26 лютого 2022 р. подібне за тематикою (зведення з оперативною інформацією за добу та аналізом ситуації, що склалася), але з іншою подачею відео починає розміщуватися в рубриці «Війна 2022» на Youtube-каналі радника керівника Офісу Президента України Олексія Арестовича [18]. Активне зростання кількості підписників та переглядів відео цього каналу [19] збігається з процесом формування його нової аудиторії від початку позиціонування Олексія Арестовича (почав виступати з брифінгами від Офісу Президента України щодо оперативної ситуації в державі з 24 лютого 2022 р.) як джерела оперативної, правдивої і точної інформації про події російсько-української війни. Завдяки щоденним брифінгам глядачі почали сприймати Арестовича як мало не головне джерело

інформації в державі про перебіг бойових дій. Дотично про це свідчить аналіз запитів Вікіпедії за цей період [20].

Якщо станом на 23 лютого 2022 р. канал Олексія Арестовича налічував 159 тис. підписників, то до кінця травня ця кількість зросла до 1,51 млн (у 9,5 разів) (рис. 3, рис. 4).

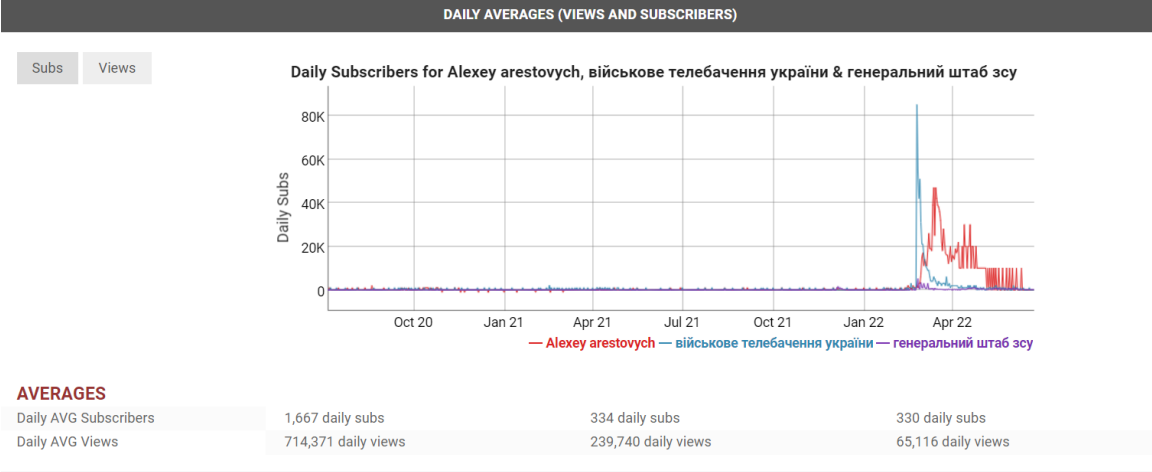


Рисунок 3. Кількість підписників на канали «Військов телебачення України», «Генеральний штаб ЗСУ», Alexey Arestovych (по днях).

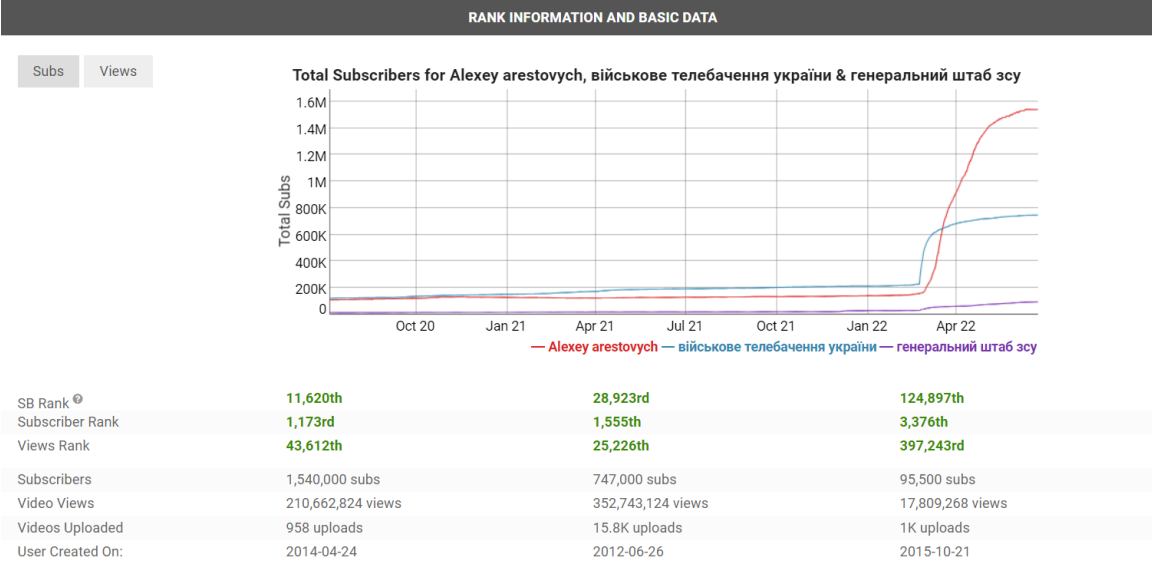


Рис. 4. Кількість підписників на канали «Військове телебачення України», «Генеральний штаб ЗСУ», Alexey Arestovych (загальна).

Водночас, до кінця аналізованого періоду висновки і прогнози спікера почали перетворюватися на меми (наприклад, «закінчення війни за два-три тижні, максимум місяць»)

внаслідок значної кількості пропагандистських тверджень та того, що радник голови Офісу президента Михайло Подоляк у середині червня 2022 р. охарактеризував як «певного роду викривлення» [21].

З початку травня офіційні брифінги Олексія Арестовича припинилися, проте він продовжував щодня оцінювати ситуацію на передовій у форматі інтерв'ю та бесід. У грудні 2022 р., на десятому місяці повномасштабного вторгнення, керівництво Міністерства оборони України заявило, що Олексій Арестович описує ситуацію на фронті простою мовою, однак за точною інформацією щодо перебігу війни слід звертатися до офіційних джерел [22].

Варто підкреслити, що характерною у зазначений період відмінністю Youtube-каналів «Відео військового телебачення» та «Генеральний штаб ЗСУ» порівняно з рубрикою «Война 2022» на Youtube-каналі радника керівника Офісу Президента України Олексія Арестовича є відсутність у перших двох трансляцій у форматі «LIVE» (ймовірно, через бажання обмежитися виключно перевіреною, уточненою і затвердженою до виходу в ефір інформацією).

Привертає увагу тотожність проблемно-тематичних напрямів найбільш рейтингових сюжетів таких YouTube-каналів на початку вторгнення (лютий-березень), але унікальність і відмінність контенту у квітні-травні.

За три місяці активної фази російсько-української війни YouTube-каналу «Військове телебачення України» вдалося збільшити власну аудиторію, а також в окремі моменти досягти не бачених раніше показників переглядів відео (як щоденних, так і загальних).

Максимально динамічно процес нарощення кількості підписників YouTube-каналу «Військове телебачення України» відбувався у період з кінця лютого до початку квітня 2022 р. Мільйонні перегляди відеоматеріалів виробництва ЦТРС МОУ на початку російського вторгнення в Україну були зумовлені потребою громадськості в отриманні в умовах хаосу оперативної об'єктивної інформації саме від офіційних військових джерел. Очевидно, що значну роль у збільшенні аудиторії YouTube-каналу «Військове телебачення України» відіграли також заголовки/ключові слова у назвах сюжетів.

З часом темпи збільшення кількості підписників уповільнилися, показники повернулися до довоєнних і стабілізувалися. Подібна динаміка характерна і для інших YouTube-каналів, які умовно можна об'єднати як «офіційні джерела інформації про хід російсько-української війни»: кінцевий споживач новин почав втомлюватися від матеріалів про війну та психологічно закриватися від неї.

Дотичне загальне спостереження зробив автор моніторингу загальнонаціонального телемарафону «Єдині новини #UAPазом» Ігор Куляс. На початку липня 2022 р. він зауважував, що «В новинному телемарафоні дедалі ... більшає частка тем, віддалених від війни. Разом із подібними ж тенденціями в підборі гостей, часом дивисься ефір телемарафону, і починає складатися враження, що війна закінчилася, а домінують різні економічні, житейські, посттравматичні та "мімімішні" теми» [23].

Водночас, зафіксоване зменшення кількості переглядів відеоконтенту виробництва «Військового телебачення України» після перших тижнів активної фази російсько-української війни може свідчити про «кристалізацію» аудиторії каналу, яка довіряє каналу та зацікавлена у новинах про Збройні сили України (включно з медіа, які використовують оприлюднену ЗС України офіційну інформацію для створення власних новин і сюжетів), а також боротьбу української нації за своє існування шляхом завдання поразки російській армії.

Рішення керівництва ЦТРС Міністерства оборони України з початком збройної агресії росії проти України призупинити усі проєкти «Військового телебачення України» на користь підготовки і трансляції відео на власному Youtube-каналі відбулося у загальному

зростаючому тренді до посилення інтернет-складника комунікації (особливо – з 2020 р. в умовах карантинних обмежень у зв'язку з пандемією COVID-19).

В умовах придушення або втрати телевізійного сигналу, неможливості виробництва телепрограм внаслідок бойових дій на значній території нашої країни у перші місяці повномасштабної агресії росії проти України Youtube набув особливої ваги для українських телеорганізацій. Адже доступ до каналів поширення інформації в інтернеті – зручний, доступний і недорогий. Це відзначає президент Української Асоціації Медіа Бізнесу, член Комісії з журналістської етики Олексій Погорелов, наголошуючи на продемонстрованій за час війни вразливості звичних способів «створювати медіа» і заробляти гроші. А також змінах в житті самих людей, читачів та слухачів, які втратили доступ до звичних джерел інформації, натомість отримали «джерела життєво важливої інформації, платформи для взаємодопомоги та для об'єднання зусиль чи координації дій» [24].

З початком відкритої російської збройної агресії проти України «Військове телебачення України» намагалося рухатися у фарватері формування одного з важливих складників перемоги над ворогом, який військовий аналітик, офіцер Армії оборони Ізраїлю Ігаль Левін називає «Медійність». Йдеться про «мобілізацію мас через медіа, причому через низові та, бажано, незалежні ЗМІ або максимально незалежні». Ігаль Левін зауважує, що «недостатньо просто знищити російський танк. Для мобілізації громадської думки та підняття бойового духу потрібно ще й завантажити відео знищення цього танка. І це релевантно будь-яким подіям. Чи була б мобілізація мас, коли ворог стояв під Києвом, якби не фото та відео спалених і розгромлених колон ЗС РФ на Чернігівщині та Сумщині? Мабуть, була б, але можна з великою впевненістю припустити, що вона була б менш масштабна і всеохопна» [25].

З 24 лютого 2022 р. військові журналісти ЦТРС МОУ у стислий термін започаткували низку спецпроектів за нагальною для діяльності ЗС України тематикою, що розповідають про головні події в державі та на фронті, допомагають боротися з фейками російської пропаганди, піднімають у глядачів бойовий дух та надихають на майбутню Перемогу.

Військові кореспонденти Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України доносять до суспільства інформацію з епіцентру бойових дій, готують оперативні матеріали безпосередньо з місць, де ведуться бойові дії. У своїх репортажах, відеосюжетах вони приділяють увагу як військовим, так і цивільному населенню, життєвим історіям тих, хто у складний для країни час власним прикладом доводить бажання і здатність боротися з ворогом за незалежність України, намагаються змінити на краще уявлення українського суспільства та світової спільноти про Українську армію.

Youtube-проект Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України «Військове телебачення України» з початком вторгнення росії в Україну відіграв роль у мобілізації, об'єднанні індивідів навколо ідеї героїчного спротиву агресору з боку українського народу та можливості перемоги українців у війні, хоча і був «низовим» з огляду на власну нішевість, незначні показники впізнаваності та охоплення.

Аналіз сюжетів на каналі за кількістю переглядів дає змогу зробити висновок, що зростання аудиторії каналу в розглянутий період стало можливим за рахунок посилення «агресивності» подачі і унікальності контенту: про бойові дії, втрати російських військ у живій силі і техніці, незламність і професіоналізм українських воїнів, їхні подвиги, фейки російської пропаганди.

Варто враховувати, що проекти державної (часто фінансованої за залишковим принципом) Центральної телерадіостудії Міноборони України не зможуть конкурувати за місце в ефірній сітці загальнонаціональних, регіональних чи місцевих телеканалів з проектами, ініційованими з метою отримання прибутків. Про це говорив генеральний директор інформагенції «Інтерфакс-Україна» Олександр Мартиненко під час експертної дискусії «Медіаекономіка в час війни: як знайшли шляхи оптимізації», організованої фундації

єю «Суспільність» за сприяння «Інтерньюз-Україна», «Детектора медіа» та Незалежної медійної ради. За його припущенням, «після закінчення спільного телемарафону кількість телеканалів у нас скоротиться в рази, ... медіа будуть брати і ставити все, за що платять гроші» [26].

Колективу телевізійної редакції Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України важливо спрямовувати зусилля на подальше закріплення *довіри* до виробленого контенту та власного реноме як відповідального, об'єктивного джерела інформації щодо воєнних подій, стратегій та політики.

Важливим на перспективу виглядає розвиток проєктів воєнно-історичного, військово-технічного, військово-спеціального спрямування тощо, випуск яких було призупинено з початком активної фази російсько-української війни. Також необхідно бути готовими інформаційно допомагати реінтеграції звільнених українських територій, соціальній адаптації ветеранів, які повернуться з фронту після війни тощо.

5. Висновки

В умовах початку активної фази російсько-української війни Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України була змушена перебудовувати власну роботу. Здебільшого цей процес відбувався у відповідності до загальних тогочасних трендів, які визначилися для телерадіоорганізацій і установ в Україні.

Вироблений контент колектив телерадіостудії ЦТРС МОУ почав подавати виключно через офіційний Youtube-канал «Військове телебачення України».

Характерна особливість проєкту – позиціонування його як офіційного джерела інформації про виконання Збройними силами України наказів військового командування. Контент проєкту відрізняється увагою до всіх сфер діяльності Збройних сил України, спрямований на підтримку їхнього іміджу, має вплив на громадську думку в контексті формування героїчного образу українських військовослужбовців та важливості спротиву агресору.

За умов змін українського медіапростору Youtube-проєкт Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України «Військове телебачення України» набуває рис потенційно важливого інструменту державної пропаганди задля підтримки та просування цивілізаційного вибору України через Збройні сили як гаранта надійного захисту цього вибору.

Контент ЦТРС МОУ є корисним для забезпечення широкого сприйняття інформації про військові події, стратегії та політику, а також з точки зору формування фактичного матеріалу щодо історії російсько-української війни у XXI столітті.

Потенціал Youtube-проєкту «Військове телебачення України» виглядає значним, у тому числі зважаючи на процес збільшення в Україні кількості осіб, які у той чи інший спосіб мають зв'язок зі Збройними силами, іншими складниками сектору безпеки і оборони держави.

Контент ЦТРС МОУ, який розповсюджується за допомогою Youtube-каналу «Військове телебачення України» може або пропонуватися загальнодержавним телеканалам, або стати основою ефірного мовлення окремого військового телеканалу, у разі ухвалення рішення про його створення.

Водночас, для реалізації амбітних завдань на перспективу необхідні впровадження формату живого спілкування у прямому ефірі («LIVE»), запрошення до ефіру відомих гостей (керівництво держави, сектору безпеки і оборони, експертів, видатних особистостей та ін.).

References

1. Dankova, N. (2022), "Silence on the air. Which Ukrainian TV and radio companies stopped broadcasting because of the war", *Detector Media*, available at: <https://detector.media/rinok/article/200126/2022-06-15-tysha-v-efiri-yaki-ukrainski-tele-i-radiokompanii-prypynyly-movlennya-cherez-viynu/> (accessed: 22 June 2022).
2. Shabanin, D. & Skyba, S. (2022), "What was discussed on the air of the joint TV marathon on September 17", *Detector Media*, available at: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/202935/2022-09-18-pro-shcho-govoryly-v-eteri-spilnogo-telemarafonu-17-veresnya/> (accessed: 19 September 2022).
3. Fedorenko, Yu. (2021), "The trends of hybrid aggression of the Russian Federation against Ukraine", *Censor.net*, available at: https://censor.net/ua/blogs/3302401/tendents_gbridno_agres_rf_proti_ukrani (accessed: 19 September 2022).
4. Hapeieva, O. & Poroniuk, R. (2022), "Origin and formation of information and media structures of the Armed Forces of Ukraine in 1991–2014", *Novitnia Doba [New Age]*, vol. 10, NAS of Ukraine, I. Krypiakievych Institute of Ukrainian Studies, Lviv, pp. 213–223, available at: DOI: 10.33402/nd.2022-10-213-223 (accessed: 29 December 2022).
5. Horievalov, S. I. & Zykun, N. I. (2013), "Military mass media in the information space of Ukraine: the tasks and the prospects of development", *Visnyk Lvivskoho Universytetu. Serii: Zhurnalistyka [Bulletin of Lviv University. Series: Journalism]*, vol. 38, Lviv, pp. 250–256.
6. Hrydchyna, V. (2022), "Comparative analysis of the public relations system of the Armed Forces of Ukraine and NATO", *Vcheni Zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism]*, vol. 33 (72), no. 1, part 3, pp. 249–256, available at: DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-3/40> (accessed: 10 October 2022).
7. Kaminskyi, S. (2021), "The features of work of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine", *Naukovo-Publitsystychne Vydannia Navchalno-Naukovoho Tsentru Stratehichnykh Komunikatsii u Sferi Zabezpechennia Natsionalnoi Bezpeky ta Oborony NUOU im. Ivana Cherniakhovskoho STRATCOM [Popular Scientific Publication of the Educational and Scientific Center for Strategic Communications in the Field of National Security and Defense of the National Defense University of Ukraine named after Ivan Cherniakhovskiy STRATCOM]*, issue 2021(2), pp. 22–26, available at: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (accessed: 10 October 2022).
8. Pokotylo, O. & Seheda, S. (2014), "Formation of military newspapers of the independent Ukraine and their role in reformation of the armed forces", *Hileia: Naukovyi Visnyk [Hileia: Scientific Herald]*, vol. 80, pp. 115–120.
9. Seheda, S. P. (2012), *Creation and Development of the Ukrainian Military Press (the XX – the Beginning of the XXI Century): a Monograph*, Ovid, Rivne, 504 p.
10. Seheda, S. (2019), "Means of mass communication in the combat area: historical experience and present", *Voyenno-Istorychnyi Visnyk [Military-Historical Herald]*, vol. 31(1), pp. 5–19, available at: <https://doi.org/10.33099/2707-1383-2019-31-1-5-19> (accessed: 15 October 2022).
11. Aleshchenko, V.I., Andrusenko, T.V., Stasiuk, V.V., Chornyi, V. S. et al (Eds.). (2017), *Socio-Communicative Processes in the Armed Forces of Ukraine: a Textbook*, the National Defense University of Ukraine named after Ivan Cherniakhovskiy, Kyiv, 372 p.

12. Pidmohylina, N. & Nauruzov, A. (2019), “Ukrainian military press: compliance with time”, *Communications and Communicative Technologies*, vol. 19, pp. 62-69, available at: <https://doi.org/10.15421/291909> (accessed: 12 October 2022).

13. Prauta, M. V. (2021), “Functioning of the Ukrainian military print media in the conditions of external aggression (2014–2020)”, *Vcheni Zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism]*, vol. 32 (71), part 2, pp. 226-233, available at: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/40> (accessed: 10 October 2022).

14. Shulzhenko, A. & Rula, N. (2022), “Genre diversity on the pages of domestic news agencies during the full-scale Russian-Ukrainian war”, *Vcheni Zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka [Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism]*, vol. 33 (72), part 4/2, pp. 288-292, available at: DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.4.2/47> (accessed 10 October 2022).

15. Kaminskyi, S. (2021), “The features of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine”, *Naukovo-Publitsystychne Vydannia Navchalno-Naukovoho Tsentru Stratehichnykh Komunikatsii u Sferi Zabezpechennia Natsionalnoi Bezpeky ta Oborony NUOU im. Ivana Cherniakhovskoho STRATCOM [Popular Scientific Publication of the Educational and Scientific Center for Strategic Communications in the Field of National Security and Defense of the National Defense University of Ukraine named after Ivan Cherniakhovskiy STRATCOM]*, issue 2021(2), pp. 22-26, available at: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (accessed 10 October 2022).

16. Ostapa, S. (2022), “Oleksandr Motuzyanyk, A Spokesman of the Ministry of Defense: “We support the media that criticize us – let them see with their own eyes where the truth is and where it is fiction”, *Detector Media*, available: <https://detector.media/infospace/article/200636/2022-07-01-rechnyk-minoborony-oleksandr-motuzyanyk-my-spryyaemo-media-yaki-nas-krytykuyut-nekhay-bachat-na-vlasni-ochi-de-pravda-a-de-domysly/> (accessed 04 July 2022).

17. Institute of Mass Information (2022), “Due to the war, the traffic of some Ukrainian media increased by 300% – IMI”, available at: <https://imi.org.ua/monitorings/cherez-vijnu-trafik-deyakyh-ukrayinskyh-media-zbilshyvsya-na-300-imi-i45225> (accessed: 01 May 2022).

18. Arestovych, A. (2022), “War 2022-2023”, *Youtube.com*, available at: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLHBacZjYq-jwRvdgyycHdsgIixEn222LP> (accessed: 07 July 2022).

19. Social Blade (2022), “Alexey Arestovych: through thorns to the stars”, available at: <https://socialblade.com/youtube/user/arestovych/monthly> (accessed 04 July 2022).

20. Petrushko, V. (2022), “The most visited Wikipedia articles for three months since the full-scale invasion”, *Wikimedia Ukraina [Wikimedia Ukraine]*, available at: https://blog.wikimedia.org.ua/2022/06/03/most-popular-articles-during-invasion/?fbclid=IwAR1ORk-PaiJ2YN6BVm97XwamNNaGGxUbf_vHLZUju2eT4U3CDuCocNurwxw (accessed: 04 July 2022).

21. Zhartovska, M. & Spirin, Ye. (2022), “Mykhailo Podolyak has been living in the President’s Office building for 120 days. He pathetically criticizes the West, openly talks about the necessary weapons and Ukraine’s losses in the war – a great interview”, *Babel*, available at: <https://babel.ua/texts/80366-mihaylo-podolyak-120-dniv-zhive-v-ofisi-prezidenta-yogo-kritikuye-sekretar-rnbo-danilov-a-vin-pafosno-kritikuye-zahid-rozpovidaye-pro-neobhidnu-zbroyu-i-vtrati-ukrajini-na-viyni-velike-interv-yu> (accessed 07 July 2022).

22. Malyar, H. (2022), “Ministry of Defense: Arestovych describes the war in “simple language”, but only the military provides accurate information”, *Detector Media*, available at: <https://detector.media/infospace/article/205994/2022-12-14-minoborony-arestovych-opysuiet>

viynu-prostoyu-movoyu-ale-tochnu-informatsiyu-nadayut-lyshe-viyskovi/ (accessed 19 December 2022).

23. Kulyas, I. (2022), “What was broadcasted on the joint TV marathon “Yedyni novyny”/“General news” on June 27: a summary”, *Detector Media*, available at: <https://ms.detector.media/shchodenni-telenovini/post/29777/2022-07-03-yakym-buv-efir-spilnogo-telemarafonu-iedyni-novyny-27-chervnya-rezyume/> (accessed 07 July 2022).

24. Pohorielov, O. (2022), “War and local media: three important changes”, *Detector Media*, available at: <https://detector.media/blogs/article/200428/2022-06-24-viyna-ta-mistsevi-media-try-vazhlyvi-zminy/> (accessed 27 June 2022).

25. Levin, I. (2022), “100 days of the Great War. What is already clear and what still needs to be learned”, *Focus*, available at: <https://focus.ua/uk/opinions/517633-100-dniv-velikoji-viyni-shcho-vzhe-zrozumilo-i-shcho-shche-treba-diznatsiya> (accessed: 03 June 2022).

26. Zablotska, V. (2022), “People ran to us – I hope we can be with them and answer their questions”. How the media survives during the war”, *Detector Media*, available at: <https://detector.media/community/article/200493/2022-06-27-lyudy-pobigly-do-nas-spodivayusya-my-zmozhemo-butyz-nymy-i-vidpovidaty-na-ikhni-zapytannya-yak-vyzhyvayut-media-pid-chas-viyny/> (accessed: 27 June 2022).

Submitted 03.03.2023

Список літератури

1. Данькова Н. Тиша в ефірі. Які українські теле- і радіокомпанії припинили мовлення через війну. URL: <https://detector.media/rinok/article/200126/2022-06-15-tysha-v-efiri-yaki-ukrainski-tele-i-radiokompanii-prypynyly-movlennya-cherez-viynu/> (дата звернення: 22.06.2022).

2. Шабанін Д., Скиба С. Про що говорили в етері спільного телемарафону 17 вересня. URL: <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/202935/2022-09-18-pro-shcho-govoryly-v-eteri-spilnogo-telemarafonu-17-veresnya/> (дата звернення: 19.09.2022)

3. Федоренко Ю. Тенденції гібридної агресії РФ проти України. URL: https://censor.net/ua/blogs/3302401/tendents_gbridno_agres_rf_prot_i_ukrani (дата звернення: 19.09.2022)

4. Гапеева О., Поронюк Р. Зародження та становлення інформаційно-медійних структур Збройних сил України в 1991–2014 роках. *Новітня доба / гол. ред. Михайло Романюк; НАН України, Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича*. Львів, 2022. Вип. 10. 296 с. С. 213–223. DOI: 10.33402/nd.2022-10-213-223 (дата звернення: 29.12.22).

5. Горевалов С. І., Зикун Н. І. Військові ЗМК в інформаційному просторі України: завдання й перспективи розвитку. *Вісник Львівського університету: збірник наукових праць. Серія Журналістика*. Львів, 2013. Вип. 38. С. 250–256.

6. Гридчина В. Порівняльний аналіз системи зв'язків з громадськістю збройних сил України та НАТО. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33 (72), № 1. Ч. 3. С. 249–256. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-3/40> (дата звернення: 10.10.22).

7. Камінський С. Особливості роботи Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України. *Науково-публіцистичне видання Навчально-наукового центру стратегічних комунікацій у сфері забезпечення національної безпеки та оборони НУОУ ім. Івана Черняховського STRATCOM*. Київ, 2021. Вип. 2021(2). С. 22–26. URL: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (дата звернення: 10.10.22).

8. Покотило О., Сегеда С. Становлення військових газет незалежної України та їх роль у реформуванні збройних сил. Київ : *Гілея: науковий вісник*. 2014. Вип. 80. С. 115–120.

9. Сегеда С. П. Створення та розвиток української військової преси (XX – початок XXI ст.) : монографія. Рівне : Овід, 2012. 504 с.

10. Сегеда С. Засоби масової комунікації у зоні бойових дій: історичний досвід і сучасність. *Воєнно-історичний вісник*. Т. 31 (1). С. 5–19. DOI: <https://doi.org/10.33099/2707-1383-2019-31-1-5-19>. (дата звернення: 15.10.22).

11. Суспільно-комунікативні процеси у Збройних Силах України : підручник / В. І. Алещенко, Т. В. Андрусенко, В. В. Стасюк та ін. ; за заг. ред. В. С. Чорного. Київ : НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2017. 372 с.

12. Підмогильна Н., Наурузов А. Українська військова преса: відповідність часу. *Communications and Communicative Technologies*. 2019. № 19. С. 62–69. DOI: <https://doi.org/10.15421/291909> (дата звернення: 12.10.22).

13. Праута М. Функціонування українських друкованих військових засобів масової інформації за умов зовнішньої агресії (2014–2020 рр.). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71), № 2. Ч. 2. С. 226–233. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/40> (дата звернення: 10.10.22).

14. Шульженко А., Рула Н. Жанрове різноманіття на сторінках вітчизняних інформаційних агентств у період повномасштабної російсько-української війни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33 (72), № 4. Ч. 2. С. 288–292. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.4.2/47> (дата звернення: 10.10.22).

15. Камінський С. Особливості роботи Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України. *Науково-публіцистичне видання Навчально-наукового центру стратегічних комунікацій у сфері забезпечення національної безпеки та оборони НУОУ ім. Івана Черняхівського STRATCOM*. Київ, 2021. Вип. 2021(2). С. 22–26. URL: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (дата звернення: 10.10.22).

16. Речник Міноборони Олександр Мотузяник: Ми сприяємо медіа, які нас критикують, – нехай бачать на власні очі, де правда, а де домисли. URL: <https://detector.media/infospace/article/200636/2022-07-01-rechnyk-minoborony-oleksandr-motuzanyk-my-spruyaiemo-media-yaki-nas-krytykuyut-nekhay-bachat-na-vlasni-ochi-de-pravda-a-de-domysly/> (дата звернення: 04.07.2022).

17. Через війну трафік деяких українських медіа збільшився на 300% – IMI. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/chezez-vijnu-trafik-deyakyh-ukrayinskyh-media-zbilshyvsvya-na-300-imi-i45225> (дата звернення: 01.05.2022).

18. Youtube Alexey Arestovych. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLHBacZjYq-jwRvdgyycHdsg1ixEn222LP> (дата звернення: 07.07.2022).

19. URL: <https://socialblade.com/youtube/user/arestovych/monthly> (дата звернення: 04.07.2022).

20. Найвідвідуваніші статті Вікіпедії за три місяці повномасштабного вторгнення. URL: https://blog.wikimedia.org.ua/2022/06/03/most-popular-articles-during-invasion/?fbclid=IwAR1ORk-PaiJ2YN6BVm97XwamNNaGGxUbf_vHLZUju2eT4U3CDuCocNurwxw (дата звернення: 04.07.2022).

21. Михайло Подоляк 120 днів живе в Офісі президента. Його критикує секретар РНБО Данілов, а він пафосно критикує Захід, розповідає про необхідну зброю і втрати України на війні – велике інтерв'ю. URL: <https://babel.ua/texts/80366-mihaylo-podolyak-120-dniv-zhive-v-ofisi-prezidenta-yogo-kritikuye-sekretar-rnbo-danilov-a-vin-pafosno-kritikuye-zahid-rozpovidaye-pro-neobhidnu-zbroyu-i-vtrati-ukrajini-na-vijni-velike-interv-yu> (дата звернення: 07.07.2022).

22. Міноборони: Арестович описує війну «простою мовою», але точну інформацію надають лише військові. URL: <https://detector.media/infospace/article/205994/2022-12-14-minoborony-arestovych-opysuie-viynu-prostoyu-movoyu-ale-tochnu-informatsiyu-nadayut-lyshe-viyskovi/> (дата звернення: 19.12.2022).

23. Яким був ефір спільного телемарафону «Єдині новини» 27 червня: резюме. URL: <https://ms.detector.media/shchodenni-telenovini/post/29777/2022-07-03-yakym-buv-efir-spilnogo-telemarafonu-iedyni-novyny-27-chervnya-rezyume/> (дата звернення: 07.07.2022).

24. Війна та місцеві медіа: три важливі зміни. URL: <https://detector.media/blogs/article/200428/2022-06-24-viyna-ta-mistsevi-media-try-vazhlyvi-zminy/> (дата звернення: 27.06.2022).

25. 100 днів Великої війни. Що вже зрозуміло і що ще треба дізнатися. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/517633-100-dniv-velikoji-viyni-shcho-vzhe-zrozumilo-i-shcho-shche-treba-diznatisya> (дата звернення – 03.06.2022).

26. «Люди побігли до нас – сподіваюся, ми зможемо бути з ними і відповідати на їхні запитання». Як виживають медіа під час війни. URL: <https://detector.media/community/article/200493/2022-06-27-lyudy-pobigly-do-nas-spodivayusya-my-zmozhemo-buty-z-nymy-i-vidpovidaty-na-ikhni-zapytannya-yak-vyzhyvayut-media-pid-chas-viyny/> (дата звернення: 27.06.2022).

Надійшла до редакції 03.03.2023