

Запропоновані стратегічні кроки дозволять подолати розрив між наявним інтелектуальним ресурсом установи та його репрезентацією в мережі, перетворити якісний культурно-освітній продукт на видимий і затребуваний актив. Замість функціонування у форматі статичного цифрового сховища YouTube-канал має стати сучасним сервісним майданчиком, де комунікація будується на принципах двостороннього зв'язку та задоволення актуальних інформаційних запитів аудиторії.

Список використаних джерел

1. Гамуляк С. Чому у вас немає переглядів відео на YouTube? Поради, як це виправити. Zelios. URL: zelios.agency/uk/why-you-have-no-views-on-youtube-video/ (дата звернення: 20.04.2026).
2. Іванов М. Роль відеомаркетингу у сучасних стратегіях просування бренду. MasAgency. URL: mas-agency.com.ua/blog/article/?id=49 (дата звернення: 20.04.2026).
3. Токовенко О. 14 правил YouTube Shorts, які знають лише практики. Marketer. URL: marketer.ua/ua/14-youtube-shorts-rules-that-only-practitioners-know/ (дата звернення: 20.04.2026).
4. Nguyen C. 10 Awesome Benefits Timestamps on YouTube Videos. GoTranscript. URL: gotranscript.com/en/blog/timestamps-benefits (дата звернення: 20.04.2026).
5. YouTube Thumbnail Guide 2026: 8 Rules to Double Your Click-Through Rate. URL: nexora-ai.org/blog/youtube-thumbnail-guide-ctr-2026 (дата звернення: 20.04.2026).

Науковий керівник: Гузенко С.В., кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова.

Дмитрій Саєнко

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Національного університету «Запорізька політехніка»*

ВІД САТИРИЧНОГО ДАЙДЖЕСТУ НОВИН ДО КРОСМЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМАТУ «ТЕЛЕБАЧЕННЯ ТОРОНТО»

Охарактеризовано особливості трансформації медіапроекту «Телебачення Торонто» від сатиричного новинного формату на ютуб-каналі до повноцінного кросмедійного продукту. Проаналізовано специфіку функціонування контенту на різних цифрових платформах та визначено ознаки реалізації моделі кросмедіа.

Ключові слова: кросмедіа, інтернет-журналістика, дайджест новин, соціальні медіа, ютуб-канал, контент.

Активна інтеграція медіа в інтернет-простір та опанування ними нових цифрових платформ спричинили значні трансформації в самій медіасистемі, зокрема в підходах до формування та поширення контенту в мережі. Ті формати й моделі журналістики, що домінували в традиційних ЗМІ, зазнали помітних змін в цифровому медіапросторі. Журналісти почали створювати експериментальні проєкти, що відповідають інформаційним запитам інтернет-аудиторії. Одним із таких проєктів є «Телебачення Торонто» – медіа, яке пройшло шлях від сатиричного дайджесту новин на ютуб-каналі до поліформатного кросмедійного контенту. В такому контексті особливу актуальність набуває дослідження таких медіапроєктів, які ефективно адаптуються до нових умов і використовують сучасні стратегії.

Метою роботи є визначення специфіки еволюції форматів «Телебачення Торонто» та особливостей реалізації моделі кросмедіа у цифровому середовищі.

Кросмедіа сьогодні є однією з провідних моделей інтернет-журналістики, яка вже тривалий час перебуває в центрі уваги науковців. Її досліджують Г. Гейс, І. Дж. Ердал, Л. Василик, А. Досенко, М. Женченко, В. Садівничий, Г. Сарміна, Г. Шевченко та ін. Проте дотепер бракує досліджень, присвячених вивченню динаміки змін медіапроєктів від традиційних ЗМІ до кросмедіа в умовах воєнного стану.

«Телебачення Торонто» – це авторський експериментальний проєкт журналіста Романа Вінтоніва, який спочатку працював на телеканалах «К1», «Інтер», «ZIK», «1+1», а пізніше вирішив звільнитися «через втручання влади в роботу редакції» [2] та в 2012 р. заснував свій канал на платформі «Ютуб». Назва проєкту «Телебачення Торонто» пов'язана з вигаданим персонажем, в образі якого журналіст з'являвся у відеороликах, – Майкла Щура, нібито канадського кореспондента телеканалу української діаспори «УТ-Торонто».

За словами Романа Вінтоніва, за роки роботи на телебаченні він втомився від «серйозної журналістики», яка не розкривала справжніх облич політиків та не здатна була сформувати в реципієнтів адекватну інформаційну картину світу. Концепція проєкту базувалась на ідеї, яку автор пояснював у такий спосіб: «Підвищувати критичне мислення наших глядачів – глобально велике завдання, яке ми втілюємо у життя гумором» [1]. Основний акцент автор робить на поєднанні інформаційного та розважального форматів із виразною гумористичною складовою.

Для реалізації концепції Роман створив образ канадського журналіста, який приїхав в Україну, щоб розібратися у місцевій політиці.

«Телебачення Торонто» розпочалось із серії репортажів та інтерв'ю «Чим живеш, Україно?», де Майкл Щур викривав абсурдність діяльності українських політиків. Цей проєкт став фундаментом для наступних шоу, а саме сатиричних дайджестів новин, де повідомлення актуальної інформації супроводжувалось гострим гумором та іронією. Такі дайджести втілювали формат інфотейнменту, оскільки поєднували інформування з розважанням та в такий незвичний спосіб – через висміювання – привертали увагу українців до дійсно важливих соціально-політичних проблем.

У 2013 р. з'явилася програма «Але є одне але» («АЄОА»), про яку Роман Вінтонів говорив: «Я з новин, і вони мені в принципі не подобалися – я бачив багато трешового, чого там не мало бути. І я вирішив вишукувати в інтернеті ідіотські логічні ходи журналістів чи просто якісь речі в репортажах і говорити про них. Так з'явилося шоу «Але є одне «але» [2]. Відтак сатиричний дайджест новин України та світу став провідним форматом медіапроєкту.

Поступово медіа еволюціонувало. Наступним кроком був вихід на телебачення. У 2014 р. на «Першому національному телеканалі» транслювалась програма «Утеодин», створена у форматі сатиричного дайджесту новин. Її ведучим був також Роман Вінтонів у комедійному образі Майкла Щура. Разом із ним над проєктом працювала команда: креативним продюсером був Євген Самойленко, за сценарій і редакторську роботу відповідали Андрій Кондратенко, Олександр Очаковський та Юрко Космина. У 2014 р. виходить також «Вій до трону» – сатиричний тележурнал-дайджест про кандидатів у президенти України. У 2016 р. вийшла ще одна програма – «#@)£?£0» («Грати, песик, дужка, гривня, знак питання, долар, нуль»). Її демонстрували на каналах «24», «UA: Перший», «Громадське» та на ютуб-каналі «Телебачення Торонто».

Свої перші проєкти Роман Вінтонів визначав як «журналістику», покликану за допомогою гумору, іронії та абсурду ініціювати серйозні суспільні дискусії щодо важливих проблем, проте пізніше автор відмовився від цього визначення та закликав не називати це його єдиним методом. За 15 років свого існування проєкт еволюціонував та поступово відходив від одноманітної стилістики. З початком повномасштабної війни команда «Телебачення Торонто» змушена була шукати нові шляхи розвитку медіа.

Кардинальні зміни в роботі «Телебачення Торонто» відбулись у березні 2022 р., коли Роман Вінтонів доєднався до лав ЗСУ. Він був не лише ведучим, а й ідейним натхненником та обличчям цього медіапроєкту, й уявити подальше існування «Телебачення Торонто» без Майкла Щура було важко. Проте творчий колектив медіа вирішив продовжити роботу. Поступово відбувся перехід проєкту до кросмедійного

формату: журналісти почали готувати контент в інших цифрових середовищах, зокрема у телеграм-каналі, а також у соціальних мережах «Інстаграм» та «Фейсбук». Це дозволило не лише збільшити охоплення аудиторії, а й змінити способи подання контенту.

Телеграм-канал «Телебачення Торонто» виконує завдання оперативного інформування. При цьому це не допоміжна платформа, а цілком самостійний інформаційний ресурс, де журналісти уникають іронічно-сатиричних інтонацій та дотримуються професійних стандартів новинної журналістики. Новинний формат зумовлений специфікою самої платформи: це месенджер, головним призначенням якого є обмін короткими повідомленнями.

У соціальних мережах «Інстаграм» та «Фейсбук» контент адаптується відповідно до специфіки цих платформ. В обох ресурсах візуальна складова відіграє провідну роль. Для соціальних мереж використовуються короткі відео, графічні матеріали та інтерактивні формати, щоб залучити нових користувачів.

Сьогодні до основного складу команди, окрім Романа Вінтоніва, входять Максим Щербина, Олександра Гонтар, Ярослава Кравченко, Євген Самойленко та Анатолій Остапенко. Для «Телебачення Торонто» вони створюють багато різноманітного контенту. Якщо раніше проєкт нагадував класичний формат телешоу, то зараз він продукує OSINT-розслідування, дайджести новин, культурні та освітні сюжети, стріми зі зборами для ЗСУ.

Домінантною платформою «Телебачення Торонто» дотепер залишається відеохостинг «Ютуб». Контент на ютуб-каналі характеризується більш розлогим та структурованим підходом до висвітлення подій – усі відеоролики та відеосюжети тут розподілені за плейлистами. Випуски поєднують елементи журналістського аналізу та сатири, що сприяє формуванню власного впізнаваного стилю.

Контент ютуб-каналу за 15 років значно трансформувався та урізноманітнівся: окрім випусків програм «Утеодин», «Але є одне але», «Вій до Трону», «#@)£?£\$0», тут є тематичні цикли відеоматеріалів у плейлистах «Міжнародна політика і не лише політика», «Історія та культура з Телебаченням Торонто», «Російсько-українська війна: репортажі», «Російсько-українська війна: інтерв'ю», «Російсько-українська війна: OSINT-розслідування» тощо. Наразі тут також поширюють стрімінгові трансляції під заголовком «Потік», час від часу Роман Вінтонів публікує подкасти з військовими, де вони обговорюють проблеми, що виникають в армії та загалом в українському суспільстві. Ютуб-канал наразі має велику аудиторію шанувальників – 963 тисячі підписників, 2,4 тисячі відео зібрали понад 357 млн переглядів.

Отже, «Телебачення Торонто» пройшло шлях від сатиричного дайджесту новин на ютуб-каналі до кросмедіа, що поширює декількома

каналами багатоматеріальний, політематичний, різножанровий продукт. Медіа реалізує кросмедійну модель шляхом адаптації контенту до кожної із платформ, але зберігаючи при цьому єдину концепцію та впізнаваний стиль. Модель кросмедіа підвищує конкурентоспроможність медіа в цифровому середовищі та забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією. Трансформація «Телебачення Торонто» свідчить про успішну адаптацію проєкту до цифрових умов та до вимог воєнного часу, що підтверджує ефективність кросмедіа як одного з провідних трендів розвитку сучасної журналістики.

Список використаних джерел

1. Корпан Н. «Ми сміємось не над людиною, а над вчинками»: Майкл Щур про жарти та те, як з'явилося «Телебачення Торонто». *20 хвилин*. 2019. 08 листопада. URL: <https://te.20minut.ua/lyudi/mi-smiemos-ne-nad-lyudinoyu-a-nad-vchinkami-maykl-schur-pro-zharti-ta--10963510.html> (Дата звернення: 15.04.2026).

2. Час зав'язувати із серйозною журналістикою? Роман Вінтонів про проєкт «Телебачення Торонто». *Словопис*. URL: <https://slovopys.kubg.edu.ua/chas-zav-iazuvaty-iz-serioznoiu-zhurnalistykoiu-roman-vintoniv-pro-proiekt-telebachennia-toronto/> (Дата звернення: 15.04.2026).

Науковий керівник: Тонкіх І. Ю., кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

Мар'яна Слюсар

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ПЛАТФОРМА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ХОРОВОГО МИСТЕЦТВА

Розглянуто розвиток і трансформацію хорового мистецтва в умовах цифровізації. Висвітлено вплив стрімінгових платформ і соціальних мереж на популяризацію музичної культури. Підкреслено значення звернення до національної культурної спадщини та її інтеграції у сучасний мистецький простір.

Ключові слова: мистецтво, цифрові платформи, соціальні мережі, концерти.