

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет соціальних наук і соціальних технологій
Могилянська школа журналістики

Магістерська робота

Освітній ступінь – магістр

на тему: **«УКРАЇНСЬКЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ В КЛЮЧОВІ ПЕРІОДИ
НЕЗАЛЕЖНОСТІ: РОСІЙСЬКИЙ КОНТЕНТ, ПРОПАГАНДА І ФЕЙКИ»**

Виконала: студентка 2-го року навчання,
спеціальності 061 Журналістика

Бойчук Христина Романівна

Керівник Панін Ю. О.

старший викладач

Консультант Поліщук С. В.

старший викладач

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

Магістерська робота захищена

з оцінкою _____

Секретар ЕК _____

«____» _____ 20__ р.

Київ - 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ І. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ	6
1.1. Загальний огляд розвитку та становлення українського телебачення...	6
1.2. Українське телебачення в 2004-2014 роках.....	13
1.3. Українське телебачення в 2017-2020 роках.....	14
1.4. Українське телебачення в 2022-2024 роках.....	18
РОЗДІЛ ІІ. МЕТОДОЛОГІЯ	21
2.1. Підготовка до запису інтерв'ю.....	21
2.2. Календар роботи над мультимедійним проєктом.....	25
2.3. Робота над мультимедійним проєктом.....	27
2.4. Збір відгуків про мультимедійний проєкт перед публікацією.....	29
2.5. Труднощі, які виникли в ході роботи над мультимедійним проєктом.....	32
2.6. Наступні етапи роботи над мультимедійним проєктом: просування та перспектива розвитку каналу.....	33
РОЗДІЛ ІІІ. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ	36
3.1. Загальні результати.....	36
3.2. Інтерв'ю і YouTube.....	39
3.3. Інтерв'ю і Instagram.....	41
3.4. Інтерв'ю і Facebook.....	43
3.5. Інтерв'ю і TikTok.....	44
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50

ВСТУП

Починаючи з 90-х рр минулого століття телебачення було основним джерелом інформації для більшості українців. Щоправда, через взаємопов'язаність українського та російського шоу-бізнесу, вітчизняне телебачення наповнювалося контентом сусідньої країни. Це були і фільми, і серіали, і концерти, і мюзикли, і багато іншого контенту, який в багатьох випадках містив образливі, принизливі та маніпулятивні фрази про українців.

Саме тому **об'єктом дослідження** стало українське телебачення в різні періоди незалежності. **Предметом дослідження** було становлення українського телебачення, його наповнення російським контентом та ключові фактори, які впливали на його розвиток. **Метою роботи** є створення мультимедійного проєкту для YouTube про українське телебачення в ключові періоди незалежності.

Для досягнення мети було поставлено наступні **завдання**:

1. Дослідити та опрацювати певні російські проєкти на українському телебаченні з 90-х років минулого століття. Визначити ключові кейси з наративами та фейками. Встановити відповідність між тезами росіян в минулому та зараз.
2. Опрацювати інформацію про структуру, формат та власників певних каналів українського телебачення у ключові періоди незалежності. Відповідно до вищезгаданих пунктів, зробити висновки стосовно контенту, який публікувався на кожному із них.
3. Знайти матеріально-технічну базу та підібрати обладнання для запису інтерв'ю журналістами та телеведучими, а також монтажу записаних відео.
4. Зустрітися та поспілкуватися з представниками українського телебачення. Записати інтерв'ю стосовно теми мультимедійного проєкту.

5. Змонтувати та опублікувати інтерв'ю на YouTube-каналі.
6. Розробити рекламний план та стратегію YouTube-каналу, де будуть опубліковані інтерв'ю з героями.
7. Просувати та розвивати YouTube-канал після завершення роботи над магістерськими мультимедійним проєктом.

Актуальність роботи полягає в тому, що наш медіа простір не має проєктів, в яких глядачі могли би почути різні кейси з українського телебачення в різні часи, при різних президентах, за різних обставин. Завдяки цьому проєкту люди зможуть переглянути власне минуле, по-іншому подивитися на ті кейси, які колись (до початку повномасштабної війни) взагалі не викликали жодних емоцій чи обурень. Після перегляду інтерв'ю, які були зняті в рамках проєкту, глядач матиме змогу зрозуміти, яким сильним механізмом пропаганди в часи, коли інтернету не було в кожному домі, був телевізор.

Виходячи з вищесказаного, пояснювальна записка до мультимедійного проєкту під назвою «Українське телебачення в ключові періоди незалежності: російський контент, пропаганда і фейки» складається з трьох розділів, вступу, висновків та списку літератури.

У першому розділі записки зібрано теоретичну базу про різні російські серіали, фільми, мюзикли та інший контент, який транслювали на українському телебаченні з 2000-х років. Описано вітчизняний контент, який містив російські наративи. Крім того, тут описано перебудови телебачення, зміни власників, введення мовних квот, створення телемарафону та вплив різних подій в Україні на телебачення.

У другому розділі записки описано всю методологію виконання проєкту. Тут розповідається про підготовку до запису інтерв'ю, зародження ідеї створення YouTube-каналу, монтажу, проведення опитування стосовно інтерв'ю серед людей різної спеціальності, різного

віку, різних поглядів. У цьому розділі згадується про роботу в напрямку промоції YouTube-каналу. У другому розділі записки описано календар роботи над мультимедійним проєктом, а також труднощі, які виникали під час роботи.

Третій розділ записки містить розповідь про результати роботи над мультимедійним проєктом. Тут зібрано інформацію про охоплення, перегляди, коментарі та інший фідбек від глядачів. Результати промоції, цифри, грошові вкладення, майбутні напрацювання та отриманий фідбек.

РОЗДІЛ І. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

1.1. Загальний огляд розвитку та становлення українського телебачення

Українське телебачення зазнавало змін ще з 1991 року – відколи Україна стала незалежною країною. Щороку телебачення проходило певні періоди становлення, але найбільш виразними з них, на думку авторки роботи, були роки революцій та початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України. Зокрема:

- 2004 рік – Помаранчева революція;
- 2013-2014 роки – Революція Гідності;
- 2017-2018 роки – введення мовної квоти на телебаченні;
- 2022 рік – повномасштабне вторгнення Росії на територію України.

Аналізуючи українське телебачення ще з 2000-х років, можна зауважити, що в той період воно було суттєво пов'язане з російським та радянським контентом. Тоді ми дивилися телепередачі, фільми, концерти, мюзикли, які створювала РФ. Тоді діти 2000-х (і авторка роботи в тому числі) вивчали російську мову в першу чергу завдяки телебаченню. Насправді ми, самі того не розуміючи, розвивали в собі російську культуру та звичаї, а телевізор цьому лише сприяв.

У 2005-2006 роках на телеканалі Інтер транслювали телепрограму «Ігри патріотів». Її ведучими були Павло Костіцин та Ольга Горбачова. Коротко про суть: команди чотирьох країн (України, Франції, Китаю та Росії) брали участь у різних спортивних змаганнях. У складі українських команд були відомі зірки: співаки, спортсмени, актори та телеведучі.

Кожен з них намагався вибороти перемогу для України. Щоправда, станом на 2023 рік, частина з тогочасних українських «патріотів» або виїхали в Росію, або висловлюють підтримку путінському режиму. Та це ще не все. Саме у цій, на перший погляд, патріотичній грі, українська сторона постійно підтримувала російську, мовляв якщо перемогла не Україна, то нехай переможе Росія. В «Іграх патріотів» одним з капітанів російської команди був політик Володимир Жириновський, який у коментарі Павлу Костіцину не забув пригадати, що Україна і Росія мають спільно долати труднощі та перемагати. «Київ-Москва», – каже Жириновський [39]. Тоді ці слова не були тригерами, не спонукали до думок та не викликали огиди, однак зараз ці фрази вважають прямими наративами російської сторони, які вони активно просувають через свої ЗМІ та телеканали.

Інший кейс, який теж не варто оминати, – щорічний «Голубой огонёк». Здавалося б, українці та росіяни зібралися разом майже за одним столом, відзначають Новий рік. І тут раптом на сцену вибігають російський телеведучий та гуморист Максим Галкін та український комік і телеведучий, а нині Президент України Володимир Зеленський, які в унісон співають «Новый год к нам мчится», а російський пропагандист Соловйов, артисти, які занесені до списку Миротворець такі, як Басков, Кіркоров, Бабкіна, Газманов і багато інших їм аплодують. Цей кейс датується 2013 роком [40].

Авжеж, чільне місце на українському телебаченні посідали фільми та серіали як радянського, так і пострадянського виробництва. Це серіали «Ранетки», «Татусеві дочки», «Моя прекрасна няня», «Не родись вредливою», «Бригада», «Бандитський Петербург», «Солдати», «Кадетство», «Кремлівські курсанти», «Далекобійники» та багато інших, а також повнометражні фільми такі, як «Москва сльозам не вірить», «Службовий роман», «Місце зустрічі змінити неможливо», «Карнавальна

ніч», «Операція «И» та інші пригоди Шурика», «Кавказька полонянка», «Іван Васильович змінює професію» і т.д. До слова, у багатьох із цих серіалів згадують про Україну. Зокрема, хочеться навести кілька кейсів.

Перший з них, – серіал «Татусеві дочки». Щоправда, тут в основному йдеться про одного із другорядних персонажів – Тамару Кожемятько. Жінка родом із Харкова, має досить специфічний характер та зображена меркантильною і не надто розумною. Тамара постійно спізнюється, любить випивати, а також живе у столиці Росії нелегально. Традиційно у серіалі вживають фразу «на Украине», але це не викликає подиву. Трохи пізніше в одній із серій Тамара Кожемятько каже, що завжди мріяла про дві речі – весілля і російське громадянство. Далі у серіалі з'являються родичі жінки, які зображені забитими, тупими і бідними людьми. Вони одягнені наче безхатки з якихось старих радянських фільмів. Ну і звісно, українців зображують наглими алкоголіками, злочинцями та забіяками [13].

Другий – із серіалу «Прапорщик Ї-моё!» – ситкому від серіалу «Солдати», де один із героїв – Шматков приїжджає до Одеси. На вокзалі – емблема із Леніним. Потім він свариться з кимось неподалік потяга і його питає пані в похилому віці, чи тут всі такі непривітні. На що Шматков каже: «Мама, это залётный. Он либо из Харькова, либо из Херсона». Крім того, одеситів тут висвітлюють як тупуватих і недолугих людей, які цінують російську культуру, читають Толстого і Достоевського, але не беруть оплати за будь-які послуги в рублях. А ще у самих «Солдатах» наче випадково, але з насмішкою, згадується про ймовірний вступ України до НАТО [13]. На перший погляд, це не суттєво, але насправді такий момент можна зрозуміти наступним чином: у домівках росіян, в новинах чи за інших умов згадували про НАТО і Україну. Але з насмішкою.

Варто згадати і про няню Віку із серіалу «Моя прекрасна няня», яку транслювали по телеканалі Новий не просто після початку війни на Донбасі у 2014 році, а після введення мовних квот. Тоді на Новому продублювали серіал українською. Так, цей серіал не був оригінальним продуктом російського кіновиробництва, адже це адаптація американського серіалу «The Nanny», який випустили у 34 країнах, зокрема Польщі, Чехії та Німеччині. Однак, російська няня родом з українського Маріуполя. Вона говорить суржилом, вживає такі слова, як «га» і «шо», а також постійно шукає собі багатого чоловіка [13]. «Провінційні» акценти няні – привід посміятися не лише із головного персонажа серіалу, а й з усіх українців, які можуть говорити з певним акцентом. Хоча, напевно чи для російських виробників мало значення, як спілкуються українці. Тут швидше зображення нашої нації як недалеких людей. А в одній із серій, де няня Віка готується до вечірки для московського бомонду, її намагаються змінити: не та вимова, не та зачіска, не ті рухи, не той сміх. А наприкінці серії, коли няня таки зустрічається з світськими левицями Москви, одна з них каже, що її рід походить від Рюриків. На що няня Віка каже: «А мы от Хануриков» [13]. Цей момент – прояв тотальної зневаги до українців і нашої нації, а також ще один доказ одвічної пропаганди Росії про їхнє походження від Київської Русі. Слід додати, що поєднання російського серіалу та українського Маріуполя є своєрідним приєднанням українського міста до Росії.

Серіал «Не родись вродливою» також був частим гостем на українському телебаченні, зокрема його багато разів транслювали на Новому телеканалі. Насправді, у цьому серіалі не було жодної згадки про Україну чи наших людей. Допоки в Росію не приїхала Надія Ткачук з Києва, яка хотіла купити франшизу компанії «ZIMALETTO». Вона красива, розумна, має власне виробництво жіночих сумок, але місцеві

працівниці вважають, що ця «гарна дівчина» хоче забрати їхнього шефа. І говорять про це з ненавистю та зневагою (186-189 серії).

Стосовно цієї теми важливо додати, що у більшості цих серіалів актори, котрі зіграли головні ролі, нині або визнані пропагандистами, або часто відвідують російських військових у госпіталях або на лінії фронту. Зокрема, згадаємо про Бориса Корчевнікова, який зіграв роль кадета Сініцина в серіалі «Кадетство». Нині він плаче в ефірі за загиблими російськими військовими, завдяки яким він може їсти в ресторанах, а також завдяки своїй програмі є одним із рупорів російської пропаганди. Ще один актор Олександр Головін, який зіграв роль кадета Макарова, також відзначився в негативному ключі. Він знявся у фільмі «Мужчины против женщин. Крымские каникулы» у 2018 році. Тут про Крим говорять так, наче він російський, а події відбуваються у шикарному готелі, який побудувала РФ. Цікаво, що саундтреком до цього фільму обрали пісню гурту Время и Стекло «Наверно потому что». Авторка роботи не знайшла ніяких пояснень чи вибачень ні колишніх солістів гурту, ні його продюсера. Інших акторів з серіалу «Кадетство» занесли до бази даних «Миротворець» [13].

Не оминемо увагою Дмитра Дюжева та Сергія Безрукова, котрі після 2014 року також відзначилися у російській пропаганді, але у 2000-х були одними з найвідоміших акторів в Україні. Все це завдяки серіалу «Бригада». І хоча згадок про Україну там не було, але самі актори нині висловлюють пропутінську позицію, підтримують анексію Криму, гостюють на Донбасі та всіма іншими способами підтримують війну Росії проти України [20].

Українське телебачення було багате й на серіали, створені в Україні, але за участі російських акторів. Окрім того, українські актори та часто з'являлися в російських серіалах. Як з'ясувалося після

повномасштабного вторгнення Росії на територію України, наші режисери зняли ще багато фільмів за участі російських акторів, але не встигли продемонструвати їх широкій публіці. Тому, через певний проміжок часу після початку Великої війни, на ютуб-каналі телеканалу СТБ почали публікувати свої доробки. Однак з маленькою ремаркою, що звучить наступним чином: «Цей серіал – частина архіву СТБ, створеного нами до 24 лютого. Ми зберігаємо його на діджитал-платформах як історію становлення українського серіального виробництва. З 24 лютого 2022 року телеканал СТБ не співпрацює з акторами країни-агресорки» [34]. Щоправда для авторки роботи незрозумілим залишається лише одне: чому співпраця із «акторами країни-агресорки» не припинилася ще у 2014 році після анексії Росією Криму та початку війни на сході України?

Ще один кейс, який стосується російського контенту на українському телебаченні, – мюзикли новорічні і ні. У них знімалися і українські, і російські актори та співаки. Там часто паплюжили українську мову, пісню. Зокрема, у мюзиклі «Вечори на хуторі біля Диканьки» Філіп Кіркоров, який зіграв чорта, співає українську пісню «Ти ж мене підманула». Потім по сюжету зустрічаються типові на російський погляд українці, які мріють про горілку. Ба більше, спілкуються вони якоюсь напрочуд дивною мовою – щось середнє між українською і російською: «гарілка», «есть», «панове». Потім Кіркоров співає ще одну українську пісню «Рідна мати моя». Цікаво, що вітчизняні артисти пішли за цим сценарієм та почали також говорити цією ламаною мовою. Найбільш виразно це відчувається по вимові Олега Скрипки. Потім за сюжетом Верка Сердючка співає традиційну пісню про горілку. Трохи згодом Скрипка (він же Вакула) летить на спині чорта-Кіркорова до Петербурга по черевики цариці, яка знищила Запорізьку Січ. Козаки мають впасти на коліна перед Катериною II, приклонитися їй з Потьомкіним. І таких кейсів у мюзиклах є чимало [14].

Повертаючись до попередньої тези, якщо «Ігри патріотів», «Голубой огонёк» й інші телепередачі, фільми, мюзикли, які транслювали на українському телебаченні до 2014 року не викликали в українців обурення, то, без сумніву, після цих подій та після втечі Віктора Януковича українське телебачення мало б змінити свою політику. Справді, більшість телеканалів припинили транслювати російське, а після введення мовної квоти на телебаченні у 2017 році [27] не тільки телеведучі, а й інші гості на українських телеканалах намагалися використовувати російську по мінімуму. Щоправда, не телеканал Інтер. Тут телеведучі випуску новин вели ефір російською, реклама була російською, а концерти під назвою «Победа. Одна на всех» щороку 9 травня займали почесне місце в етері на День Перемоги [5]. Цікаво, що одним із ведучих концертів був Андрій Доманський. Дивно, але з початку повномасштабного вторгнення від колишнього чоловіка Лідії Таран (телеведучої ТСН на 1+1) жодної звістки не було, а в мережі користувачі цікавились: «Куди ж зник телеведучий?» [23].

Після початку повномасштабної війни Росії проти України телеканали об'єднали у марафон «Єдині новини». Тоді до переліку телеканалів увійшов й Інтер із ведучими, які відверто висловлювали свою симпатію Росії. Зокрема, вони поширювали наративи про дискримінацію російськомовних, вплив на керівництво Україною США, а також правомірність анексії Криму і громадянський конфлікт на сході України. Йдеться про Анастасію Даугуле, Василя Голованова, Тиграна Мартиросяна та інших. Дійшло навіть до колективного звернення у вигляді петиції від українських журналістів та медійників до Президента України Володимира Зеленського та тодішнього міністра культури Олександра Ткаченка з проханням відсторонити від участі в «Єдиних новинах» проросійських телеведучих, які за весь час своєї роботи поширювали

наративи та підтримували «об'єднання двох братів» [24]. Проте Ткаченко в ефірі телемарафону сказав, що потрібно розбирати кожен кейс окремо, але якби він був продюсером певного каналу, то деяких телеведучих він на роботу не взяв би [11]. Нині ці телеведучі працюють, зокрема, Анастасія Даугуле розпочала другий сезон програми «Моя історія» [22].

1.2. Українське телебачення у 2004-2014 роках

Протягом перших 10 років XX століття в Україні точилась боротьба за владу між різними політичними силами: проросійськими та проєвропейськими. Коли у 2004 році до влади прийшов Віктор Ющенко, суспільство чи не вперше проявило свідомість і не допустило прихід до влади проросійського президента Віктора Януковича. Але, на жаль, Ющенко не зумів об'єднати українців різних політичних поглядів і на другий термін його не обрали [32]. Таким чином до влади прийшов Янукович, проросійські погляди якого були очевидними. Втім, дивує, чому українці не задумались над кримінальним минулим кандидата в президенти. Відтак у 2010-2014 роках Україну очолював президент-представник Кремля. В цей час українська політика різко змінила курс та була керована Російською Федерацією. Ба більше, саме часи, коли при владі був Янукович стали своєрідним сигналом для вторгнення Росії на територію України. Наша країна стала ареною для втілення російських задумів, а президент-маріонетка виконував усі накази, віддані очільником Кремля [31].

Врешті-решт українці не витримали і вирішили показати проросійському президенту шлях, яким Україна хоче йти далі – стати вільною європейською державою. І якщо більшість українських телеканалів працювали у проукраїнському напрямку, то були й

проросійські канали, які невтомно наголошували на основних наративах, які проголошував Кремль:

- українці і росіяни – один народ;
- Україна обрала неправильний курс до Європи і відкололась від «старшого брата»;
- українці і росіяни мають об'єднатися і рухатись в одному напрямку.

Серед цих проросійських телеканалів варто виділити наступні:

- «NewsOne». З 2010 року він належав Вадиму Рабіновичу, а з 2014 року – Євгенію Мураєву. Додатково над розробкою політики цього телеканалу працював Олексій Семенов, який до того був не останньою людиною на телеканалі «112». На NewsOne працювали колишні російські журналісти Матвій Ганапольський та Євгеній Кисельов. У 2015 році цей телеканал почав працювати в оновленому форматі [30].
- «НАШ». У листопаді 2018 року його заснував народний депутат Євгеній Мураєв після продажу телеканалу «NewsOne» Тарасу Козаку. Його вважали одним із осередків російської пропаганди після закриття каналів Віктора Медведчука на початку 2021 року [30].

1.3. Українське телебачення у 2017-2020 роках

У 2017-2018 роках українське телебачення знову зазнавало змін. Вони були пов'язані зі зростанням рівня свободи слова, розумінням та спростуванням фейків, котрі раніше поширювалися в мережі. Крім того, на ці зміни впливав розвиток журналістських стандартів, запровадження мовних квот та поява загального розуміння суспільно-політичної ситуації в Україні. Телебачення ставало більш доступним для глядачів, які були представниками нацменшин. Запрошених експертів на етері різного

спрямування добирали ретельніше – журналісти та продюсери звертали увагу не тільки на їхню медійність, а й на професіоналізм у тій чи іншій сфері діяльності [12].

У лютому 2017 року в Україні була створена Національна суспільна телерадіокомпанія України. Тоді телерадіопростір складався із суспільних, комерційних і комунальних компаній. У Звіті Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення за 2017 рік йдеться про наступне: «Станом на 31 грудня 2017 р. до Державного реєстру внесено дані про 1579 телерадіомовців та суб'єктів інформаційної діяльності, а саме 1477 телерадіомовних організацій і провайдерів програмної послуги та 96 суб'єктів інформаційної діяльності. Із 1477 ліцензіатів за формою власності 7 – державні, 246 – комунальної власності, 1219 – інших форм власності» [18].

Станом на сьогодні суспільні і комерційні (загальнонаціональні та регіональні) телерадіокомпанії формують український медіапростір. А от комунальні телерадіокомпанії не мають ні якісного, ні кількісного впливу на аудиторію (в порівнянні із суспільними та комерційними телерадіокомпаніями) [38].

В українському телерадіопросторі у січні 2018 року виділили п'ять ключових комерційних медіахолдингів:

- «Star Light Media» Віктора Пінчука,
- «UMH Group» Бориса Ложкіна,
- «Inter Media Group» Дмитра Фірташа,
- «1+1 Media» Ігоря Коломойського,
- «Media Group Ukraine» Ріната Ахметова.

Разом вони охоплюють майже 75% рекламного ринку. Такі телеканали, як: «5 канал» Петра Порошенка, «112.UA» Андрія Поддипкова, «24 канал» Катерини Кіт-Садової та Романа Андрейка,

«NewsOne» Євгена Мураєва, «Еспресо ТВ» Інни Авакової, Арсенія Яценюка та Лариси Княжицької, «Прямий» Володимира Макеєнка, «ZiK» Петра Димінського та інші, – також впливають на український медіапростір [4].

Якщо аналізувати рівень довіри українських глядачів до телеканалів, то абсолютна більшість віддає перевагу загальнонаціональним телеканалам. Щоправда, є виняток – друкована преса [4].

У 2016-2017 роках було прийнято **три закони**, які також суттєво вплинули на розвиток українського телерадіопростору. Зокрема, йдеться про:

- Закон «Про державну підтримку кінематографії». Він «визначає форми й порядок надання державної фінансової підтримки суб'єктам кінематографії, деталізує механізм участі держави у фінансуванні кіновиробництва, визначає культурні та виробничі критерії культурного тесту фільмів, вводить бальну систему – оцінні елементи національних фільмів, містить антипіратські норми» [17].

- Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо мови аудіовізуальних (електронних) засобів масової інформації». Він запровадив на телебаченні обов'язкові квоти передач і фільмів українською: 75% для загальнонаціональних і регіональних телеканалів, програм і новин, 60% – для місцевих телеканалів [15].

- Закон «Про внесення змін до Закону України «Про телебачення і радіомовлення» (щодо частки пісень державною мовою в музичних радіопрограмах і радіопередачах)». Цей Закон встановив, що на радіо у 2017 р. частка пісень державною мовою має становити 30%, а мінімальна частка ведення передач державною мовою – не менше 55% [16].

Ще одна зміна стосувалася частки російськомовного та російського на телебаченні. Відтак вона мала складати не більше 30% на тиждень.

Загальний вигляд тижневого етеру на українських телеканалах впродовж 2018 року виглядав наступним чином: мінімум 50% українського продукту, мінімум 20% – європейського, американського чи канадського. Російський контент чи контент інших країн-виробників міг складати не більше ніж 30% від усього тижневого мовлення [4].

Важливою подією в українському медіапросторі було підтримання Верховною Радою введення санкцій проти каналів Віктора Медведчука у жовтні 2018 року. Щоправда, їх так і не запровадили. А ще наприкінці 2018 року проросійські телеканали перейшли до рук народного депутата від ОПЗЖ Тараса Козака. Його вважають одним із соратників кума Путіна Віктора Медведчука. Таким чином Козак став власником телеканалів «NewsOne» та «112 Україна». У 2019 році Тарас Козак став власником ще й телеканалу ZIK. Трохи згодом у 2019 році він оголосив про об'єднання телеканалів «112», «NewsOne» та «ZIK» у холдинг «Новини». Як наслідок, відбулась уніфікація редакційної політики телеканалів. Ключову роль у цьому відіграли інтереси Віктора Медведчука [27].

Ще один досить цікавий кейс стався у січні 2020 року. Тоді більшість українських телеканалів, зокрема, ICTV, СТБ, М1, М2, Новий канал, 1+1, 2+2, ТЕТ, Бігуді, ПлюсПлюс, Інтер, НТН, Мега, ZOOM, Піксель, K1, K2, Enter Фільм, Україна, НЛО TV, Індиго TV, були закодованими. Суспільство сприйняло таку новину досить негативно - російські телеканали тоді не закодували. Крім того, були додаткові проблеми: довелось шукати альтернативні джерела трансляцій цих телеканалів удома: або проводити T2, або користуватися Smart TV і різними додатками (MEGOGO, Sweet TV, Oll TV). Щоправда тоді Президент України Володимир Зеленський втрутився і тоді створили незакодовані міжнародні версії цих телеканалів. Важливе уточнення: канали Суспільного мовника залишилися некодованими, серед них: «UA:Перший», «UA:Крим», «UA:Культура» і

телеканал «Рада». На фоні цього 1 березня 2020 року в українському інфопросторі з'явився російськомовний телеканал ДОМ. Він був орієнтований на мешканців тимчасово окупованих територій України. На інші області мовлення не поширювалось, але онлайн трансляція була доступна [33].

Восени 2021 року Національна рада з питань телебачення і радіомовлення звинуватила телеканал «НАШ» у порушенні закону «Про телебачення і радіомовлення». Йому пред'явили наступні звинувачення: розпалювання національної, расової та релігійної ворожнечі, а також ненависті у висловлюваннях в прямому ефірі на телеканалі [26]. Невдовзі, 11 лютого 2022 року, РНБО погодила рішення про запровадження санкцій проти телеканалу «НАШ». Того ж дня це рішення було введено в дію указом Президента України Володимира Зеленського [19]. Щодо статистики по переглядах телеканалу «НАШ»: станом на січень 2022 року його дивилися в основному лише жителі Півдня та Сходу (13% і 18% відповідно). В західній частині України та в Центрі частка глядачів складала лише 4% [35].

1.4. Українське телебачення у 2022-2023 роках

З початком повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року українські телеканали (1+1, Інтер, СТБ, UA: Перший, UA: Культура, ICTV, Рада, ТРК Київ) об'єдналися у телевізійний марафон «Єдині новини» [1]. Таким чином це об'єднання конкуруючих за частку та аудиторію телеканалів слугувало хорошим показником єдності не тільки українців, а й медіа. Марафон транслювали трьома мовами: українською, російською та англійською. Насправді, «Єдині новини» викликають чимало дискусій серед дослідників і журналістів. Зокрема, йдеться про його позитивний

настрій та запевнення, що «перемога скоро». Так, справжня ситуація на фронті суттєво відрізняється від того, про що говорять у марафоні. Ці дані ми маємо з новинних пабліків, сайтів, а також зі слів військовослужбовців, які зараз боронять Україну на всіх напрямках. Згідно з результатами соціологічного дослідження центру прав людини ZMINA понад 60% журналістів вважають телемарафон «Єдині новини» – формою цензури. Щоправда, всі вони погоджуються з тим, що він має тривати допоки не закінчиться російсько-українська війна [10]. Тоді ж розкодували супутниковий зв'язок і кожен охочий міг безперешкодно стежити за актуальними новинами. Крім того, додатки MEGOGO та Sweet TV надали безкоштовний доступ всім користувачам до телеканалів, які транслювали «Єдині новини». У Дії з'явилося Дія ТВ [21].

На думку авторки роботи, важливо додати, що з початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України зріс вплив інфлюенсерів. Вони, як, зрештою, всі українці поділилися на тих, хто донатить, волонтерить і на тих, хто продовжує виправдовувати російську агресію, слухати російську музику, дивитись фільми і всіма можливими способами підтримують економіку країни-терориста [29].

У 2023 році набув чинності Закон «Про медіа». Ним регламентовано збільшення частки україномовного контенту на телебаченні з 75% до 90%. Крім того було ще кілька нововведень:

- зросли повноваження Національної ради з телебачення і радіомовлення: вони мають право регулювати роботу онлайн-видавництва і друкованих ЗМІ. А ще вони можуть їх блокувати без рішення суду.

- законом заборонено поширювати інформацію, яка містить пропаганду російського режиму, збройної агресії Російської Федерації проти України. Заборона поширюється на символіку російського режиму. Крім того, заборонено поширювати інформацію, яка може принизити чи

зневажити державну мову. Заборонено заперечувати чи ставити під сумнів існування українського народу (нації) та/або української мови [21].

Отож зміни, яких зазнало українське телебачення протягом всього періоду незалежності, суттєві та значні. Втім, кожна з них по-різному впливала на саме телебачення. Зокрема, введення мовних квот зробило його однорідним та таким, яке відповідає країні, з якої йде мовлення. А от, наприклад, прихід до влади Віктора Януковича негативно вплинув на розвиток не тільки телебачення, а й всього медіапростору загалом: воно стало містити набагато більше російського контенту, а також контенту, наповненого наративами. Щоправда, не варто замовчувати, що й до приходу до влади Януковича, на українському телебаченні були присутні різні телепроекти, в яких наративи займали не останнє місце.

Без сумніву, слід згадати й про постійні зміни власників деяких телеканалів, що також в деяких випадках суттєво впливало на редакційну політику.

Говорячи про запуск телемарафону теж можна вказати два аспекти. Перший – позитивний: єднання конкурентних телеканалів було показове для глядачів. Однак, є негативний аспект: нині марафон не відповідає вимогам суспільства та перетворився на своєрідний рупор дезінформації.

РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЯ

2.1. Підготовка до запису інтерв'ю

Першим етапом при виготовленні мультимедійного проєкту була підготовка до запису інтерв'ю. В першу чергу було потрібно визначити ключову тему, навколо якої будуть вестися обговорення. Отже, враховуючи тему магістерської роботи під час формулювання питань, було визначено такі критерії:

1. Чи працювали респонденти на телебаченні?
2. Скільки часу працювали та коли саме?
3. Чи можуть вони бути незалежними експертами?

Крім того, важливо було розуміти, чи достатньо респонденти володіють інформацією про українське телебачення та чи готові вони на камеру відповідати на, можливо, подекуди неприємні чи незручні питання.

Відтак, враховуючи все вищенаведене, було сформульовано два типи питань: для працівників телебачення та для тих, хто ніколи там не працювали, але мали певну дотичність, а зараз ведуть свої власні ютуб-проєкти, де пояснюють різні аспекти, пов'язані з українським телебаченням у різні періоди незалежності України.

Гайд для інтерв'ю з працівниками телебачення:

1. Скільки часу Ви працювали на телебаченні?
2. Чи працюєте зараз?
3. Чи були присутні утиски свободи слова на вашому каналі? Як це проявлялося?

4. Які аргументи наводили Ваші керівники, коли примушували Вас мовчати або висвітлювати інформацію в потрібному руслі? / Яким чином, на Вашу думку, вдавалось зберігати нейтралітет та незаангажованість?

5. За часів президентства якого з очільників держави Вам було найскладніше і найпростіше працювати?

6. Чи були випадки звільнення через утиски свободи слова на Вашому телеканалі? Як часто?

7. Чи бували випадки звільнення працівників через їхню упередженість?

8. Чи правда, що за часів президентства Януковича українське телебачення містило більше російського контенту ніж українського? В чому це проявлялося?

9. Як Ви вважаєте, чи мають право нині працювати колишні пропагандисти на українському телебаченні, зокрема вести телемарафон?

10. Чи доводилося Вам підкорятися керівництву стосовно висвітлення подій? Як часто?

11. Чому перестали працювати на цьому телеканалі?

12. Чи суттєво змінилося телебачення після введення мовної квоти? А після початку повномасштабної війни?

13. Чи має право на існування телемарафон? В яких умовах і допоки?

14. Чи зможуть повернутися до роботи телеведучі, які підтримували російський режим після закінчення повномасштабної війни?

15. Чи очікували Ви, що вони займуть проросійську позицію?

16. Як Ви думаєте, чому кажуть, що українське телебачення померло? Чи є ймовірність його відродження?

Гайд для інтерв'ю з незалежним експертом:

1. Який телеканал чи телеканали на Вашу думку найбільш проросійські? У чому це проявляється?
2. Чи правда, що за часів президентства Януковича українське телебачення містило більше російського контенту ніж українського? В чому це проявлялося?
3. Чи має влада вплив на українське телебачення зараз?
4. Які найбільш шокуючі кейси з українського телебачення різних періодів Ви можете назвати?
5. Як Ви вважаєте, чи мають право нині працювати колишні пропагандисти на українському телебаченні, зокрема вести телемарафон?
6. Чи суттєво змінилося телебачення після введення мовної квоти? А після початку повномасштабної війни?
7. Чи має право на існування телемарафон? В яких умовах і допоки?
8. Чи зможуть повернутися до роботи телеведучі, які підтримували російський режим після закінчення повномасштабної війни?
9. Чи очікували Ви, що вони займуть проросійську позицію?
10. Як Ви думаєте, чому кажуть, що українське телебачення померло? Чи є ймовірність його відродження?

Як зазвичай буває на інтерв'ю, формулювання та послідовність питань змінюються в ході запису, але зміст залишається тим самим.

Після підготовки гайду для інтерв'ю настав час шукати героїв. Тут авторці роботи суттєво допомогли науковий керівник Юрій Панін та консультант Сергій Поліщук, які виходячи з власних контактів та знайомств змогли допомогти вийти на зв'язок з різними медійними людьми. Це були:

1. Анжеліка Руденко – людина, яка працювала майже на всіх телеканалах України (Інтер, ТВі, К1 5 канал, Перший національний), відвідувала різні політичні події, прес-конференції і т.д. Нині вона працює редакторкою проєкту «Крим. Реалії» від Радіо Свобода [6]. Завдяки їй вдалось довідатися, чому проєкт, який вона очолює перейшов на російську, як ставиться до телеведучих та журналістів, котрі працювали на телеканалах Медведчука та вели концерти до Дня Перемоги і як проходила одна із прес-конференцій Президента України Леоніда Кучми.

2. Антон Подлущкий – суттєво інший герой для інтерв'ю. Він не довго працював на телебаченні, але багато знає про цензуру, вплив на журналістів та інших працівників, а також чітко розділяє цензуру та самоцензуру. Нині він є одним із співзасновників онлайн-медіа «КиївВлада» та ProIT (медіа для фахівців у сфері IT) [28]. Завдяки цьому діалогу також вдалось довідатися чимало фактів, зокрема про матеріал від «Української правди» під назвою «Син Бога» про сина Віктора Ющенка [3].

3. Наталія Соколенко – прекрасний фахівець у сфері журналістики. Працюючи на СТБ, спеціалізувалася на розслідуваннях, за що неодноразово була нагороджена премією «Телетріумф». З 2017 року пані Наталія працює на Українському радіо, що входить до складу Суспільного [8]. Інтерв'ю з пані Наталією дало зрозуміти, яким чином можна реформувати телемарафон, щоб він продовжував мовити, але не залишався у такому форматі, який ми спостерігаємо зараз.

4. Роман Скрипін – один із авторів ідеї створення 5 каналу. Працював на Новому каналі (програма «Підйом»), СТБ («Вікна.Опівночі»), ТВі («Правда Романа Скрипіна»), один із засновників Громадського телебачення [9]. Завдяки великому та багатому досвіду, пан Роман зумів розповісти про різні кейси, зокрема, голодування на 5 каналі.

Крім того, він поділився думками про телемарафон та телеведучих, котрі раніше працювали на телеканалах Медведчука та сіяли пропаганду в суспільстві, а зараз ведуть «Єдині новини».

5. Богдан Буткевич – журналіст, який працював 3 роки на «Еспресо» [7]. Він розповів, що до нього цензуру не застосовували жодного разу, але пригадав випадки, коли цензурування стосувалося не його. Крім того, пан Богдан також розповів про українське телебачення за різних президентів.

Наступним етапом було вивчення біографій всіх героїв інтерв'ю. Розуміння і знання певних біографічних відомостей про цих журналістів суттєво допомогли під час запису інтерв'ю. Аби краще розуміти, з ким попереду авторка роботи буде спілкуватися, вона підписалася на тих журналістів, за якими раніше не стежила у соцмережах, та почала моніторити їхні дописи. Це теж допомагало зрозуміти, яка позиція у журналіста, що він чи вона думають про події в країні та світі, які траплялися незадовго до запису інтерв'ю. Ще однією з ключових дій, які були для мене обов'язковими під час підготовки до запису інтерв'ю, – ознайомлення із матеріалами журналістів. Чи то сюжети, чи то інтерв'ю, чи то статті в онлайн-ЗМІ. І тільки після того, як всі вищеназвані етапи підготовки були пройдені, ми з героями записували інтерв'ю.

2.2. Календар роботи над мультимедійним проєктом

Робота над мультимедійним проєктом розпочалася у грудні 2023 року із написанням першого розділу роботи. 3 квітня 2024 року стартували зйомки інтерв'ю, а саме:

- 22 квітня 2024 року – запис інтерв'ю з Анжелікою Руденко;
- 23 квітня 2024 року – запис інтерв'ю з Антоном Подлуцьким;

- 29 квітня 2024 року – запис інтерв'ю з Наталією Соколенко;
- 12 травня 2024 року – запис інтерв'ю з Романом Скрипіним;
- 21 травня 2024 року – запис інтерв'ю з Богданом Буткевичем.

Монтаж відео тривав з 1 по 23 травня 2024 року.

Складання назв та описів до відео зайняло один день – 20 травня 2024 року.

Публікація відео на YouTube була можлива після попередньої домовленості з героями інтерв'ю (перед записом). Важливо, щоб кожне інтерв'ю публікувалося з певним часовим проміжком. Тому перше відео було опубліковано 22 травня 2024 року. Наступні відео – з тижневою перервою.

Написання другого розділу магістерської роботи припало на 15-22 травня 2024 року.

Протягом місяців, коли не було проведено безпосередньої роботи з текстом наукової записки чи відео, проводилось дослідження контенту на українському телебаченні в різні періоди незалежності: перегляд телепередач, серіалів, мюзиклів. Дослідження біографій деяких акторів та інших артистів Росії та України було дуже вагомим, оскільки певна вибірка і українських зірок або переїхали до Росії, або на той час (наприклад, після початку війни на Донбасі) підтримували російську економіку і дякували країні-агресорці, що вона їх приймає [25]. Тому дуже важливим залишалося перевірити ці дані та звернути на них увагу. На це було кілька аспектів:

1. Люди не завжди пам'ятають, що робили їхні нинішні кумири з 2014 року. Тому важливо їм про це нагадувати.

2. Телебачення було основним видом отримання інформації допоки не з'явився інтернет. Відповідно люди переглядали весь російський контент, який транслювався на українських телеканалах. Але в контексті

подій до Революції Гідності люди не звертали уваги на пропаганду та зневагу до нашої нації. Саме тому для дослідника важливим залишилось прописати у дослідженні ці кейси з українського телебачення.

2.3. Робота над мультимедійним проєктом

Першопочатково мультимедійний проєкт планувався як фільм про українське телебачення, де основний масив складають спогади українських журналістів та телеведучих, а також незалежних експертів. Це все мало поєднуватися з архівними відеоприкладами, на яких зображалися б російські наративи, фейки в українському телебаченні. Додатково у фільмі були б стендапи, які мали слугувати зв'язкою між закадрами та уривками інтерв'ю.

Проте після запису стало зрозуміло, що герої радо діляться інформацією, а кожне інтерв'ю в чорновому варіанті займає понад годину. Окрім великої кількості інформації, було очевидно, що вона вся – важлива та дуже цікава і, на думку авторки роботи, вона дуже зацікавила б аудиторію.

Завдяки курсу Практика науково-дослідницька у сфері соціальних комунікацій нам вдалось побувати на справжній студентській конференції, де кожен із дослідників МШЖ міг поділитися своїми результатами. Відтак завдяки цьому заходу авторка роботи зрозуміла, що рухається трохи не в тому напрямку.

Створення власного YouTube-каналу завжди імпонувало авторці роботи як ідея для майбутнього розвитку кар'єри. Але це було нереально з точки зору відсутності теми для контенту каналу, аудиторії та самих героїв. До того ж, важливим нюансом є й те, що сьогодні на ютубі є дуже багато цікавих журналістів та авторів різних подкастів. Тому важливою є і

впізнаваність журналіста, який спілкується з героями. Враховуючи, що авторка роботи в журналістиці лише 2 роки, цієї впізнаваності ще не має.

Однак, в момент, коли здавалось, що мультимедійний проєкт реалізувати вже не вдасться, з'явилася ідея створити YouTube-канал, на якому будуть публікуватися інтерв'ю про розвиток українського телебачення з початку незалежності. Це не лише не зайнята ніша, а й справді цікавий, пізнавальний та корисний контент для українців. Розуміння побудови телебачення, кейсів з утисками свободи слова має допомогти громадянам нашої країни стати більш незалежними від думки інших людей, президентів іноземних країн та розвивати критичне мислення там, де це потрібно. Ця думка стала ключовою при виборі русла для роботи з вже готовим матеріалом.

Зрозумівши зміст роботи, було значно простіше готувати питання та продумувати план інтерв'ю. Для інтерв'юєрки було важливо також дотримуватися чіткої структури інтерв'ю, а не переходити від теми до теми. Особливо важливо це було у випадку, коли герої випереджали питання. Відповідно в таких випадках авторка роботи вирішила не перебивати героя та рухатися не за хронологічною послідовністю подій на українському телебаченні, а відповідно до змісту діалогу. Таким чином розмова виглядала цілісніше та зв'язаніше. Після того, як герой завершив свою думку, інтерв'юєрка переходила до інших питань, які стосувалися інших періодів становлення телебачення. І таким чином поступово інтерв'ю підходило до фінального питання, яке було поставлене кожному герою незалежно від його досвіду та віку.

Важливим аспектом роботи над проєктом було знайти час, зручний і для героя, і для інтерв'юєрки. Це було досить складно, враховуючи насичений графік кожного журналіста. Ба більше, бували випадки, коли в день запису його було скасовано через графік героя. Саме тому дата

проведення інтерв'ю розраховувалися заздалегідь та так, щоб у випадку форс-мажору вдалось встигнути провести запис в інший день.

Варто згадати про аспект індивідуального підходу до кожного героя. Можливо, комусь це може здаватися не суттєвим, але насправді кожен герой має особливості характеру, тригери, які можуть викликати на емоцію. Правду кажучи, авторка роботи з таким зіткнулася протягом запису інтерв'ю, аж двічі. Вона того не очікувала, але питання про цензуру викликало у героїв емоції, через які вони подекуди вживали нецензурну лексику або просто емоційно розповідали про певні кейси. Відповідно до їхнього бажання, авторка роботи не включала ці кадри до готового інтерв'ю, але в цей момент розуміла, що герою потрібен час для висловлення емоцій та людина, яка їх вислухає не перебиваючи. Саме таким чином і будувалася наша розмова.

2.4. Збір відгуків про мультимедійний проєкт перед публікацією

Першопочатково авторка роботи не задумувалась над проведенням фокус-груп чи схожих заходів для збору фідбеку про інтерв'ю і сам проєкт. Однак, раптове прохання подруги подивитися готове відео, змусило її задуматися і почати збирати відгуки. Відтак довелось обирати людей, відгуки яких будуть цінними для наступної роботи з всіма інтерв'ю.

Формат опитування виглядав наступним чином: кандидатів було вирішено обирати не тільки зі сфери журналістики. Це мало сенс у контексті необхідності розуміння, чи буде цікаво стежити за цією темою людям не з нашої професії. Авжеж, зрозуміло, що найкраще в ключі цензури, пропаганди та російських фейків розуміються люди зі сфери. Однак, хочеться, щоб цей проєкт побачила велика кількість людей.

Люди, які стали учасниками опитування, це:

1. Журналістка, студентка КНУКіМ, колишня колега авторки Вікторія.
2. Оперний співак, студент НМАУ Василь.
3. Проєктна менеджерка, директорка ЗМІ, в якому авторка працювала майже рік тому Віталія.
4. Проєктна менеджерка, програмістка Марія.
5. Стилист зачісок Олеся.
6. Фармацевтка, провізорка Оксана.
7. Вчителька біології, студентка ЧНУ Марія.
8. Вчителька англійської мови Ольга.
9. Учень 9-го класу Максим, який планує стати фітнес-тренером.
10. Приватний підприємець Юрій.

Це був або живий діалог, або комунікація через соціальні мережі. Для авторки роботи було важливо почути відповіді на такі питання:

1. Чи цікава назва інтерв'ю?
2. Якби тобі на очі в рекомендаціях ютубу потрапило на очі це інтерв'ю з цією назвою, чи перейшов (-ла) би ти на нього?
3. Чи виникає бажання впродовж перегляду інтерв'ю його промотати?
4. Чи цікаві питання?
5. Чи зрозумілі всі відповіді?
6. Власні коментарі та фідбек, які не підпадають під жодне із питань.

Відтак кожен учасник імпровізованого опитування давав відповіді на ці питання. Одразу важливо додати, що ці люди говорили правду та не намагалися уникнути неприємних коментарів стосовно інтерв'ю. Наприклад, коментар Марії про інтерв'ю з Романом Скрипіним: *«Подивилася я інтерв'ю. Дуже солідно виглядає. В мене були менші*

очікування, бо все ж це перші відоси) І гість цікавий, мені сподобався». Далі йде її ремарка та побоювання стосовно «смерті» українського телебачення: «Мене останнім часом хвилює той момент, що всі алгоритми, які нам пропонують рекомендації для перегляду, стали дуже розумні і по факту ти опиняєшся в своїй бульбашці. І мені трохи страшно, бо формуються бульбашки, з яких складно вийти і складно когось переконати в чомусь іншому, якщо він навкруги бачить десятки схожих відосів і не звертає уваги на щось інше». Це зауваження здалось дуже слухним авторці роботи, тому на наступному записі з іншим героєм – Богданом Буткевичем інтерв'юерка поставила йому ще це питання.

Віталія теж давала фідбек по інтерв'ю з Романом Скрипіним. Ось що вона сказала: «Скрипіна я люблю здавна, але його інтерв'ю майже не дивлюсь, лише ті де він інтерв'юєр, порівнювати з чимось не можу. Через те, що я його здавна знаю, мені на початку бракувало цього знання героя програми від тебе, були неточності, але якщо дивитиметься просто сторонній якийсь чувак - все гаразд. До середини розмова вирівнялась, йому було явно цікаво спілкуватись, згадувати і розповідати, почути від Скрипіна дякую за цікаві питання - дивовижно цінно) Загалом я послухала з задоволенням, бажання спинити чи перемикати не виникало, все добре, гарна робота!»

Ольга переглядала інтерв'ю з Наталією Соколенко і зробила зауваження щодо зовнішнього вигляду інтерв'юерки: «Героїня дуже цікава, розумна і видно, що має великий досвід. Мені було цікаво дивитися та слухати, але децю незрозумілим був твій зовнішній вигляд. Сукня, як на мене злилася з фоном, а зачіска була недоречною. Здається, наче це було зроблено абияк перед сном».

Інші коментарі були озвучені особисто, тому цитат немає. Якщо описувати загалом, то були рекомендації щодо питань, які ще можна було

поставити, а також до вибору героїв. 5 з 10 опитаних вважають, що доречно було б обирати супер відомих медійних людей: Наталію Мосейчук, Аллу Мазур, Соломію Вітвіцьку, Юрія Горбунова, Катерину Осадчу та багатьох інших телеведучих і журналістів.

2.5. Труднощі, які виникли в ході роботи над мультимедійним проєктом

Починаючи працювати над цим мультимедійним проєктом, авторка роботи розуміла, що кожен запис може мати свої труднощі. Найбільше складних ситуацій траплялося через технічне забезпечення та вимкнення світла. Якщо пройтися по кожному інтерв'ю, можна зауважити наступні тези:

1. Інтерв'ю з Анжелікою Руденко. Запис проходив в офісі Радіо Свобода, відповідно було складно знайти відповідну локацію для запису. Крім того, враховуючи, що у приміщенні не було додаткового обладнання, при монтажі відео довелося редагувати кадр, зближувати його. Ці дії вплинули на кінцеву картинку крупного плану героїні. Інший технічний момент полягав у тому, що на записі інтерв'юерка виконувала роль оператора. Через це час від часу доводилося підходити до пристроїв, на які записувалась розмова. Нюансів, пов'язаних з діалогом, не було.

2. Інтерв'ю з Антоном Подлущьким включало ті самі технічні проблеми, що і попереднє.

3. Інтерв'ю з Наталією Соколенко технічних нюансів не містило.

4. Інтерв'ю з Романом Скрипіним містило вагомий нюанс, пов'язаний відеозйомкою. Справа у тому, що попередні три інтерв'ю були записані на пристрої авторки роботи. У пана Романа у Верховині є студія, яку він дозволив використати для запису. Втім, чомусь звук на крупних

планах героя та інтерв'юерки не записався. Тому при монтажі довелося підбирати кадр до кадру, аби змогти вирівняти звук відповідно до міміки обох учасників інтерв'ю. Це зайняло більше часу, ніж саме перекадрування та рендер.

5. Інтерв'ю з Богданом Буткевичем. Воно наразі було останнім і тому на записі були враховані всі попередні прорахунки. Зокрема, смартфони, на які було записано три попередні розмови, було замінено на камери, які розташовані в Медіацентрі Могилянської школи журналістики. На попередніх інтерв'ю авторка роботи не потребувала підказок у вигляді питань до героя, тому на цій розмові були відсутні будь-які допоміжні пристрої чи нотатки. Однак, через ситуацію в країні, в Києві та інших містах і населених пунктах почалися вимкнення світла. І саме наприкінці діалогу вимкнення торкнулося МШЖ. Через це не вдалось встигнути зберегти другу частину загального плану інтерв'ю.

2.6. Подальша робота з мультимедійним проєктом: просування, перспектива розвитку каналу

Враховуючи великий потік інформації, наявний у ютубі, складно обійтися без просування відео. Особливо звертаючи увагу на те, що авторка роботи не є медійною особою та не працювала раніше на телебаченні. Для того, щоб про діяльність інтерв'юерки та майбутній проєкт дізналося більше людей, було запущено таргетовану рекламу в Instagram. Завдяки їй допис про запуск проєкту побачила додаткова 1000 людей. Звісно, цього недостатньо. Наступні дії з розвитку YouTube-каналу можна спланувати так:

- Запуск таргетованої реклами на Reels з уривками із кожного інтерв'ю;

- Постійний розвиток соцмереж, згадки про діяльність та поширення посилання на кожне інтерв'ю;
- Проведення розіграшів серед підписників авторки проєкту в Instagram та Facebook за підписку, коментар та поширення інтерв'ю;
- Купівля реклами у лідерів думок, які сповідують цінності близькі до цінностей авторки роботи;
- Участь у розіграшах, які проводять лідери думок;
- Поширення посилання на інтерв'ю на сторінці МШЖ (за наявності дозволу викладачів);
- Поширення інтерв'ю на сторінках героїв.

Подальше просування каналу авторка проєкту вважає однією з головних цілей кар'єри. Цей проєкт може стати рушійною силою у розвитку українського телебачення. В першу чергу, це залежить від того, що медійники, згадуючи про часи цензури та інші проблеми українського телебачення в різні періоди незалежності, зможуть проаналізувати помилки, врахувати їх та не допустити повторів. Крім того, проєкт може бути корисним для людей, які все своє життя отримували новини з телебачення, перебували під дією російської пропаганди, наративів та фейків, котрі займали вагоме місце на телебаченні. Крім того, українці часто слухали про свою недолугість, меншовартість, тупуватість та інші негативні риси в російських серіалах та повнометражних фільмах. Усвідомлення того, що ці вислови були частиною російської пропаганди на українському телебаченні, дасть поштовх громадянам нашої країни зрозуміти, що наша нація не другосортна, а навпаки є такою, яку хотіли принизити та знищити, щоб не дати можливості для розвитку.

Отож в ході роботи над цим мультимедійним проєктом було зроблено багато різних дій, які суттєво покращили кінцевий результат. У

першу чергу, варто згадати про складений чіткий план дій. По-друге, потрібно сказати про підготовлені питання, заздалегідь обговорені локації для зйомок, а також ідею авторки роботи, котра стосується надсилання готових інтерв'ю кільком людям для того, щоб почути фідбек.

Іншим суттєвим аспектом, який вплинув на кінцевий результат є постійний контакт із героями, які давали також і власні рекомендації щодо створення інтерв'ю. Зокрема, пані Наталія Соколенко коригувала постановку кадру загального плану. Завдяки пану Роману Скрипіню вдалось записати інтерв'ю за допомогою професійної техніки, яка є в його імпровізованій студії. Авжеж, фідбек від кожного героя стосовно інтерв'ю теж дуже важливий для кінцевого результату. Саме тому після першого монтажу герої, які просили не публікувати інтерв'ю без попереднього погодження, отримали перший варіант інтерв'ю. Після цього наставав другий день монтажу, протягом якого були внесені всі правки. Потім авторка роботи думала над назвою та створювала дизайн обкладинки для інтерв'ю. І тільки після цих всіх етапів матеріал ставав доступним широкій аудиторії глядачів.

На думку авторки роботи, важливо було скласти план просування відео. Це дало змогу зрозуміти, яким чином рухатися, який контент публікувати на сторінках у соціальних мережах та у кого купувати рекламу після того, як на сторінці буде 5-10 тисяч підписників і хороші охоплення. Також на перспективу буде дуже корисно отримати хорошу аудиторію завдяки купівлі спонсорського місця у розіграшах лідерів думок.

РОЗДІЛ III. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Загальні результати

Ключовою метою проєкту «Українське телебачення в ключові періоди незалежності: російський контент, пропаганда та фейки» було створити україномовний YouTube-канал, який міститиме корисну, цікаву та актуальну інформацію про українське телебачення для цільової аудиторії різного віку, статі, виду діяльності, поглядів і релігії. Завдяки цьому YouTube-каналу глядачі мають змогу ознайомитися із ключовими, на думку героїв інтерв'ю, кейсами з українського телебачення, почути їхню думку про ті чи інші періоди становлення вітчизняного телебачення. Ці інтерв'ю зможуть допомогти розвинути глядачам критичне мислення, здатність аналізувати різні випадки, пов'язані не тільки з телебаченням, а й іншими подіями навіть у буденному житті.

Таким чином в ході роботи над магістерським мультимедійним проєктом «Українське телебачення в ключові періоди незалежності: російський контент, пропаганда і фейки» було зроблено наступне:

1. Знято та змонтовано 5 інтерв'ю з різними героями:
 - Анжелікою Руденко,
 - Антоном Подлуцьким,
 - Наталією Соколенко,
 - Романом Скрипіним,
 - Богданом Буткевичем.
2. Опубліковано інтерв'ю з вищезгаданими журналістами на YouTube-каналі авторки роботи.
3. Опубліковано короткі версії інтерв'ю з героями у соціальних мережах авторки роботи, зокрема в Instagram, Facebook, TikTok.

4. Запущено таргетовану рекламу в Instagram для залучення більшої кількості глядачів.

5. Авторка роботи почала активно вести соцмережі для збільшення аудиторії, яка буде переходити на YouTube-канал.

6. Складено план розвитку YouTube-каналу та соцмереж.

7. Складено список журналістів та телеведучих, котрі будуть запрошені для зйомок інтерв'ю після захисту магістерської роботи.

Зокрема, це можуть бути:

- Анастасія Даугуле (Інтер);
- Юрій Горбунов (1+1);
- Наталія Мосейчук (1+1);
- Марічка Падалко (1+1);
- Алла Мазур (1+1);
- Катерина Осадча (1+1);
- Тетяна Микитенко (незалежний експерт);
- Сергій Притула (Новий канал);
- Олександр Педан (Новий канал);
- Тетяна Висоцька (СТБ);
- Віталій Гордієнко (незалежний експерт);
- Ігор Кондратюк (продюсер).

Кожен з вищеперерахованих телеведучих та журналістів є досить таки медійним обличчям. Вони мають багатий досвід роботи. Щоправда, варто врахувати й той факт, що нині багато-хто з них все ще працює на окремих телеканалах, що може в певній мірі змусити їх вдаватися до самоцензури. Втім, їхня розповідь про становлення телебачення, без сумніву, має бути корисною та цікавою для аудиторії.

8. Інше.

Кожне інтерв'ю спонукало авторку роботи до думок, що сприяло формуванню нових запитань. Такий самий вплив мали й люди, які переглядали інтерв'ю та подавали авторці свої власні запитання, на які було б цікаво почути відповідь. Таким чином, окрім стандартних запитань, описаних у гайді до інтерв'ю (див. розділ II), з'явилися додаткові, які важливо озвучити наступним героям.

У ході роботи над магістерськими мультимедійним проектом авторка зауважила, що важливо поцікавитися думкою журналістів та телеведучих, які працювали на регіональних телеканалах у різних областях України. Цікаво, чи відрізнятимуться їхні позиція та відповіді на питання стосовно становлення українського телебачення в різні періоди незалежності. Окрім того, варто враховувати, що у різних областях України були різні очільники міських та обласних рад. Відповідно існує ймовірність, що у залежності від правлячої гілки влади журналісти та телеведучі могли тим чи іншим чином вдаватися до цензури. Відтак ця ідея може слугувати підпунктом великого проєкту про українське телебачення.

Ймовірно, у глядачів, які, як і деякі герої інтерв'ю, вважають, що українське телебачення померло, знайшли собі альтернативу у вигляді YouTube. Щоправда, тут виникає суттєва проблема, пов'язана зі створенням інформаційної «бульбашки». Її суть полягає у тому, що YouTube формує рекомендації на основі попередніх переглядів користувача. З цього робимо висновок, що ті, хто дивляться пропаганду, не мають альтернативного джерела інформації. Відповідно ті, хто дивляться правдиві новини, не знають, як працює пропаганда. Обидва варіанти негативно впливають на формування інформаційної грамотності, але, на думку авторки роботи, гірше тоді, коли люди дивляться пропаганду, і не мають звідки брати правдиві новини. Таким чином, певний відсоток аудиторії не матиме достатнього рівня свідомості, щоб не бути під впливом

дезінформації. У випадку, якби було чесне, правдиве та відповідне до журналістських стандартів телебачення, всі користувачі могли би мати одне спільне джерело інформації. Важливо додати, що тут не йдеться про відміну інших джерел інформації. Тільки про заохочення всіх глядачів брати в користування спільне телебачення.

Потрібно аргументувати, чому телебачення, а не якась онлайн-платформа. Все просто – люди похилого віку не завжди мають смартфони та не завжди розуміють, як користуватися певними застосунками. Тому логічніше в цьому випадку підлаштуватися під спроможності пенсіонерів.

3.2. Інтерв'ю і YouTube

Головним майданчиком для публікації відео став YouTube. На цій платформі і був створений канал авторки роботи. Таким чином кожне відео, створене в рамках проєкту, було опубліковано на цьому каналі. Він був новим, попередньо не мав підписників: станом на 22 травня 2024 року на цьому каналі було 0 підписників. Цього ж дня авторка роботи опублікувала перше інтерв'ю з Романом Скрипіним. Через 5 днів, станом на ранок 27 травня 2024 року на каналі є 29 підписників.

Інтерв'ю було опубліковане о 18:00. Одразу після публікації посилання на відео було поширене по соцмережах авторки роботи. Перші години перегляди росли не надто стрімко. Зокрема, близько 21:00 22 травня відео набрало 50 переглядів. Втім, згодом перегляди почали рости і станом на 27 травня 2024 року 11:22 відео вже набрало 706 переглядів, 41 вподобання, жодного дизлайку та 12 коментарів. До слова, під час розмови написання цього розділу, перегляди все ще росли. Відтак станом на 11:40 їх було вже 710.

Дуже цінно, що незнайомі користувачі залишали коментарі під відео. Користувачка natashazanuda написала: *«Чудова робота. Прислухала на одному диханні»*. Користувач vittorio3276 зазначив: *«Роман Скрипін є недооцінена персона всього народу (я так вважаю) і бажаю собі та всім людям бути спроможним аналізувати інформацію як він»*. Ще одна користувачка написала, що формат інтерв'ю дуже милий. Дівчина з ніком Dana_Kovalchuk залишила коментар трохи з гумором: *«Я людина проста: бачу класне інтерв'ю – ставлю лайк автоматично»*. Користувач vasy_l_mykhailiuk зазначив, що інтерв'ю дуже цікаве. Останній коментар, станом на час написання роботи, був таким: *«Дуже цікаво, інформативно та професійно! Дякуємо!»* [36]

Аналізуючи аудиторію, яка подивилась інтерв'ю можна сказати, що 71% глядачів – люди, віком 25-34 років, 28% – 35-44 років. Більше глядачів (50%) – чоловіки, а 49% – жінки. Географічне розташування глядачів зосереджено в трьох країнах: Україна (67%), США (3%) та Польща (2%). На думку авторки роботи, це пов'язано з тим, що певний відсоток українців перебувають нині закордоном, зокрема, це стосується її знайомих, які з цих країн вирішили також подивитися інтерв'ю.

Для того, щоб залучити більшу аудиторію глядачів, авторка роботи написала повідомлення кільком лідерам думок, зокрема Аліні Шаманській, котра має свій подкаст на YouTube «Розлючена» [2]. Щоправда, відповіді так і не отримала. Також в планах є запустити кілька відео для YouTube-Shorts, але поки є труднощі з роботою цієї функції.

Варто також додати, що авторка роботи не могла довго запустити сам канал, що відтермінувало прем'єру першого відео. Це було пов'язано з алгоритмами і налаштуваннями YouTube. Зокрема, спершу було заборонено публікувати відео, допоки не пройти спеціальну перевірку. Потім – заборонено публікувати відео, хронометраж яких складає більш як

15 хвилин. Аби пройти це обмеження, було потрібно підтвердити номер телефону та надіслати прохання, аби розробники дали дозвіл на збільшення хронометражу. І тільки після цього вдалось опублікувати перше інтерв'ю.

3.3. Інтерв'ю і Instagram

Перша соціальна мережа, в яку авторка роботи поширювала відео, – Instagram. Хоча підписників у авторки не так багато, але вона розуміла, що без поширення соцмережами жодних результатів очікувати не слід. Тому спершу авторка роботи написала допис, в якому описала героя інтерв'ю, в загальному окреслила ключові теми обговорення, а також зазначила, де шукати посилання на інтерв'ю: шапка профілю та stories. У stories авторка роботи провела інтерактив, у якому вказала три факти про героя: місце народження Полтава, починав кар'єру в газеті «Україна молода» та те, що герой працював на телеканалі СТБ, але у 2002 році звільнився через цензуру часів Леоніда Кучми. Ця stories була опублікована близько 12:00.

Після того, як авторка роботи опублікувала відео на своєму YouTube-каналі, вона закинула посилання на відео у stories. Переходів за посиланням з першої stories було 17. Таких публікацій було декілька. Зокрема, з другої stories було 11 переходів за посиланням. З третьої — 14, з четвертої — 5, з п'ятої — 9, з шостої — 7, з восьмої — переходів не було, з дев'ятої — переходів було 5.

Кожна stories мала певний сенс. Зокрема спершу, це було лише посилання, репост допису анонсу про інтерв'ю. Потім авторка роботи подякувала за feedback і знову розмістила посилання на інтерв'ю. Потім було вирішено задіяти інструмент Reels. Таким чином авторка вирізала початок питання до Романа Скрипіна про смерть українського телебачення,

хро метражем до хвилини та опублікувала його в себе в інстаграм. Посилання на відео поширила у stories. Для залучення більшої кількості аудиторії авторка роботи запустила таргетовану рекламу на 2 дні по 5\$ за кожен. Таким чином протягом 2 днів, під час яких відео було на рекламі, воно набрало 4385 переглядів, 105 лайків, 12 коментарів, 1 поширення та 12 збережень. Однак, після припинення реклами відео продовжувала набирати переглядів, і станом на ранок 27 травня набрало 5247 переглядів, 112 лайків, 12 коментарів, 1 поширення та 14 збережень.

Наступне, що зробила авторка, — колаж з трьох фото, де проанонсувала питання про телемарафон. Потім було цікаво провести опитування серед читачів авторки, чи переглянули вони інтерв'ю. Наступна stories містила віконечко, де підписники могли написати свої зауваження та коментарі стосовно інтерв'ю. Серед них варто виділити два: перший містив похвалу, а ще невелику критику стосовно запису звуку із шумом природи. У другому коментарі глядачка звернула увагу на відкритість гостя, цікаві питання та динаміку інтерв'юерки з гостем, проте їй не сподобалась локація, про що вона відверто повідомила.

Наступне, що зробила авторка роботи, — створила ще одне відео із запитанням проведення мовної квоти та її вплив на українське телебачення. Для залучення більшої кількості аудиторії, було куплено рекламу на 3 дні по 5\$ за кожен. Відтак станом на ранок 27 травня воно набрало 3707 переглядів, 44 лайки, 1 коментар, 2 поширення та 5 збережень.

Остання stories станом на 26 травня містила анонс питання про цензуру на телебаченні, а також посилання на YouTube-канал.

Важливо згадати і про хейтерів, які неочікувано з'явилися після публікації першого відео Reels. Ідеться про користувачку, яку звати Лариса. Вона спершу написала, що висновок про українське телебачення,

яке померло, зроблений «на основі однієї людини» [37]. На це авторка роботи порекомендувала жінці дочекатися інших інтерв'ю. Після цього пані Лариса вирішила спитала про те, скільки людей 60+ можуть підключити собі платформу MEGOGO для перегляду телебачення. А потім додала що люди цієї вікової категорії часто закривають мільйонні збори, поки хтось не дивиться страшні новини, бо має гроші на перегляд приємного контенту. Щоправда авторка роботи не зовсім розуміє коментар пані Лариси, оскільки це більше схоже на те, що жінка не зовсім зрозуміла суть інтерв'ю з Романом Скрипіним. Відповідно можна зробити висновок, що всю розмову вона не дивилася, а вирішила залишити коментар лише на основі 40 секунд відео. Втім, варто зазначити, що її коментар для авторки роботи дуже важливий.

Окрім постійних нагадувань про інтерв'ю, авторка роботи почала активно вести свій Instagram акаунт, в якому час від часу публікує власні фото, думки, фото природи та архітектури. До слова, загальне охоплення Instagram акаунту авторки роботи склало 7,6 тисяч людей станом на ранок 27 травня.

3.4. Інтерв'ю і Facebook

Правду кажучи, авторка роботи ніколи не була активним користувачем Facebook, але для роботи це було потрібно. Всі дописи, які були опубліковані в Instagram, автоматично поширювалися у Facebook. Таким чином можна було простежити динаміку реакцій на публікації у соцмережах з різною аудиторією. Можна сказати, що кількість коментарів та поширення суттєво не відрізнялася від Instagram, а от аудиторія була зовсім іншою. Це корисно і дуже вагомо впливає на впізнаваність і на кількість унікальних переходів на відео в YouTube. Щоправда, кількість

переглядів відео Reels у Facebook значно менша, ніж в Instagram: перше набрало лише 552 перегляди, 13 лайків, 0 коментарів і 1 поширення, а друге – 301 перегляд, 12 лайків, 2 коментарі та 0 поширень. Авжеж, варто відзначити, що загальне охоплення Facebook-сторінки авторки роботи суттєво зросла, з'явилося значно більше реакції на історії та відповідей на них.

Ще одним кроком, який зробила авторка роботи для залучення більшої аудиторії глядачів, було поширення допису про інтерв'ю з Романом Скрипіним у Facebook-групи. Це залучило глядачів, які не були в друзях у авторки роботи чи не були друзями людей, які коментували, лайкали, поширювали інтерв'ю у себе на сторінках.

Важливим аспектом створення дописів у Facebook був нюанс із посиланням на інтерв'ю. Йдеться про те, що шапка профілю, яка є в Instagram, відсутня у Facebook. А також в Instagram неможливо додати клікабельне посилання у допис, тому його потрібно репостити в stories або залишати в шапці профілю. Тому допис для Instagram включав речення про шапку профілю та stories, а допис для Facebook містив посилання на YouTube-канал та фразу про посилання, яке є у stories.

3.5. Інтерв'ю і TikTok

Ця соціальна мережа для авторки роботи була новою не тільки в плані побудови алгоритмів, але й загалом, починаючи з того, що вона навіть не була зареєстрована у цій соцмережі. Одразу зрозуміло, що лише 1 відео з інтерв'ю тут неможливо стати більш відомим. Потрібно додавати якісь креативні, сучасні ідеї, а також ловити тренди, які перебувають на слуху в глядачів. Саме тому суттєвих успіхів у розвитку акаунту в Тік ток у авторки роботи не було. Однак, певна динаміка таки відбулася. Зокрема,

акаунт, де не було жодного підписника, отримав 13 слідувачів. Одне з відео набрало 545 переглядів, 20 вподобань, а також 1 коментар, інше — набрало 157 переглядів, 13 вподобань та 2 збереження.

Таким чином, можна підсумувати, що кожна із соцмереж, перерахованих вище, суттєво важлива для розвитку YouTube-каналу. Це пояснюється тим, що в кожній із соцмереж є різна аудиторія, різні алгоритми та різні користувачі. Це допомагає залучити більше унікальних глядачів, що в загальному сприятиме збільшенню аудиторії, яка дивитиметься наступні інтерв'ю авторки роботи.

Найбільш активно та продуктивно просування інтерв'ю проходить через Instagram. Аудиторія там активна, готова давати feedback, а за допомогою реклами можна суттєво збільшити кількість читачів, переглядів, вподобань, коментарів та поширення. На другому місці для авторки роботи є Facebook. Алгоритми у цій соцмережі досить зрозумілі, а враховуючи попередній досвід роботи авторки проекту, не нові. Саме тому можна сказати, що поширювати відео у Facebook важливо, актуально, релевантно та відповідає початковому задуму авторки. 3-є місце за Тік током, але лише тому, що він досі не до кінця знайомий для авторки проекту. Втім, на меті є зрозуміти всі алгоритми, що допоможе залучити більше користувачів та глядачів.

Варто зазначити, що зробити перший крок – опублікувати дебютні інтерв'ю та допис-анонс, в яких довелося описати всі думки, дії, згадки про майбутні інтерв'ю було дуже складно. Це був суттєвий вихід із зони комфорту для авторки проекту. В першу чергу було страшно усвідомлювати, що з'являться люди, які будуть хейтити та засуджувати роботу інтерв'юерки. Однак, можна сказати, що дебют пройшов успішно, багато хейтерів не з'явилося, але з'явилися нові люди, які почали

слідкувати, залишати свої коментарі, а також просто підтримувати початок цього проєкту.

Висновки

Тема українського телебачення залишається актуальною і досі. Це пов'язано з тим, що люди здавна довіряли телебаченню, а тому нині розглядають його, як вагоме джерело інформації. У зв'язку з цим потрібно створювати проєкти, які даватимуть роз'яснення, можливість переглянути моделі критичного мислення, аби уникнути заду рення свідомості. Незважаючи на те, що деякі герої інтерв'ю зауважували, що не всім людям потрібна правда, є відсоток людей, які її потребують. І навіть, якщо цей відсоток суттєво менший за кількість людей, яким правда не потрібна, такі проєкти варто робити, бо нам потрібне свідоме суспільство.

Аналізуючи всі проведенні інтерв'ю, можна зробити наступні висновки:

- Українське телебачення було наповнене російським контентом з часів, коли до влади прийшов Віктор Ющенко та до введення мовної квоти у 2017 р.

- Найгіршими періодами для журналістів у ключі свободи слова та цензури були часи, коли при владі були Леонід Кучма та Віктор Янукович; найкращими – часи Віктора Ющенка. Ще дехто з героїв інтерв'ю каже, що за часів Петра Порошенка також не було суттєвої цензури.

- Всі герої інтерв'ю, з якими відбулась розмова станом на 28 травня 2024 року впевнені, що журналісти та телеведучі, які працювали на каналах Віктора Медведчука та висловлювали пропагандистські заклики з проросійськими наративами мають бути усунені від роботи в телемарафоні. Крім того, дехто називає термін «люстрація медійників». Під люстрацію мають потрапити ті працівники телеканалів, онлайн-видань, газет чи журналів, які за роки своєї праці підтримували

пропаганду, вигукували проросійські заклики, поширювали дезінформацію, вигідну ворожій стороні.

- Не всі герої інтерв'ю вважають телемарафон українською пропагандою, але майже всі схиляються до думки, що зараз він існує не виправдано. Саме тому медійники вважають, що його потрібно або закрити, або суттєво реформувати. Наприклад, віддати ведення марафону Суспільному мовнику. Це дасть змогу людям бути ознайомленими зі всіма новинами, які будуть озвучені відповідно до всіх журналістських стандартів.

- Не всі, але більшість героїв інтерв'ю стикалися з цензурою на телебаченні. Втім, вміли з нею боротися, а якщо не вдавалось протистояти – звільнялися і об'єднувалися у потужні команди українських журналістів, створюючи або починаючи працювати у чесних та прозорих ЗМІ, радіо чи телеканалах.

- Всі герої інтерв'ю вважають, що введення мовної квоти на українському телебаченні – це правильний крок назустріч становленню нашої нації та незалежного телебачення. Це суттєво змінило інфопростір, відфільтрувало наповнення телеканалів та змусило журналістів, телеведучих і спікерів перейти на державну мову. Щоправда, це не стосується приватного життя частини вищезгаданих медійників, в якому вони, за словами деяких героїв, все ще спілкуються російською.

- Не всі герої вважають, що українське телебачення померло, але у форматі 2000-х воно існувати не може. Тому журналісти пропонують запрошувати на телебачення відомих блогерів, інфлуенсерів, впізнаваних експертів. Наповнювати етер цікавими телепрограмами, які будуть корисними для глядачів різної вікової категорії. До слова, Суспільне вже має такі напрацювання: вони запрошують «обличчя з ТікТоку», які роблять слот цікавішим. В свою чергу, блогери більш відповідально ставляться до

того, що вони поширюють, адже робота на Суспільному мовнику привчає їх до стандартів журналістики. Ті, хто вважають, що телебачення померло, наводять простий аргумент: люди перейшли у YouTube, де є вся необхідна інформація.

Інтерв'ю, записані із журналістами, були опубліковані на YouTube-каналі авторки роботи. Крім того, його було поширено у такі соцмережі:

- Instagram;
- Facebook;
- TikTok.

Для залучення більшої кількості глядачів було запущено рекламу в Instagram, яка сприяла зростанню охоплення та кількості підписників на профілі авторки роботи у цій соціальній мережі.

Список використаних джерел:

1. 1+1 media, StarLightMedia та InterMediaGroup покажуть спільний новинний телемарафон – МКІП. *Детектор медіа*. 26.02.2022. Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/production/article/196939/2022-02-26-11-media-starlightmedia-ta-intermediagroup-pokazhut-spilnyy-novynnyy-telemarafo-n-mkip/>
2. Аліна Шаманська. (2023, 17 листопада). ШАМАНСЬКА: збільшила груди? коханий військовий? табу у стосунках [Відео]. YouTube. Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=oC51gr0d9t0>
3. Андрій Ющенко, син Бога? *Українська правда*. 19.07.2005. Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2005/07/19/3011786/>
4. Андрющенко М. Ю. Творення іміджу телебачення України. // Марія Юріївна Андрющенко. - 2004. С. 19.
5. Безальтернативный «День победы» на «Интерере». *Детектор медіа*. 11.05.2019. Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/production/article/167175/2019-05-11-bezalternatyvnyy-den-pobedy-na-yntere/>
6. Біографія Анжеліки Руденко. *Радіо Свобода*. Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/author/%D0%B0%D0%BD%D0%B6%D0%B5%D0%BB%D1%96%D0%BA%D0%B0-%D1%80%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE/rqytqm>
7. Біографія Богдана Буткевича. *Українське радіо*. Режим доступу до ресурсу: <https://ukr.radio/prog-presenter.html?id=322&page=3>

8. Біографія Наталії Соколенко. *Українське радіо*. Режим доступу до ресурсу: <https://ukr.radio/prog-presenter.html?id=327>
9. Біографія Романа Скрипіна. *LB.ua*. Режим доступу до ресурсу: https://lb.ua/file/person/4318_skripin_roman_andriyovich.html
10. Бондаренко П., Печончик Т., Сухарина А., Яворський В. Виклики для свободи слова та журналістів в умовах війни: соціологічне дослідження. - 2023. - С. 56. - Режим доступу до ресурсу: https://zmina.ua/wp-content/uploads/sites/2/2023/05/freedomofspeechandjournalistsatwar_socialresearchua_web.pdf
11. «Виглядає як шельмування»: Ткаченко прокоментував вимогу відсторонити від телемарафону колишніх проросійських ведучих. *Детектор медіа*. 17.05.2022. Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/199308/2022-05-17-vyglyadaie-yak-shelmuvannya-tkachenko-prokomentuvav-vymogu-vidstoronyty-vid-t-elemarafonu-kolyshnikh-prorosiyskykh-veduchykh/>
12. Гоян В., Гоян О. Реформування українського телерадіомовлення: тенденції 2017-2018 років та динаміка. [Електронний ресурс] // Віта Гоян, Олесь Гоян. - 2018. Соціальні комунікації. - №2 (34). - С. 31-39. Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/User/Downloads/636-2004-1-SM.pdf>
13. Загін Кіноманів. (2022, 14 листопада). ЧОМУ МИ ЦЕ ДИВИЛИСЬ: НЯНЯ ВІКА, СОЛДАТИ, КАДЕТИ? [Відео]. YouTube. Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=a3byRagAGO8>
14. Загін Кіноманів. (2022, 21 грудня). ГАЛУБОЙ АГАНЬОК, МЮЗИКЛИ, БОЛЬШАЯ РАЗНИЦА: Чим нас годував телевізор перед Новим роком? [Відео]. YouTube. Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=xNlkioGI6gU>

15. Закон “Про внесення змін до деяких законів України щодо мови аудіовізуальних (електронних) засобів масової інформації”. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2054-19>.
16. Закон “Про внесення змін до Закону України “Про телебачення і радіомовлення” (щодо частки пісень державною мовою в музичних радіопрограмах і радіопередачах)”. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1421-19#Text>
17. Закон “Про державну підтримку кінематографії”. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1977-19>.
18. Звіт Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення за 2017 рік. *Національна Рада України з питань телебачення і радіомовлення*. 2017. Режим доступу до ресурсу: <https://www.nrada.gov.ua/reports/>
19. Зеленський ввів у дію санкції щодо телеканалу "Наш". Що вони передбачають. *Суспільне*. 12.02.2022. Режим доступу до ресурсу: <https://suspilne.media/206305-rnbo-zaprovadila-sankcii-proti-telekanalu-nas-evgena-muraeva/>
20. Зірка «Бригади» приїхав до Донецька і зганьбився промовою про окупантів. *РБК Україна*. 13.09.2023. Режим доступу до ресурсу: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/zirka-brigadi-priyihav-donetska-i-zganbivsy-a-1694587020.html/amp>
21. Жугай В. Висвітлення російсько-української війни 2022 року у ЗМІ. // Віталій Бугай. - 2022. - С. 847 - 851. Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/20038/%d0%96%d1%83%d0%b3%d0%b0%d0%b9%20%d0%92%d1%96%d1%82%d0%b0%d0%bb%d1%96%d0%b9%20%d0%99%d0%be%d1%81%d0%b8%d0%bf%d0%be%d0%b2%d0%b8%d1%87.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

22. Іво Бобул стане першим гостем нового сезону програми Анастасії Даугуле «Моя історія». *Детектор медіа*. 13.03.2024. Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/224150/2024-03-13-ivo-bobul-stane-pershym-gostem-novogo-sezonu-programy-anastasii-daugule-moya-istoriya/>
23. Куди зник Андрій Доманський: стало відомо, де перебуває скандальний ведучий. *ТСН*. 19.09.2023. Режим доступу до ресурсу: <https://tsn.ua/glamur/kudi-znik-andriy-domanskiy-stalo-vidomo-de-perebuvaе-skandalniy-veduchiy-2413171.html>
24. Медіаспільнота закликала відсторонити колишніх проросійських ведучих від національних марафонів. *Детектор медіа*. 12.05.2022. Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/community/article/199162/2022-05-12-mediaspilnota-zaklykala-vidstoronyty-kolyshnikh-prorosiyskykh-veduchykh-vid-natsionalnykh-marafoniv/>
25. На премії RU.TV співак Потап зі спущеними штанами подякував Росії. *Корреспондент.net*. 4.06.2014. Режим доступу до ресурсу: <https://ua.korrespondent.net/showbiz/music/3373690-na-premii-RUTV-spivak-potap-zi-spuschenymy-shtanamy-podiakuvav-rosii>
26. Нацрада через суд хоче позбавити ліцензії канал Мураєва "Наш". *24 канал*. 19.08.2021. Режим доступу до ресурсу: https://24tv.ua/natsrada-cherez-sud-hoche-pozbaviti-litsenziyi-ukrayina-novini_n1717029
27. Ніколаєць Ю. Інформаційно-комунікаційний простір України в умовах російсько-української війни [Електронний ресурс] // Юрій Ніколаєць. - 2014 - 2023. - Сіверянський літопис. - №2. - С. 140-152. -

- Режим доступу до ресурсу:
<https://sl-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/336/283>
28. Нове медіа для ІТ-ком'юніті: Антон Подлущкий запустив професійне онлайн-видання ProIT. *Детектор медіа*. 7.07.2023.
 Режим доступу до ресурсу:
<https://detector.media/infospace/article/213931/2023-07-07-nove-media-dlya-it-komyuniti-anton-podlutskyi-zapustyv-profesiyne-onlayn-vydannya-proit/>
29. Онлайн-рейтинг “Топ 50 блогерів України”: остаточні результати голосування. *Focus.ua*. 27.03.2021. Режим доступу до ресурсу:
<https://focus.ua/uk/ukraine/483850onlaynreytingtop50bloggerovukrainyokonchatelnyerezultatygolosovaniya>
30. Останнє десятиліття ЗМІ. Головні події в історії українських медіа 2000–2009 років. *Детектор медіа*. 19. 01. 2010. Режим доступу до ресурсу:
<https://detector.media/withoutsection/article/50530/20100119ostanniedesyatylittiyazmigolovnipodiiivistoriiukrainskykhmedia20002009rokiv/>
31. Привид нацизму в Україні: як кремлівська влада десятиліттями працювала з колаборантами. *Українська правда*. 13.04.2022. Режим доступу до ресурсу:
<https://www.pravda.com.ua/columns/2022/04/13/7339061/>
32. Приходько П. Технології гібридної війни Росії проти України за президентства Віктора Януковича (2010-2014) [Електронний ресурс] // Петро Приходько. - 2023. Актуальні питання гуманітарних наук. - №61. Т. 2. - С. 31-37. Режим доступу до ресурсу:
http://aphn-journal.in.ua/archive/61_2023/part_2/61-2_2023.pdf#page=31

33. Соцмережі і телебачення – основні джерела новин для українців; довіра до національних медіа впала (дослідження). *Детектор медіа*. 16.10.2020. Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/181614/20201016/sotsmerezhhyy-telebachennyaosnovnidzherelanovyndlyaukraintsivdoviradonatsionalnykh-mediavpravdadoslidzhennya/>
34. СТБ. Серіал. (2023, 26 листопада). Троянда без шипів | КРУТИЙ ФІЛЬМ ПРО ПОМСТУ | ФІЛЬМ ПРО КОХАННЯ | ТОП КІНО | ФІЛЬМ З ХЕППІ-ЕНДОМ [Відео]. YouTube. Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=FAI8RqQo4UQ>
35. Суд відкрив два провадження про ануляцію ліцензій каналів Мураєва. *Новини24*. 10.11.2021. Режим доступу до ресурсу: https://24tv.ua/sudvidkrivdvaprovadzhennyaoproanulyatsiyuukrainanovini_n1734874
36. Христина Бойчук. (2024, 22 травня). Роман Скрипін про голодування на "5 каналі" та смерть українського телебачення [Відео]. YouTube. Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=1luxm51Wp30>
37. Христина Бойчук. Продовження відповіді на питання про смерть українського телебачення на моєму ютуб-каналі. А крім цього згадали про телемарафон, цензуру та багато іншого, Посилання у шапці профілю та у сторіс. #журналістика #інтерв'ю". [Електронний ресурс]: Фото/ Христина Бойчук // Instagram — Дата публікації: 22 травня. Режим доступу до ресурсу: <https://www.instagram.com/reel/C7ULr-5KyMR/?igsh=MXNhY2VsbzN4Z2t3MA==>
38. Як комунальні телерадіокомпанії мають перевтілитись у публічні медіа. *Детектор медіа*. 11.04.2023. Режим доступу до ресурсу:

<https://detector.media/rinok/article/209984/2023-04-11-yak-komunalni-te-leradiokompanii-mayut-perevtilytys-u-publichni-media/>

39. Testing. (2018, 21 квітня). Ігри патріотів. 1 сезон 1 гра - Команда А. Кузьменка (Intervilles Ukraine) [Відео]. YouTube. – Режим доступу до ресурсу: https://www.youtube.com/watch?v=QGKSdhm_B4s
40. Uncleogram. (2023, 2 січня). Zelensky and Galkin - TV Channel Russia New Years Eve 2013 Autocaptioned [Відео]. YouTube. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=Sx9Rdhttkno>