

Землянов Д. А.

<https://orcid.org/0009-0008-7643-5648>

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ЯК ТОК-ШОУ ФОРМУЮТЬ ПОЛІТИЧНУ ІДЕНТИЧНІСТЬ ТА ПОЛЯРИЗАЦІЮ СУСПІЛЬСТВА

Стаття присвячена аналізу механізмів, через які українські політичні ток-шоу формували громадянську та політичну ідентичність і поглиблювали суспільну поляризацію в період 2014–2021 років. Дослідження зосереджене на шести провідних програмах: «Шустер Live», «Свобода слова» (ICTV), «Право на владу» (1+1), «Чорне дзеркало» («Інтер»), «Український формат»/NewsOne та «Зворотний відлік» (UA: Перший). Методологічну основу становить порівняльний контент-аналіз ефірів у поєднанні з аналізом власницьких структур телеканалів і даними соціологічних досліджень медіаспоживання. Встановлено, що жоден із провідних ток-шоу не функціонував як незалежна публічна сфера: усі програми були структурно вбудовані в олігархічні або владні мережі впливу, які визначали відбір тем, гостей і наративних рамок. Виокремлено сім ключових механізмів поляризації: селекція гостей як ідеологічна операція, мовна рамка як ідентитарний сигнал, маніпуляція результатами студійного головування, тематична цензура за запитом власника або Адміністрації президента, шоуізація дискусії як форма деполітизації, відтворення наративних рамок і ефект «ехо-камери». Доведено, що аудиторії різних ток-шоу формували принципово відмінні когнітивні рамки щодо ключових питань – визначення «України», образу ворога, нормативності відносин із Росією та Заходом. Особливу увагу приділено кейсу NewsOne та медіахолдингу «Новини» (Медведчук/Козак) як прикладу цілеспрямованого використання жанру ток-шоу в гібридній інформаційній операції. «Зворотний відлік» (UA: Перший) проаналізовано як контрфактичний кейс – шоу без олігархічного власника, яке зазнавало тиску безпосередньо від виконавчої влади, що підтверджує системний характер залежності медіапростору. Сукупний ефект аналізованих механізмів – не просто низька якість контенту, а виробництво несумісних версій реальності, що суттєво ускладнює формування спільної громадянської ідентичності.

Ключові слова: ток-шоу, політична ідентичність, суспільна поляризація, медіаманіпуляція, власність на медіа, олігархічні медіа, інформаційна безпека, медіатизація політики, Україна.

Постановка проблеми. Медіапростір України після 2014 року зазнав принципової трансформації. Революція Гідності, анексія Криму та збройний конфлікт на Донбасі перетворили телебачення на поле боротьби за інтерпретацію реальності, де жанр політичного ток-шоу набув ключового значення – не стільки як майданчик публічної дискусії, скільки як механізм конструювання ідентичностей і відтворення суспільних розколів [1]. Майже всі провідні телеканали країни щотижня виходять у прямий ефір із таким шоу, відводячи йому найкращий прайм-тайм – вечір четверга або п'ятниці. Однак за зовнішньою демократичністю формату прихована системна проблема: медіаринок України орієнтований не на функцію надання інформації, а на забезпечення інформаційного впливу у політичному процесі [4].

Зв'язок проблеми з науковими і практичними завданнями очевидний: розуміння механізмів, через які ток-шоу формують ідентичності й поляризують аудиторії, є передумовою розробки ефективної медіаполітики, регулювання власності на медіа та підвищення медіаграмотності суспільства. Без такого розуміння неможлива розбудова стійкого інформаційного простору, здатного протистояти як внутрішнім олігархічним деформаціям, так і зовнішнім гібридним операціям [10].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні дослідники активно аналізують взаємодію медіа й політичної системи, однак політичні ток-шоу як окремий чинник суспільної поляризації ще не отримали достатнього системного висвітлення. Р. Р. Шаріпов розглядає медіа не як нейтрального посередника між суспільством

і владою, а як самостійного учасника політичного процесу, здатного формувати порядок денний [20]. Дослідник наголошує, що в пострадянських медіасистемах комерціалізація часто не послаблює олігархічний контроль, а закріплює його, через що медіа можуть ставати чинником демодернізації. О. В. Загірний пояснює це через поняття медіаполітичної системи, у межах якої медіа й політичні актори перебувають у стійкій взаємозалежності [9]. Такий підхід дає змогу зрозуміти, чому політичні ток-шоу стають точками перетину інтересів власників телеканалів і партійних штабів, однак залишає поза увагою конкретні наративні прийоми окремих програм.

Інший напрям досліджень зосереджується на маніпулятивних технологіях і впливі медіаконтенту в умовах інформаційного протистояння. Д. О. Булгаков описує основні техніки політичного впливу в мас-медіа, зокрема повторення, «спіраль мовчання» та рефлексивне управління [3]. Водночас у цій праці не розмежовано вплив зазначених технік на різні групи аудиторії. С. В. Гончарук звертає увагу на зміну телевізійного контенту в умовах цифровізації та воєнного часу [4]. Питання переходу поляризаційного ефекту ток-шоу на цифрові платформи залишається відкритим. Ю. Громика та ін. розглядають медіаконтент у контексті гібридної інформаційної війни, де він може виконувати функцію ідентитарної дезорієнтації ще до відкритої ескалації конфлікту [5]. Отже, у наявних працях бракує систематичного порівняльного аналізу конкретних політичних ток-шоу як агентів поляризації з урахуванням власницьких структур, наративних стратегій та аудиторної сегментації. Саме ця прогалина визначає дослідницьку нішу статті.

Постановка завдання. Мета статті – виявити та систематизувати механізми, через які провідні українські політичні ток-шоу 2014–2021 років формували політичну ідентичність і поглиблювали суспільну поляризацію, з урахуванням власницьких структур телеканалів, наративних стратегій програм і даних про медіаспоживання аудиторій. Для досягнення мети вирішено такі завдання: охарактеризувати медіаполітичну структуру українського телепростору; проаналізувати шість провідних ток-шоу крізь призму власницьких залежностей і ідентитарних ефектів; систематизувати механізми поляризаційного впливу; верифікувати гіпотезу про системний характер залежності медіапростору незалежно від власницької моделі на прикладі суспільного мовлення.

Виклад основного матеріалу. Після 2014 року українські політичні ток-шоу набули значення одного з помітних майданчиків боротьби за інтерпретацію суспільно-політичних подій. Революція гідності, анексія Криму, війна на Донбасі та виборчі цикли 2014, 2019 і 2020 років змінили функцію телевізійної дискусії [14]. Вона почала працювати як простір, у якому глядачеві пропонували готові образи «своїх» і «чужих», «державників» і «реваншистів», «миротворців» і «радикалів», «голосу народу» й «агентів впливу». Через регулярне повторення таких ролей політична позиція набувала рис ідентичності, а суперечка щодо конкретної події перетворювалася на емоційне розмежування аудиторій [20].

Передумовою цього процесу була структура українського телевізійного ринку. Провідні телеканали діяли не як повністю автономні редакційні організації, а як елементи медіаполітичних систем, пов'язаних із великими власниками, партійними інтересами або владними центрами [9]. Тому ток-шоу виконували роль прайм-таймових інструментів політичної присутності. За зовнішньою демократичністю формату приховувалася керована архітектура ефіру, у межах якої редакція визначала тему, склад гостей, порядок надання слова, конфігурацію опонентів, тон ведучого й межі допустимої критики [11].

Висока видимість жанру посилювала цей ефект. У 2016 році понад 3 млн українців щотижня стежили за політичними ток-шоу в прямому ефірі [22]. Окремі конфліктні фрагменти після трансляції поширювалися в новинах, соціальних мережах і на YouTube. Завдяки цьому вплив програми не завершувався після ефіру. Телебачення створювало сцену конфлікту, а цифрове середовище відбиало найемоційніші епізоди й перетворювало їх на короткі докази для прихильників певного табору [12].

Порівняльний кейс-аналіз шести форматів – «Шустер Live» / «Свобода слова Савіка Шустера», «Свобода слова» на ICTV, «Право на владу» на «1+1», «Чорне дзеркало» на «Інтері», «Український формат» і суміжні формати NewsOne, «Зворотний відлік» на Суспільному – засвідчує, що кожна програма формувала власну модель політичної реальності. Відмінності полягали у складі гостей, способах модерації, мовній рамці, драматургії конфлікту та ролі, яку програма відводила глядачеві. В одному випадку глядач поставав свідком «народного суду», в іншому – учасником раціональної дискусії, моральним арбітром, прихильником альтернативного проросійського

пояснення або громадянином, який має зробити поінформований вибір [11].

Для систематизації основних характеристик провідних українських політичних ток-шоу 2014–2021 років узагальнено їх за каналом, власницькою належністю та типом поляризаційного впливу.

«Шустер Live» можна розглядати як базову матрицю жанру політичного ток-шоу в Україні. Програма, що виходила з 2008 року у форматі чотирьох із половиною годин прямого ефіру щотижня, сформувала канонічну модель великоформатного політичного ток-шоу. Надалі більшість подібних програм відтворювали її структурні елементи, серед яких студійна аудиторія з функцією «народного суду», пряме голосування, емоційно загострені дебати в поєднанні із соціологічними вимірами [18]. У 2014–2017 роках шоу пережило кілька змін майданчика: після перерви через ескалацію конфлікту на Донбасі повернулося на «Перший національний», у вересні 2015 року перейшло на «1+1», а згодом зробило спробу незалежного мовлення на 3s.tv, яка завершилася на початку 2017 року. Кожне переміщення супроводжувалося декларацією редакційної незалежності, однак дані аналізу гостьового складу свідчать про іншу тенденцію: «Шустер Live» і «Свобода слова» системно завищували частку депутатів від «Батьківщини», тоді як Радикальна партія фактично вилучалася з ефіру цієї програми [19].

Ключовий поляризаційний ефект «Шустер Live» полягав не в прямому партійному упередженні, яке можна було заперечити посиленням на широкий спектр запрошених гостей, а в конструюванні специфічної драматургії публічного суду. Студійна аудиторія функціонувала не як незалежний вираз громадської думки, а як елемент

режисури. Задokumentовано факти використання платної масовки зі студентів, підробки результатів студійного голосування та аплодисментів за командою [15]. Ведучий міг дозувати слово для небажаних гостей, надаючи мікрофон за хвилину до рекламної паузи, після якої дискусія переходила до іншого учасника. Тематику ефіру могли змінити в останній момент після домовленості з Адміністрацією президента [11]. У такій моделі управління ефіром телеглядач отримував видимість відкритої дискусії за фактичної відсутності рівного доступу учасників до слова.

«Свобода слова» на ICTV є прикладом відносно стриманішої редакційної моделі в межах тих самих структурних обмежень. Програма, що виходить з 2005 року, у 2014–2016 роках під веденням Андрія Куликова дотримувалася виразно аналітичного курсу: дискусія модерувалася у стилі, близькому до британських стандартів BBC, де професійно формувався сам Куликов [2]. Власницька вертикаль StarLightMedia / Пінчук задавала негласні стоп-листи, зокрема обмеження на критику Леоніда Кучми [11]. Водночас у порівнянні з іншими каналами ICTV демонстрував найнижчий рівень монополізації гостей: жоден депутат не з'являвся виключно на «Свободі слова», тоді як на конкуруючих шоу таких «монополістів» було зафіксовано щонайменше 16 [19].

Відхід Андрія Куликова у серпні 2016 року й прихід Вадима Карп'яка позначили редакційний злам. Зміна ведучого означала зміну виробничого коду: від делікатного аналітичного модерування програма поступово переходила до жорсткішого, інколи провокативного стилю, у якому конфліктність ставала самодостатньою цінністю. Медіакритики фіксували, що дискусія в ефірі «Свободи слова» після 2016 року нерідко деградувала до

Таблиця 1

Порівняльна характеристика провідних українських ток-шоу 2014–2021 років

Ток-шоу	Канал / власник	Період у межах дослідження	Тип поляризаційного ефекту
«Шустер Live»	«1+1» / Ігор Коломойський; 3s.tv	2014–2017	партійна асиметрія, формат «народного суду»
«Свобода слова»	ICTV / StarLightMedia, Віктор Пінчук	2014–2021	відносна збалансованість у межах власницьких обмежень; стоп-листи
«Право на владу»	«1+1» / Ігор Коломойський	2014–2021	олігархічна лояльність, групова монополія представництва
«Чорне дзеркало»	«Інтер» / Дмитро Фірташ, Сергій Львовчкін	2014–2017	нормалізація проросійського наративу
«Український формат» / NewsOne	NewsOne / Євген Мураєв → група Медведчука	2017–2021	поширення тез про «переворот», «громадянську війну», «зовнішнє управління»
«Зворотний відлік»	UA: Перший / суспільний мовник	2019–2021	контрфактичний кейс: тиск з боку Офісу президента, а не власника

Джерело: сформовано автором на основі [1], [2], [3], [4], [5], [7], [8], [9], [11], [14], [15], [17].

формату «трамвайної сварки» [2]. Це була не суто естетична зміна, а трансформація функції програми: аналітична дискусія, яка могла допомагати глядачеві формувати позицію, поступалася місцем емоційному видовищу, де позиція замінювалася трибальним ототожненням зі «своїми». Поляризаційний ефект такого переходу є тоншим, ніж у випадку відвертого партійного упередження, проте не менш дієвим: шоуїзована дискусія зводить громадянську участь до емоційного вболівання, а не критичного аналізу.

«Право на владу» на «1+1» є показовим кейсом прямої відповідності між власницькою структурою й редакційним наповненням. Програма, запущена у вересні 2014 року, з часом набула стабільного формату щотижневого прямого ефіру тривалістю близько трьох годин під незмінним веденням Наталії Мосейчук [10]. Аналіз гостьового складу за серпень–жовтень 2020 року фіксує, що найчастіше в ефірі з'являлися представники «Слуги народу» – 21 раз, а серед найпомітніших політичних сил також стабільно була партія «За майбутнє». Обидві структури пов'язувалися з «групою Коломойського» у Верховній Раді [19]. Колишній ведучий шоу Сергій Іванов після звільнення у 2019 році підтвердив цю логіку фразою: «Складно очікувати на «1+1», щоби там шмагали Коломойського» [8].

Реформа 2018 року, яка передбачала введення «кнопки брехні» для оперативного фактчекінгу висловлювань гостей, була риторично вдалою, проте структурно обмеженою. Публічна легітимізація шоу як платформи верифікації не змінювала головного: відбір гостей і тематики залишався функцією власницької лояльності, а не редакційних стандартів. Лященко Я. В. в аналізі програми з позицій принципу об'єктивності фіксує неоднозначність: шоу декларує прагнення до балансу думок, але структурно відтворює механізми упередження, характерні для конкуруючих програм, хоча й у м'якшій формі [10]. Така ситуація демонструє, що формальна реформа змінює поверхневий образ продукту, однак не обов'язково зачіпає системні детермінанти його виробництва.

«Чорне дзеркало» на «Інтері», яке виходило з травня 2014 року до квітня 2016 року під веденням Євгена Кисельова, а до 2017 року – Олексія Ліхмана, відіграло якісно іншу роль у медіапросторі постмайданної України. Телеканал «Інтер» із власниками Дмитром Фірташем і Сергієм Львовичем функціонував як майданчик, де систематичний ефірний час отримувала проросійська опозиція: 65 % живих появ депутатів від

Опозиційного блоку у 2016 році припадало саме на цю програму [19]. Стратегічна логіка полягала в тому, що, надаючи площадку для Юрія Бойка, Олександра Вілкула та їхніх союзників, канал нормалізував у публічному дискурсі альтернативне прочитання подій 2014 року: не як революцію, а як «переворот»; не як збройну агресію, а як «громадянський конфлікт» [14].

Показовим є вихід Євгена Кисельова з «Інтеру» у квітні 2016 року, який відбувся під прямим тиском власника. За словами Кисельова, Сергій Львович повідомив йому: «Атаки на вас відбити не вдалося, сьогоднішній ефір ви вести не будете» [7]. Журналіст, який до того декларував незалежну журналістику, зіткнувся з межею, яку не міг перетнути ефір «Інтеру». Сам факт цього конфлікту є показовим: навіть відносно незалежний ведучий на структурно залежному каналі рано чи пізно вступає в суперечність із редакційною рамкою власника. Після відходу Кисельова «Чорне дзеркало» не змінило загальної орієнтації – змінився радше рівень публічної рефлексивності редакційного курсу.

NewsOne і медіахолдинг «Новини», до якого входили NewsOne, «112 Україна» та ZIK після консолідації під контролем Козака / Медведчука у 2018–2019 роках, є граничним випадком у спектрі аналізованих програм. У цьому випадку жанр ток-шоу набував функцій гібридної інформаційної операції. 29 листопада 2017 року тодішній власник NewsOne Євген Мураєв у прямому ефірі власного шоу «Український формат» назвав Революцію гідності «державним переворотом» [6]. Після переходу каналу під контроль Козака виробнича стратегія стала системною: три канали холдингу запрошували різних гостей для трансляції одних і тих самих наративних меседжів – «переворот», «зовнішнє управління», «громадянська війна», «Крим повернувся» [14]. Уривки ефірів нарізалися з провокативними підписами й поширювалися через YouTube-канали та Telegram, формуючи цифрове продовження телевізійної операції.

Кульмінацією цієї логіки стала спроба організувати 12 липня 2019 року телеміст NewsOne з «Россия-1» під гаслом «Треба поговорити». Проект викликав масові протести й був скасований, однак сам його задум унаочнив ступінь інтеграції медіаінфраструктури Медведчука з інтересами інформаційної агресії Росії проти України [14]. Дані «Детектора медіа» фіксують, що аудиторія каналів групи Медведчука майже вдвічі частіше за глядачів інших каналів виявляла довіру до

російських медіа [12]. Це кореляційний зв'язок, а не пряме доведення причинності, проте він відображає реальну диференціацію когнітивних фреймів залежно від каналу медіаспоживання. Медіахолдинг було заблоковано 2 лютого 2021 року указом Президента за рішенням РНБО [6].

«Зворотний відлік» на UA: Перший є контрфактичним кейсом у межах цього дослідження, оскільки програма свідомо будувалася за іншою виробничою логікою. Запущена напередодні президентських виборів 2019 року під веденням Мирослави Барчук і Павла Казаріна, вона декларувала й значною мірою реалізовувала принцип «максимум ток і мінімум шоу»: рівний ефірний час для кандидатів, оперативний фактчекінг від VoxCheck, жорсткі часові регламенти, які не дозволяли безконтрольних монологів [16]. За результатами моніторингу Ради Європи «Зворотний відлік» було визнано найзбалансованішим ток-шоу серед десяти загальнонаціональних каналів. Відсутність олігархічного власника усувала один тип структурного тиску, однак не ліквідовувала залежність від влади як політичного центру впливу.

У вересні 2021 року ведуча Мирослава Барчук публічно заявила про систематичний контроль Офісу президента над участю депутатів «Слуги народу» в ефірі: «Кандидати на ефірі узгоджуються з контактною особою Михайла Подоляка в ОП» [16]. Президент Володимир Зеленський відреагував, назвавши це «хайпом». Конфлікт зафіксував принципове положення: тиск на редакційну незалежність є функцією відносин між медіа та будь-яким центром влади, що має інтерес у контролі над нарацією. Суспільний мовник із формально незалежним статусом і суворими стандартами не є автоматично захищеним

від такого тиску. Його відмінність полягає в тому, що тиск частіше стає предметом публічного обговорення.

Систематизація виявлених механізмів дозволяє виокремити сім стійких патернів поляризаційного впливу, характерних для різних програм і різних власників. Усі вони мають спільну генеративну логіку: політичне ток-шоу не пасивно відображає наявні суспільні розколи, а активно відтворює й поглиблює їх через виробничі рішення – від відбору гостей до мови ефіру [3].

Мовна рамка є особливо показовою в контексті формування політичної ідентичності. Канали групи Медведчука та «Інтер» проводили шоу переважно або повністю російською мовою, і це не було нейтральним технічним вибором. У межах політичного ток-шоу мова ставала семіотичним сигналом про ідентитарну приналежність аудиторії, яку прагнув утримати канал [14]. Дзеркальною була тенденція поступового переходу ICTV і «1+1» після 2014 року до україномовного ефіру, що відповідало іншій ідентитарній позиції та формувало відмінне уявлення про колективне «ми» для власної аудиторії.

Ефект ехо-камери виникав унаслідок кумулятивної дії всіх зазначених механізмів. Аудиторія, яка систематично споживала один канал, отримувала не просто інший набір фактів, а цілісну систему категорій, що визначала, які події є релевантними, хто має право бути легітимним суб'єктом дискусії та якою має бути норма відносин між Україною і Росією. Гончарук С. В. фіксує, що фрагментація медіаспоживання в умовах цифровізації посилює цей ефект, оскільки аудиторія все рідше випадково стикається з альтернативним контентом [4]. Громика Ю. та ін. розглядають цей

Таблиця 2

Механізми поляризаційного впливу ток-шоу та їхні конкретні прояви 2014–2021 років

Механізм	Прояв у практиці	Ток-шоу, де зафіксовано
Селекція гостей	«Монополізація» спікерів: один депутат – одне шоу; Юлія Тимошенко 7 разів з'являлася лише у «Шустер Live»	«Шустер Live», «Інтер», «Право на владу»
Мовна рамка	Мова ефіру як ідентитарний сигнал: російська мова маркувала проросійську позицію, українська – проукраїнську	NewsOne, «Інтер» / ICTV, «1+1»
Маніпуляція голосуванням	Підробка результатів студійного голосування; платна масовка у залі	«Чорне дзеркало», «Шустер Live»
Тематична цензура	Зміна теми ефіру за запитом Адміністрації президента або власника за кілька годин до виходу програми	«Шустер Live», «Свобода слова»
Шоуїзація дискусії	Провокатори замість аргументів; «трамвайна сварка» як формат телевізійної дискусії	«Свобода слова» після 2016 року, NewsOne
Наративна рамка	Систематичне відтворення тез «переворот», «громадянська війна», «зовнішнє управління»	NewsOne, «112 Україна», ZIK
Ефект ехо-камери	Аудиторія каналів Медведчука вдвічі частіше довіряла російським медіа порівняно з аудиторією інших каналів	група Медведчука загалом

Джерело: сформовано автором на основі [1], [3], [5], [9], [11], [15], [18], [19].

процес у межах гібридної війни, де медіаінфраструктура виступає таким самим стратегічним ресурсом, як і кінетичні засоби [5].

Шоуїзація політичної дискусії є одним із найглибших за наслідками механізмів поляризації. Перетворення політики на видовище виконує функцію, яку в логіці Ю. Габермаса можна описати як руйнацію публічної сфери: глядач залучається до символічної участі – голосує в ефірі, пише запитання, ідентифікується зі «своєю» командою, але структурно залишається виключеним із реального формування порядку денного [11]. Нескінченна телевізійна драматургія з постійними героями й антагоністами формує не громадянина, а вболівальника. Атомізоване й персоналізоване сприйняття політики створює сприятливе підґрунтя для поляризації, адже вона живиться трибальним отождненням, а не раціональним аналізом.

Підсумковий системний ефект полягає у формуванні відмінних інформаційних середовищ, у межах яких аудиторії отримують несумісні інтерпретації політичної реальності. «Детектор медіа» фіксував цей феномен як емпіричну реальність: глядачі різних телеканалів опинялися в принципово різних символічних просторах [12]. Вони по-різному відповідали на питання про те, що є «Україна», хто є «ворог» і яка норма у відносинах із Росією є припустимою. Медіаінфраструктура Медведчука безпосередньо обслуговувала ОПЗЖ як електоральний проєкт, конвертуючи ідентитарне розмежування в політичну поведінку виборців [14]. Отже, вплив політичних ток-шоу не можна зводити до загального медійного тиску на аудиторію. Йдеться про конкретну технологію управління увагою, емоціями та політичною самоідентифікацією, реалізовану через жанр, який декларує відкритість, дискусійність і множинність думок.

Висновки. Аналіз шести провідних політичних ток-шоу засвідчує, що в 2014–2021 роках вони виконували кілька взаємопов'язаних функцій

у конструюванні суспільної поляризації. Кожна програма відтворювала й легітимізувала ідентитарні розколи між проукраїнською та проросійською позиціями, між умовними моделями «Майдану» й «антимайдану», перетворюючи ці протиставлення на стійкі категорії сприйняття політичної реальності. Систематична асиметрія в запрошенні гостей і розподілі ефірного часу надавала кожному шоу ознак партійно-олігархічного рупора, а маніпулятивні техніки модерації розмивали межу між журналістикою і пропагандою. Шоуїзація дискусії зміщувала увагу аудиторії зі структурних проблем на персональні конфлікти, підмінюючи громадянську участь трибальним отождненням із «своїми» політичними акторами.

Сукупний ефект виявлених механізмів полягає у формуванні інфраструктури виробництва несумісних версій реальності. Кейс «Зворотного відліку» підтверджує, що відсутність олігархічного власника не гарантує редакційної незалежності, оскільки тиск виконавчої влади за своєю структурною логікою наближається до тиску комерційного бенефіціара. У такому середовищі формування спільної громадянської ідентичності суттєво ускладнюється, адже різні аудиторні групи отримують відмінні моделі пояснення політичних подій, різні образи «своїх» і «чужих», а також різні уявлення про легітимні межі суспільного діалогу.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з верифікацією виявлених механізмів через репрезентативні дослідження аудиторних установок у зв'язку з медіаспоживанням. Окремого аналізу потребує трансформація поляризаційного ефекту політичних ток-шоу після їхнього переміщення на цифрові платформи у 2022–2025 роках. Важливим напрямом також є порівняльне дослідження моделей суспільного мовлення в контексті медіаполітики Європейського Союзу та України, що дозволить точніше визначити інституційні умови захисту редакційної автономії та зниження поляризаційного впливу політичного медіаконтенту.

Список літератури:

1. Альтернативно проросійський: як працює телеканал «НАШ». Радіо Свобода. 2021. 3 трав. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/telekanal-nash-i-rosijski-naratyvy/31233497.html> (дата звернення: 20.06.2026).
2. Андрій Куликов: «Червона лінія», можливо, в тому, що мої компроміси ніколи не були оплачені. Детектор медіа. 2017. 28 верес. URL: <https://detector.media/community/article/130366/2017-09-28-andriy-kulykov-chervona-liniya-mozhlyvo-v-tomu-shcho-moi-kompromisy-nikoly-ne-buly-oplacheni/> (дата звернення: 20.06.2026).
3. Булгаков Д. О. Маніпуляції у мас-медіа як інструмент політичної боротьби. *Політичне життя*. 2024. № 2. С. 131–136. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.2.17> (дата звернення: 21.06.2026).
4. Гончарук С. В. Соціальні телепередачі як засіб формування суспільної думки та інформаційно-розважального контенту в умовах сучасного телебачення. *Педагогічна Академія: наукові записки*. 2024. № 5. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17728018> (дата звернення: 21.06.2026).

5. Громика Ю., Зуєва С., Макарова В., Левакова А., Овсяника Д., Ситника Г. Застосування сучасних інформаційних технологій в умовах ведення гібридної війни на Сході України. *Телекомунікаційний простір XXI сторіччя: ринок, держава*. 2021. С. 128. URL: https://www.duikt.edu.ua/uploads/l_2153_96569369.pdf#page=128 (дата звернення: 22.06.2026).
6. Досьє NewsOne. LB.ua. URL: https://lb.ua/file/media/4319_newstone.html (дата звернення: 22.06.2026).
7. Євген Кисельов: Абсолютно впевнений, що в Бойка контакти з Кремлем регулярні. День. URL: <https://day.kyiv.ua/article/top-net/evhen-kyselov-absolyutno-vpevnenyy-shcho-v-boyka-kontakty-z-kremlem-rehulyarni-sam> (дата звернення: 23.06.2026).
8. Журналіст, який пішов з «1+1»: Складно очікувати, щоби там шмагали Коломойського. Главком. 2019. 13 жовт. URL: <https://glavcom.ua/news/zhurnalist-yakiy-pishov-z-11-skladno-ochikuvaty-shchobi-nacomu-kanali-shmagali-kolomoyskogo-632048.html> (дата звернення: 23.06.2026).
9. Загірний О. В. Інституціоналізація технологій політичного впливу у процесі медіатизації. *Політикус*. 2022. № 1. С. 55–60. DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2022-1.9> (дата звернення: 24.06.2026).
10. Лященко Я. В. Політичні ток-шоу на українських телеканалах: дотримання принципу об'єктивності на прикладі програми «Право на владу». Наукові журнали та конференції Львівської політехніки. 2019. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/vypusk-3-nomer-910-2019/politychni-tok-shou-na-ukrayinskyh-telekanalah-dotrymannya> (дата звернення: 24.06.2026).
11. Магію в студію. Як працюють українські політичні ток-шоу. Тиждень. 2018. 12 січ. URL: <https://tyzhden.ua/mahiiu-v-studiiu-iak-pratsiuiut-ukrainski-politychni-tok-shou/> (дата звернення: 25.06.2026).
12. По той бік екрана: аналіз медіаспоживання та дезінформації в українському інформаційному середовищі. Детектор медіа. 2021. 18 трав. URL: <https://detector.media/infospace/article/188114/2021-05-18-po-toy-bik-ekrana-analiz-mediaspozhyvannya-ta-dezinformatsii-v-ukrainskomu-informatsiynomu-seredovyschi/> (дата звернення: 25.06.2026).
13. Право на владу чи маніпуляцію. Медіакритика. Львівський національний університет імені Івана Франка. URL: <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/ohlyady-analytika/pravo-na-vladu-chy-manipulyatsiyu-scho-vidbuvayetsya-u-politychnomu-tok-shou-na-11.html> (дата звернення: 26.06.2026).
14. Проросійські, партійні, підсанкційні. Як Росія паразитувала на українському телебаченні. Детектор медіа. 2024. 29 верес. URL: <https://detector.media/infospace/article/232779/2024-09-29-prorosiyski-partiyni-pidsanktsiyni-yak-rosiya-parazytuvala-na-ukrainskomu-telebachenni/> (дата звернення: 26.06.2026).
15. Токшоу а-ля Шустер: способи й методи маніпулювання. Детектор медіа. 2019. 29 серп. URL: <https://detector.media/kritika/article/170247/2019-08-29-tokshou-a-lya-shuster-sposoby-y-metody-manipulyuvannya/> (дата звернення: 27.06.2026).
16. UA: Перший, «персонал Єрмака» і «ультиматуми». Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ua-pershyu-tysk-personal-yermaka-shcho-narazi-vidomo/31520768.html> (дата звернення: 27.06.2026).
17. Форма і зміст в українських політичних ток-шоу. НСЖУ. URL: <https://nsju.org/novini/forma-i-zmist-v-ukrayinskyh-politychnyh-tok-shou/> (дата звернення: 28.06.2026).
18. Хрещений батько української теледемократії. Хто такий Савік Шустер. MediaSapiens. 2019. 8 серп. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/23313/2019-08-08-khreshchenyy-batko-ukrainskoi-teledemokratii-khto-takyy-savik-shuster-yakyy-povertaietsya-v-ukrainu/> (дата звернення: 28.06.2026).
19. Хто у фаворі на ток-шоу: які політики найчастіше з'являються на ТБ перед виборами? ЧЕСНО. 2020. URL: <https://www.chesno.org/post/4265/> (дата звернення: 29.06.2026).
20. Шаріпов Р. Р. Взаємодія медіа та політичної системи в контексті формування громадської думки. Політологічний вісник. 2024. № 93. С. 184–196. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Pv_2024_93_15.pdf (дата звернення: 30.06.2026).
21. Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19. Центр Разумкова. 2020. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (дата звернення: 01.07.2026).
22. Much Show but Little Talking? VoxUkraine. 2017. 7 March. URL: <https://voxukraine.org/en/much-show-but-little-talking/> (date of access: 01.07.2026).

Zemlianov D. A. HOW TALK SHOWS SHAPE POLITICAL IDENTITY AND SOCIAL POLARIZATION

The article examines the mechanisms through which Ukrainian political talk shows constructed civic and political identity and deepened societal polarization during 2014–2021. The study focuses on six leading programmes: Shuster Live, Svoboda Slova (ICTV), Pravo na Vladu (1+1), Chorne Dzerkalo (Inter),

Ukrainskyi Format/NewsOne and Zvorotnyi Vidlik (UA: Pershyi). The methodological framework combines comparative content analysis with examination of media ownership structures and sociological data on media consumption. The findings demonstrate that none of the leading talk shows functioned as an independent public sphere: all were structurally embedded in oligarchic or governmental networks of influence that shaped the selection of topics, guests, and narrative frames. Seven core polarization mechanisms are identified: guest selection as an ideological operation, language frame as an identity signal, manipulation of studio audience voting results, topical censorship at the request of owners or the Presidential Administration, showification of debate as depoliticization, narrative frame reproduction, and the echo-chamber effect. It is established that the audiences of different talk shows formed fundamentally distinct cognitive frames regarding key questions. Special attention is paid to NewsOne and the Novyny media holding as an instance of the talk show genre deployed in a hybrid information operation. Zvorotnyi Vidlik is analysed as a counterfactual case confirming the systemic character of media space dependency.

Keywords: talk show, political identity, societal polarization, media manipulation, media ownership, oligarchic media, information security, mediatization of politics, Ukraine.

Дата першого надходження статті до видання: 02.07.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 24.07.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 07.09.2026