

*Волинський Р. М., здобувач вищої освіти;  
Гінкевич О. В., кандидат педагогічних наук, доцент  
кафедри реклами та PR-технологій  
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова*

## **ВОЄННА ТЕМАТИКА ЯК СЕГМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО КОНТЕНТУ «СУСПІЛЬНЕ МИКОЛАЇВ»**

***Анотація.** У тезах досліджено особливості функціонування воєнної тематики як складника інформаційного контенту регіонального мовника «Суспільне Миколаїв». Проаналізовано частку воєнних публікацій, їх популярність серед аудиторії, жанрову специфіку та тематичну структуру. Визначено основні тенденції висвітлення війни на регіональному рівні.*

***Ключові слова:** воєнна тематика, регіональні медіа, Суспільне, журналістика, контент-аналіз.*

**Вступ.** Повномасштабна війна в Україні суттєво трансформувала інформаційний простір, зокрема діяльність регіональних медіа. Одним із ключових джерел інформації для локальних аудиторій є «Суспільне Миколаїв», яке виконує функцію оперативного інформування населення про події в регіоні та країні. У цьому контексті особливої актуальності набуває аналіз воєнної тематики як сегмента інформаційного контенту цього медіа.

У межах дослідження здійснюється моніторинг публікацій за визначений часовий період, що дає змогу встановити динаміку висвітлення воєнних подій. Аналіз показує, що воєнна тематика займає провідне місце в інформаційній політиці «Суспільного Миколаїв», формуючи значну частку контенту. У періоди активних бойових дій або масованих обстрілів Миколаївської області частка таких матеріалів істотно зростає, що свідчить про пріоритетність оперативної інформації для аудиторії.

**Основний розділ.** Важливим показником є відсоткове співвідношення воєнного контенту з іншими тематичними блоками. У структурі публікацій «Суспільного Миколаїв» воєнні матеріали домінують над соціальними, культурними та розважальними темами, що є закономірним у воєнний період. Водночас у відносно стабільні періоди спостерігається часткове відновлення балансу тематик, хоча воєнна проблематика залишається центральною.

Наступним аспектом є аналіз попиту аудиторії на воєнний контент, який визначається за показниками переглядів, поширень та взаємодій. Дослідження демонструє, що найбільшу увагу аудиторії привертають матеріали про обстріли, наслідки бойових дій та безпекову ситуацію в регіоні. Водночас високий рівень залученості спостерігається у портретних матеріалах, що розповідають про військових, ветеранів, цивільних, які постраждали від війни. Це свідчить про поєднання інформаційного та емоційного запиту аудиторії.

Окрему увагу приділено жанровій структурі воєнного контенту. На платформі «Суспільне Миколаїв» переважають новини як базовий жанр оперативного

інформування, проте значну частку займають також репортажі, інтерв'ю та аналітичні матеріали. Зростання ролі репортажів свідчить про прагнення журналістів до глибшого висвітлення подій, передачі атмосфери та контексту війни. Інтерв'ю та історії героїв забезпечують персоналізацію контенту та підвищують рівень довіри аудиторії.

Важливим елементом дослідження є тематичне структурування воєнних публікацій. У контенті «Суспільного Миколаїв» можна виокремити кілька основних підтем:

- повідомлення про обстріли («прильоти») та їх наслідки;
- портретні матеріали (історії військових, ветеранів, звільнених з полону, загиблих);
- репортажі про діяльність Збройних Сил України та інших військових формувань;
- матеріали про відновлення інфраструктури та життя в умовах війни.

Такий розподіл дає змогу комплексно висвітлювати воєнну реальність, поєднуючи оперативність, аналітику та людський вимір подій. Особливо важливою є тенденція до збільшення кількості портретних матеріалів, що формують емоційний зв'язок між аудиторією та героями публікацій.

**Висновки.** Отже, аналіз показує, що воєнна тематика є системоутворюючим елементом контенту «Суспільного Миколаїв». Вона визначає редакційну політику, впливає на жанрову структуру та формує інформаційні запити аудиторії. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на порівняльний аналіз з іншими регіональними медіа та оцінку ефективності подачі воєнного контенту.

### Список використаних джерел

1. Моніторинг регіональних медіа України. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings> (дата звернення: 22.04.2026).
2. Аналітичні дослідження українського медіапростору. *Детектор медіа*. <https://detector.media/tag/39388/> (дата звернення: 20.04.2026).
3. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: ПАІС, 2008.
4. Почепцов Г. Інформаційні війни. Київ: Видавництво, 2015.

**УДК 659.3/.4:355.01(477)**

*Данко Б. В., здобувачка вищої освіти;  
Стефанець В. Б., асистент кафедри журналістики  
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

## МЕДІЙНА РЕКЛАМА В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

**Анотація.** Досліджено трансформацію рекламного контенту в українських медіа в умовах повномасштабного вторгнення. Проаналізовано ефективні рекламні кампанії воєнного часу, системні порушення стандартів маркування та роль Telegram-каналів. Встановлено, що збереження довіри аудиторії залежить від прозорості та соціальної відповідальності медіа.