

інформаційним впливам держави-агресора, моніторингу ворожих наративів в ефірі, чіткої координації зусиль державних установ і організацій, правоохоронних органів, громадських об'єднань, небайдужих громадян.

2. **Важливість** поліпшення медіаграмотності в якості ключового елементу національної безпеки, що дає змогу розпізнавати дезінформацію, протистояти маніпуляціям та забезпечує здатність до об'єктивного аналізу інформації.

3. **Сприяння** фаховому діалогу між суспільством, медіа, органами державної влади і місцевого самоврядування в царині захисту інформаційного простору.

### Список використаних джерел

1. Про медіа: Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-IX> (дата звернення: 20.04.2026).

**УДК: 070:004.8:77.01:355.01(477.44)**

*Слободянюк А. О., здобувачка вищої освіти;  
Родигін К. М., кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри журналістики та соціальних комунікацій  
Донецького національного університету імені Василя Стуса*

## **ДИНАМІКА ОБРАЗІВ ВІДКЛЮЧЕНЬ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ В РЕГІОНАЛЬНИХ ОНЛАЙН-МЕДІА ВІННИЧЧИНИ (2022–2026)**

***Анотація.** Досліджено динаміку візуальних образів відключень електроенергії у регіональних онлайн-медіа Вінниччини в умовах повномасштабного вторгнення рф. Виявлено зміни яскравості, колірної палітри та типів зображень протягом 2022–2026 рр.*

***Ключові слова:** повномасштабне вторгнення рф в Україну, регіональні онлайн-медіа, відключення електроенергії, візуальний контент.*

**Вступ.** Згідно з даними «DiXi Group» (від 24.02.2026), за період повномасштабної війни росія завдала щонайменше 64 масовані атаки на енергетичну інфраструктуру України. Агресор застосував приблизно 2,9 тисячі ракет різних типів та 12,7 тисяч ударних БПЛА [1]. Вінницька область є однією з тих, що зазнала руйнувань та відключень електроенергії внаслідок атак ворога [2]. У цих умовах регіональні онлайн-медіа виконують функцію інформування населення, формуючи фактологічне й візуальне уявлення про перебіг подій.

**Метою дослідження** – виявлення динаміки візуальних образів відключень електроенергії у регіональних онлайн-медіа Вінниччини протягом 2022–2026 рр. В основу роботи покладено алгоритмічний аналіз даних із використанням data mining та computer vision. Програмна реалізація здійснена мовою Python. У дослідженні використано методи: Web Scraping (формування датасету за допомогою Requests і BeautifulSoup); Data Cleaning та Filtering (очищення даних через стоп-слова для вилучення нерелевантного контенту); Temporal EDA (аналіз часової динаміки публікацій); Luminance Analysis (розрахунок сприйманої яскравості

зображень); K-Means Clustering (екстракція доміантних колірних палітр); AI-дескрипція – модель VLP (автоматична генерація текстових описів зображень для подальшої семантичної класифікації).

**Виклад основного матеріалу.** У межах дослідження образ відключень електроенергії визначається як візуальна репрезентація події в медіа, сформована поєднанням технічних параметрів зображення (яскравість, колористика) та змістових характеристик. До вибірки увійшли три регіональні онлайн-медіа Вінниччини: портал новин «Вежа», інтернет-видання «Новини Вінниці» та «Вінничани». Критерії відбору: наявність запису в «Реєстрі суб’єктів у сфері медіа» станом на 01.02.2026 та технічна архітектура сайтів, що дає змогу коректно здійснювати Web Scraping [3]. Дослідження охоплює період із 24.02.2022 до 01.04.2026, що дає змогу простежити динаміку змін від початку повномасштабного вторгнення рф.

Формування датасету здійснювалося шляхом автоматизованого збору публікацій із подальшою фільтрацією за ключовими словами та фразами: «blackout», «блекаут», «без світла», «графіки», «графіки + відключень», «відключення + світла», «відключення + електроенергії», «вимкнення + світла», «вимкнення + електроенергії», а також стоп-словами. Структура датасету містить такі поля: дата публікації, джерело, заголовок, URL зображення та посилання на матеріал. Після очищення від дублікатів і нерелевантних записів сформовано корпус обсягом 206 публікацій, зокрема: «Вежа» – 78, «Новини Вінниці» – 99, «Вінничани» – 34.

Під час аналізу часового ряду було виявлено, що кількість публікацій за роками становить: 2022 р. – 33; 2023 р. – 8; 2024 р. – 64; 2025 р. – 50; 2026 р. – 51. Найменше публікацій зафіксовано у 2023, натомість із 2024 спостерігається зростання. Також виявлено чотири періоди піків медіаактивності, що корелюють із атаками на енергосистему: жовтень 2022 – лютий 2023 р.; травень – серпень 2024 р.; листопад 2024 – січень 2025 р.; жовтень 2025 – березень 2026 р. (рис. 1) [1].

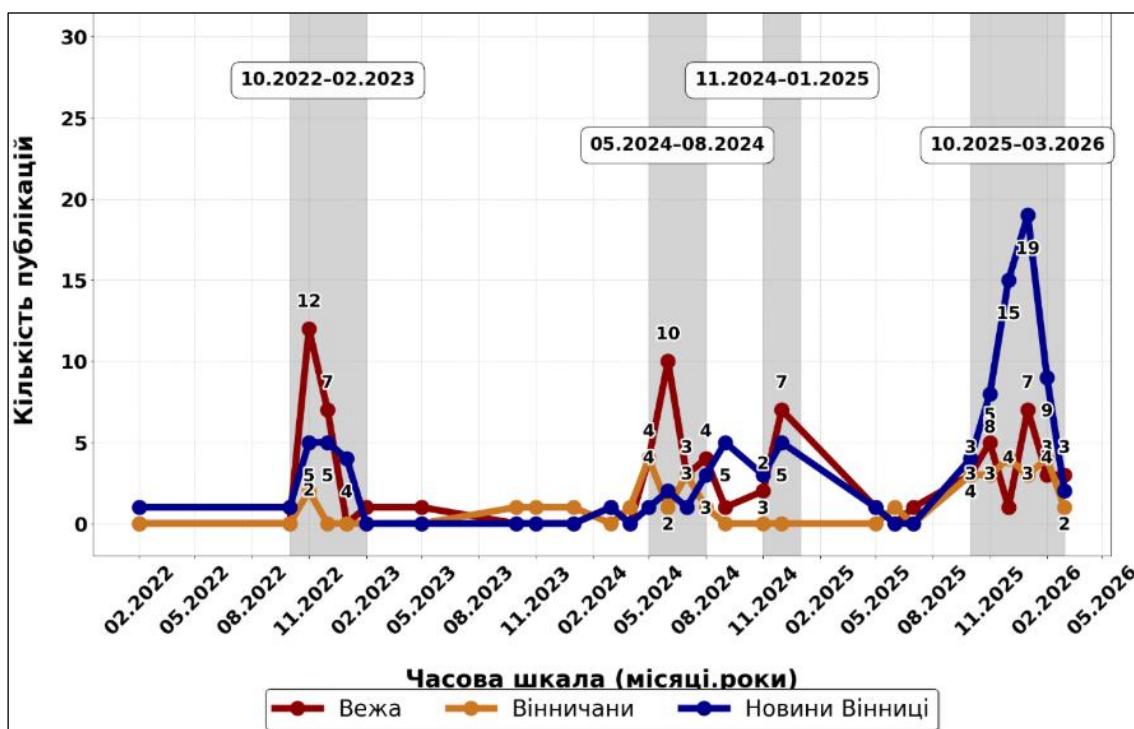


Рисунок 1 – Порівняльна динаміка кількості публікацій (2022–2026)

Для оцінки візуальної тональності медіаконтенту здійснено алгоритмічний розрахунок середньої яскравості шляхом обробки RGB-пікселів зображень за формулою (1) [4]:

$$L = 0,299R + 0,587G + 0,114B \quad (1)$$

де  $L$  – рівень яскравості;

$R, G, B$  – інтенсивність червоного, зеленого та синього каналів відповідно.

Параметр  $L$  (від 0 до 255) визначає фізичну яскравість: низькі значення (ближче до 0) – темні зображення, високі (ближче до 255) – світлі.

На графіку відображено динаміку тональності зображень за роками (рис. 2).

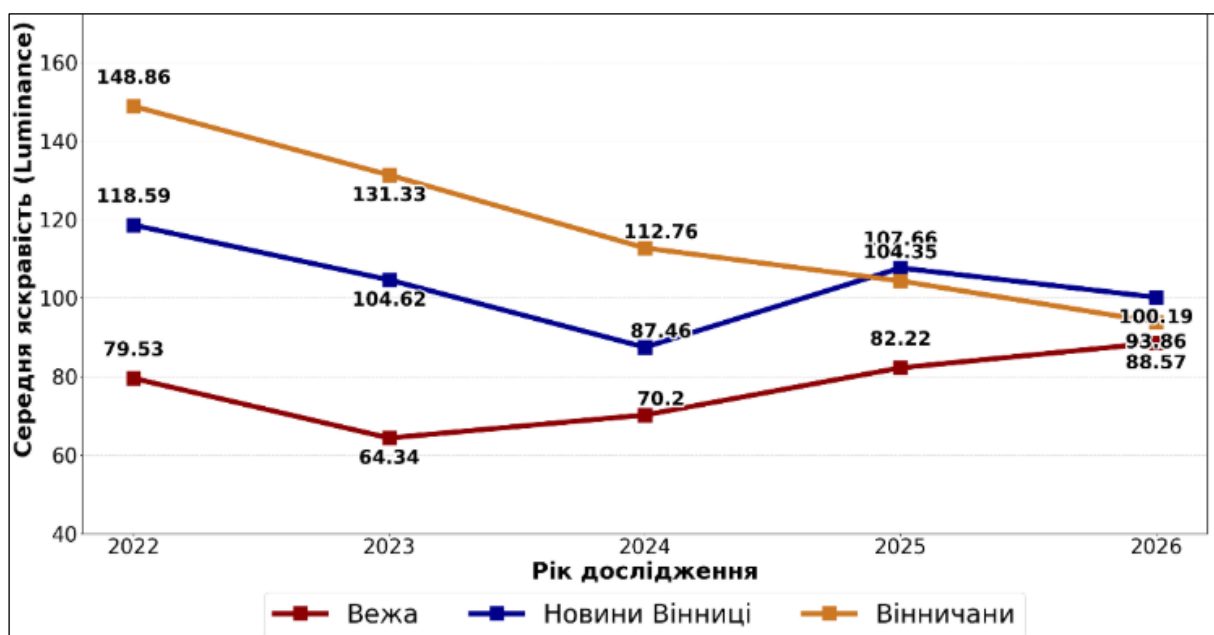


Рисунок 2 – Порівняльна динаміка візуальної тональності (2022–2026)

Спільним трендом для трьох медіа є падіння яскравості у 2023–2024 рр. Найнижчу яскравість зафіксовано у «Вежі» з мінімумом 64,34 у 2023 р. Медіа «Вінничани» та «Новини Вінниці» демонструють ідентичну низхідну динаміку: від високої яскравості у 2022 р. (148,86 та 118,59 відповідно) до затемнення у 2024 р. (112,76 та 87,46). Середнє значення яскравості зображень трьох медіа має тенденцію до зниження показника (часткове зростання у 2025 р.): 2022 р. – 115,66; 2023 р. – 100,1; 2024 р. – 90,14; 2025 р. – 98,08; 2026 р. – 94,21.

Метод кластеризації K-Means застосовано для екстракції 25 домінуючих кольорів у межах кожного року дослідження (рис. 3).

На отриманих кольорних палітрах спостерігається переважання у 2022–2023 рр. темних і приглушених тонів (чорний, темно-коричневий, сірий, темно-синій) із поодинокими теплими акцентами (помаранчевий, червоний). У 2024–2026 рр. зафіксовано розширення спектра (жовтий, блакитний, світло-коричневий, охристий) зі збереженням темної бази.

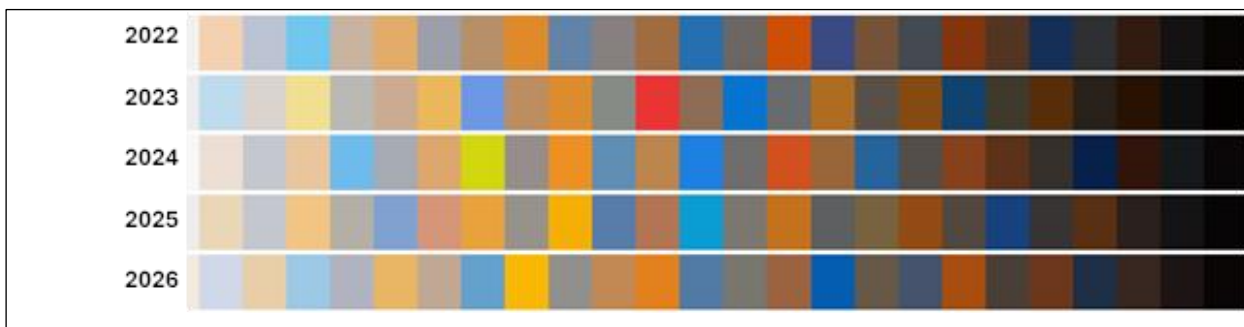


Рисунок 3 – Динаміка колірної палітри зображень (2022–2026)

За допомогою моделі VLIP здійснено автоматичну генерацію текстових описів зображень. Було описано 200 зображень. Загальна кількість публікацій із зображеннями – 206, із них дублікатів – 21. Моделлю зафіксовано три помилки опису зображень, які мали дублікати. На основі даних сформовано чотири типи образів: предметна репрезентація джерел освітлення, об’єктно-інфраструктурна репрезентація, деструктивно-мілітарна та інші візуальні формати. Відповідно до отриманих результатів спостерігається домінування предметної репрезентації у всьому періоді дослідження, а саме: 2022 р. – 18; 2023 р. – 4; 2024 р. – 43; 2025 р. – 31; 2026 р. – 38 (рис. 4).



Рисунок 4 – Динаміка репрезентації образів відключення електроенергії в медіа (2022–2026)

Частка інфраструктурних образів є стабільно низькою (1–7 на рік). Деструктивно-мілітарна репрезентація з’являється епізодично (пік – 4 у 2025 р.), ймовірно відображаючи періоди загострення та інтенсивність руйнувань.

**Висновки.** За результатами аналізу 206 публікацій трьох регіональних онлайн-медіа Вінниччини встановлено нерівномірну динаміку медіаактивності щодо відключень електроенергії: мінімальне значення у 2023 р. (8 матеріалів) змінюється зростанням у 2024–2026 рр. (64–50–51), що корелює з інтенсивністю атак на енергетичну інфраструктуру України. Середня яскравість зображень знижується

з 115,6 у 2022 р. до 90,1 у 2024 р. із частковим підвищенням у 2025 р. Спостереігається перехід до нижчої яскравості візуальної репрезентації в кризовий період. Водночас аналіз колірної палітри фіксує поступове розширення спектра відтінків у 2024–2026 рр. Автоматизована класифікація зображень за допомогою ВЛІР засвідчила стабільне домінування предметної репрезентації джерел світла, тоді як інфраструктурні та деструктивно-мілітарні образи мають низьку й ситуативну представленість.

### Список використаних джерел

1. За 4 роки повномасштабної війни росія понад 60 разів масовано обстріляла енергетику України. *DiXi Group*. 24.02.2026. URL: <https://dixigroup.org/za-4-roki-povnomasshtabnoi-vijni-rosiya-ponad-60-raziv-masovano-obstrilyala-energetiku-ukraini/> (дата звернення: 21.04.2026).
2. Інтерактивна мапа української енергетики. Електростанції України, які регулярно атакує РФ. *Радіо Свобода*. 22.01.2026. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/mapa-elektrostantsii-ukrainy/33656885.html> (дата звернення: 21.04.2026).
3. Реєстр суб'єктів у сфері медіа. *Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення*. URL: <https://webportal.nrada.gov.ua/derzhavnyj-reyestr-sub-yektiv-informatsijnoyi-diyalnosti-u-sferi-telebachennya-i-radiomovlennya/> (дата звернення: 23.04.2026).
4. Sedgewick R., Wayne K. 3.1 Using Data Types. *Computer Science: An Interdisciplinary Approach*. Crawfordsville, 2016. URL: <https://introcs.cs.princeton.edu/java/31datatype/> (дата звернення: 23.04.2026).

УДК 070:316.77:061.2(477)

Солоп К. Р., здобувачка вищої освіти;  
Дрештак В. М., доктор наук з державного управління, професор  
Університету митної справи та фінансів

### ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ БЛАГОДІЙНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ У МЕДІАПРОСТОРІ ПРИФРОНТОВОГО МІСТА

**Анотація.** У тезах розглядається специфіка формування комунікаційної стратегії благодійного фонду в умовах повномасштабної війни на прикладі БО «БФ «НОВЕ-ЖИТТЯ» (м. Синельникове Дніпропетровської області). Проаналізовано виклики, з якими стикаються неурядові організації на прифронтових територіях. Визначено дві ключові цільові аудиторії для комунікацій БО: бенефіціари (ВПО, вразливі верстви), що потребують емпатичного підходу, та стейкхолдери (бізнес, влада), для яких важлива ділова аргументація. З огляду на дефіцит традиційних медіа у регіоні обґрунтовано необхідність кросплатформного підходу. Доведено ефективність поєднання цифрових інструментів (Facebook, Instagram, сайт міськради) з традиційними офлайн-каналами (місцева преса, друковані матеріали) для забезпечення сталої комунікації з цільовими аудиторіями.