

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
Факультет соціології і права
Кафедра соціології**

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Максим ЄНІН

«__» _____ 20__ р.

**Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою «Врегулювання конфліктів та
медіація»
спеціальності 054 «Соціологія»
на тему: «Маніпулятивні технології впливу на масову свідомість (на
прикладі політичних ток-шоу)»**

Виконала: Буднік Наталія Миколаївна
студентка IV курсу, групи СЛЗ-21

Керівник:

Доцент кафедри соціології, к.політ.н., доц.

Багінський Андрій Владиславович

Рецензент:

Викладачка кафедри історії,

докторка філософії в галузі історія та археологія

Тарасюк Марина Юріївна

Засвідчую, що у цій дипломній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Студентка Буднік Наталія
Миколаївна

Київ – 2026 року

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
Факультет соціології та права
Кафедра соціології**

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність 054 – «Соціологія»

Освітньо-професійна програма «Врегулювання конфліктів та медіація»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Максим ЄНІН

« ____ » _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу студентці

Буднік Наталії Миколаївної

1. Тема роботи «Маніпулятивні технології впливу на масову свідомість (на прикладі політичних ток-шоу)», керівник роботи Багінський Андрій Владиславович затверджені наказом по університету від «27» травня 2026 р. №1936-с.

2. Термін подання студентом роботи: 10 червня 2025.

3. Об'єкт, предмет роботи: об'єктом дослідження є політичні ток-шоу та дискусійні медіаформати в українському медіапросторі. Предметом дослідження є маніпулятивні технології впливу політичних ток-шоу на масову свідомість у довоєнний період (до 2022 року) та в умовах повномасштабного вторгнення (2022–2025 рр.).

4. Зміст роботи: теоретичні засади маніпулятивного впливу на масову свідомість; поняття масової свідомості та її роль у політичній комунікації; сутність маніпуляції як соціально-психологічного явища; маніпулятивні технології в сучасному медіапросторі; політичні ток-шоу та

дискусійні формати як інструмент формування громадської думки; маніпулятивні технології в українських політичних ток-шоу; особливості формату політичних ток-шоу та дискусійних програм і їхній вплив на аудиторію; види маніпулятивних технологій в українських політичних ток-шоу (на прикладі програм «Свобода слова Савіка Шустера» та інших довоєнних форматів); роль ведучих, експертів та політичних акторів у процесі маніпулятивного впливу; мовні, візуальні та психологічні прийоми маніпулювання; соціологічний аналіз впливу політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на масову свідомість; методика соціологічного дослідження маніпулятивного впливу; порівняльний соціологічний аналіз впливу політичних ток-шоу у довоєнний період (до 2022 р.) та в умовах повномасштабного вторгнення Російської Федерації (2022–2025 рр.; трансформація жанру політичного ток-шоу в умовах війни та цифровізації (телебачення – YouTube); вплив політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на соціальні конфлікти в Україні.

5. Перелік ілюстративного матеріалу:

Презентація до дослідницької роботи «Маніпулятивні технології в політичних ток-шоу України до та після початку повномасштабної війни» —12слайдів.

Порівняльні таблиці результатів дослідження — 8 таблиць.

6. Дата видачі завдання: 18 травня 2026 р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення напрямку дослідження	Вересень 2025 р.	
2	Формування джерельної бази Дослідження	Жовтень-листопад 2025 р.	
3	Складання розгорнутого Плану	Грудень 2025 р.	
4	Написання вступу до роботи (визначення об'єкту, предмету, мети та завдань)	Січень 2026	
5	Підготовка і написання I розділу кваліфікаційної роботи – Теоретичні засади маніпулятивного впливу на масову свідомість	Лютий-березень 2026	
6	Написання II розділу кваліфікаційної роботи – Маніпулятивні технології в українських політичних ток-шоу.	Березень-квітень 2026	
7	Написання III розділу кваліфікаційної роботи – Соціологічний аналіз впливу політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на масову свідомість.	Квітень-травень 2026	
8	Написання висновків, анотації, оформлення джерельної бази	Травень 2026	
9	Передача кваліфікаційної роботи на кафедру	10 червня 2026	

Студентка

Наталія Буднік

Керівник роботи

Андрій Багінський

АНОТАЦІЯ

Буднік Наталія Миколаївна Маніпулятивні технології впливу на масову свідомість (на прикладі політичних ток-шоу) – На правах рукопису. Дипломна робота за спеціальністю 054 «Соціологія». – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», кафедра соціології. – Київ, 2026. – 77 с., список джерел з 60 найменувань.

У дипломній роботі здійснено комплексний соціологічний аналіз трансформації форматів та маніпулятивних технологій у вітчизняних політичних ток-шоу довоєнного (2019–2021 рр.) та воєнного (2022–2025 рр.) періодів. Виявлено докорінну зміну моделі конфлікту в медійному дискурсі – від внутрішньополітичної електоральної поляризації до зовнішньополітичної консолідації суспільства навколо національного спротиву. Зафіксовано та охарактеризовано зміну ролі ключових комунікаторів, деформацію інституту експертного знання, а також перехід маніпулятивних практик із традиційного телеєфіру на цифрові платформи (зокрема YouTube). Систематизовано мовні, візуальні та психологічні маркери впливу на масову свідомість, а також визначено соціокультурні ефекти алгоритмічних бульбашок та фреймінгу в умовах гібридної та повномасштабної війни.

Ключові слова: масова свідомість, політичне ток-шоу, медіаформат, маніпулятивні технології, фреймінг, соціокомунікативний простір, алгоритмічна бульбашка.

ABSTRACT

Budnik Natalia Nikolaevna. **Manipulative Technologies of Influence on Mass Consciousness (on the Example of Political Talk Shows).** – Manuscript. Bachelor's Degree Thesis. Speciality 054 – Sociology. – National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Department of Sociology. – Kyiv, 2026. – 77 p., 60 sources.

In the thesis for a bachelor's degree, a comprehensive sociological analysis of the transformation of formats and manipulative technologies in domestic political talk shows during the pre-war (2019–2021) and war (2022–2025) periods is carried out. A fundamental change in the conflict model within the media discourse is revealed: shifting from internal political electoral polarization to external political consolidation of society around national resistance. The shift in the roles of key communicators, the deformation of the institution of expert knowledge, and the transition of manipulative practices from traditional TV broadcasting to digital platforms (specifically YouTube) are recorded and described. Linguistic, visual, and psychological markers of influence on mass consciousness are systematized, and the sociocultural effects of algorithmic bubbles and framing under the conditions of hybrid and full-scale warfare are determined.

Key words: mass consciousness, political talk show, media format, manipulative technologies, framing, socio-communicative space, algorithmic bubble.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ, УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, ТЕРМІНІВ	8
ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ	12
1.1. Поняття масової свідомості та її роль у політичній комунікації	12
1.2. Сутність маніпуляції як соціально-психологічного явища	16
1.3. Маніпулятивні технології в сучасному медіапросторі	20
1.4. Політичні ток-шоу та дискусійні формати як інструмент формування громадської думки	24
РОЗДІЛ 2. МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ	29
2.1. Особливості формату політичних ток-шоу та дискусійних програм і їхній вплив на аудиторію	29
2.2. Види маніпулятивних технологій у українських політичних ток-шоу (на прикладі програм «Свобода слова Савіка Шустера» та інших довоєнних форматів)	34
2.3. Роль ведучих, експертів та політичних акторів у процесі маніпулятивного впливу	41
2.4. Мовні, візуальні та психологічні прийоми маніпулювання	47
РОЗДІЛ 3. СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ ТА ДИСКУСІЙНИХ МЕДІАФОРМАТІВ НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ	54
3.1. Методика соціологічного дослідження маніпулятивного впливу	54
3.2. Порівняльний соціологічний аналіз впливу політичних ток-шоу у довоєнний період (до 2022 р.) та в умовах повномасштабного вторгнення Російської Федерації (2022–2025 рр.)	59
3.3. Трансформація жанру політичного ток-шоу в умовах війни та цифровізації (телебачення – YouTube)	64
3.4. Вплив політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на соціальні конфлікти в Україні	68
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ, УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, ТЕРМІНІВ

Скорочення та умовні позначення:

ЗМІ – засоби масової інформації.

ЗМК – засоби масової комунікації.

ІПСО – інформаційно-психологічна спеціальна операція.

МКІП – Міністерство культури та інформаційної політики України.

НСТУ – Національна суспільна телерадіокомпанія України.

РНБО – Рада національної безпеки і оборони України.

ТБ – телебачення.

ЦПД – Центр протидії дезінформації.

Терміни та поняття:

Алгоритмічна бульбашка (інформаційна бульбашка) – система персоналізованого добору контенту цифровими платформами (на кшталт YouTube), яка ізолює користувача у межах його власних поглядів, обмежуючи доступ до альтернативних точок зору.

Встановлення порядку денного (Agenda-setting) – соціокомунікативна теорія та практика, за якої мас-медіа визначають важливість та актуальність певних тем для суспільства шляхом частоти та акцентованості їх висвітлення.

Дискурс-аналіз – метод якісного аналізу тексту, мовлення чи візуального контенту, спрямований на виявлення прихованих смислів, ідеологічних установок та владних відносин, що закладені в повідомленні.

Електоральна поляризація – процес розходження суспільно-політичних настроїв громадян та електоральних груп до протилежних, часто радикальних полюсів, що посилюється медійним дискурсом.

Контент-аналіз – кількісно-якісний метод дослідження маси текстової або візуальної інформації шляхом фіксації та підрахунку частоти згадувань визначених одиниць аналізу (слів, маркерів, тем).

ВСТУП

У сучасному суспільстві масова свідомість виступає важливим об'єктом соціального та політичного впливу, оскільки саме через неї формуються уявлення громадян про політичну реальність, соціальні проблеми, конфлікти та способи їх розв'язання. В умовах розвитку масових комунікацій і цифрових технологій медіа стають одним із ключових інститутів соціалізації та політичної комунікації, здатних не лише інформувати, а й цілеспрямовано впливати на сприйняття дійсності, емоційні реакції та поведінкові установки аудиторії. Особливе місце в цьому процесі посідають політичні ток-шоу та дискусійні медіаформати, які поєднують інформаційну, аналітичну та розважальну складові й водночас створюють ілюзію відкритої суспільної дискусії.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі маніпулятивних технологій у сучасному медіапросторі, що проявляється у використанні мовних, візуальних, психологічних та емоційних прийомів для конструювання певних інтерпретацій подій і нав'язування аудиторії бажаних оцінок. В українському контексті проблема маніпулятивного впливу політичних ток-шоу на масову свідомість набула особливої ваги в умовах суспільної трансформації, гібридної війни та повномасштабного вторгнення Російської Федерації у 2022 році. Саме в цей період медіа стали важливим інструментом мобілізації, легітимації політичних рішень і формування образу ворога, що безпосередньо впливає на соціальні настрої та характер соціальних конфліктів у суспільстві.

Політичні ток-шоу в Україні до 2022 року виконували функцію публічної політичної арени, де відбувалося зіткнення різних політичних позицій і де значну роль відігравали ведучі, експерти та політичні актори у формуванні порядку денного. У період повномасштабної війни відбулася трансформація цього жанру: класичні телевізійні ток-шоу поступилися місцем спрощеним дискусійним форматам, а також гібридним моделям мовлення, що поєднують телебачення та цифрові платформи, насамперед

YouTube. Зміна формату супроводжується зміною наративів, способів подачі інформації та інструментів впливу на масову свідомість, що вимагає комплексного соціологічного аналізу.

Соціологічний підхід до вивчення маніпулятивного впливу медіа передбачає дослідження не лише комунікативних технологій, а й їхніх соціальних наслідків, зокрема впливу на громадську думку, рівень довіри до інститутів влади, політичну поляризацію та розвиток соціальних конфліктів. Політичні ток-шоу можуть виступати як чинником ескалації конфліктів шляхом відтворення бінарних опозицій («свої – чужі», «патріоти – зрадники», «влада – опозиція»), так і інструментом їхнього символічного врегулювання через нав'язування домінантних інтерпретацій подій. У зв'язку з цим аналіз маніпулятивних технологій у політичних ток-шоу є важливим для розуміння механізмів формування масової свідомості в умовах кризових соціальних процесів.

Об'єктом дослідження є політичні ток-шоу та дискусійні медіаформати в українському медіапросторі.

Предметом дослідження є маніпулятивні технології впливу політичних ток-шоу на масову свідомість у довоєнний період (до 2022 року) та в умовах повномасштабного вторгнення (2022–2025 рр.).

Метою дипломної роботи є виявлення та соціологічний аналіз маніпулятивних технологій впливу на масову свідомість у політичних ток-шоу України, а також визначення їх трансформації в умовах війни та цифровізації медіапростору.

Для досягнення поставленої мети передбачається виконання таких завдань:

1. проаналізувати поняття масової свідомості та її роль у політичній комунікації;
2. розкрити сутність маніпуляції як соціально-психологічного явища;

3. охарактеризувати основні маніпулятивні технології в сучасному медіапросторі;
4. дослідити особливості формату політичних ток-шоу та їхній вплив на аудиторію;
5. визначити типи маніпулятивних технологій у довоєнних українських політичних ток-шоу;
6. проаналізувати роль ведучих, експертів і політичних акторів у процесі маніпулятивного впливу;
7. здійснити порівняльний аналіз впливу політичних ток-шоу у довоєнний період і в умовах повномасштабної війни;
8. дослідити трансформацію жанру політичного ток-шоу в умовах цифровізації та переходу на платформи типу YouTube;
9. з'ясувати вплив політичних ток-шоу та дискусійних форматів на соціальні конфлікти в Україні.

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні соціологічні методи: аналіз і синтез, контент-аналіз медіатекстів, дискурс-аналіз, порівняльний аналіз, а також методи узагальнення та інтерпретації соціологічних даних. У роботі використано теоретичні положення соціології масової комунікації, теорії маніпуляції, концепції громадської думки та соціальних конфліктів.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному соціологічному аналізі маніпулятивних технологій у політичних ток-шоу України з урахуванням змін, спричинених повномасштабною війною та цифровізацією медіа, а також у порівнянні механізмів впливу на масову свідомість у довоєнний і воєнний періоди.

Практичне значення роботи полягає в можливості використання її результатів у навчальних курсах із соціології медіа, політичної соціології та соціальних комунікацій, а також у практиці медіааналізу, громадянської освіти й розробленні рекомендацій щодо протидії маніпулятивному впливу в інформаційному просторі.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ

1.1. Поняття масової свідомості та її роль у політичній комунікації

Масова свідомість є складним соціальним феноменом, що формується в процесі взаємодії індивідів у межах великих соціальних спільнот і відображає домінантні уявлення, оцінки та установки щодо соціально значущих подій і процесів. У соціологічному розумінні масова свідомість постає як сукупність стійких і водночас динамічних образів соціальної реальності, що виникають під впливом комунікативних практик, насамперед мас-медіа [1, с. 2–3]. Вона виконує функцію соціальної орієнтації, забезпечуючи узгодження індивідуальних інтерпретацій із колективними уявленнями про політику, владу, конфлікти та загрози.

На думку дослідників, масова свідомість не є пасивним відображенням об'єктивної реальності, а конструюється в процесі соціальної комунікації, де провідну роль відіграють інститути масової інформації [2, с. 14–16]. Саме через медіа відбувається селекція подій, надання їм смислу та емоційного забарвлення, що зумовлює формування певних моделей політичного мислення та поведінки. У цьому контексті масова свідомість виступає не лише результатом інформаційного впливу, а й об'єктом цілеспрямованих маніпулятивних стратегій [6, с. 5–7].

Важливим аспектом формування масової свідомості є процес політичної соціалізації, який передбачає засвоєння індивідами політичних норм, цінностей і моделей інтерпретації політичних подій. Засоби масової комунікації виконують у цьому процесі функцію трансляторів домінантних політичних смислів, створюючи уявлення про легітимність влади, допустимі форми протесту та характер соціальних конфліктів [3, с. 21–23]. Таким чином, масова свідомість формується не лише на рівні індивідуального досвіду, а й через масові комунікативні практики, що робить її вразливою до маніпулятивного впливу.

У наукових дослідженнях підкреслюється, що масова свідомість особливо чутлива до емоційно насичених повідомлень, спрощених схем інтерпретації подій та символічних опозицій типу «свої – чужі», «порядок – хаос», «правда – зрада» [9, с. 8–10]. Такі когнітивні структури активно використовуються в політичній комунікації, зокрема в медіаформатах, орієнтованих на широку аудиторію. До них належать політичні ток-шоу та дискусійні програми, які поєднують елементи новин, аналітики та шоу-комунікації [23, с. 32–34].

Політична комунікація в сучасному суспільстві дедалі більше здійснюється через медіа, які виступають посередниками між політичними акторами та масовою аудиторією. У цьому процесі масова свідомість стає ключовим простором боротьби за інтерпретацію реальності [7, с. 4–6]. Згідно з теорією двоступеневого потоку комунікації, вплив медіа на масову свідомість здійснюється не безпосередньо, а через лідерів думок – експертів, журналістів, ведучих ток-шоу, які інтерпретують події для широкої публіки [12, с. 1–2]. Це надає особливої ваги телевізійним та онлайн-дискусійним форматам, де такі лідери виступають у ролі комунікативних посередників.

У межах даного дослідження масова свідомість розглядається в контексті українського суспільства, а саме через вплив політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на телебаченні та цифрових платформах (YouTube) у двох часових періодах: довоєнному (до 2022 року) та воєнному (2022–2025 рр.). До повномасштабного вторгнення політичні ток-шоу в Україні виконували функцію публічного простору політичної конкуренції, де відтворювалися конфлікти між владою та опозицією, різними ідеологічними таборами, що сприяло поляризації масової свідомості [21, с. 3–5].

Після 2022 року відбулася суттєва трансформація політичної комунікації: значна частина ток-шоу припинила існування або була інтегрована в загальнонаціональні інформаційні формати, а роль

дискусійного простору частково перейшла до цифрових платформ, насамперед YouTube [33, с. 4–6]. У воєнний період масова свідомість формується під впливом воєнного дискурсу, мобілізаційних наративів і символічних образів ворога, що істотно змінює структуру політичного сприйняття та характер соціальних конфліктів [11, с. 7–9].

Соціологічний вимір впливу політичних ток-шоу на масову свідомість проявляється через їхній вплив на соціальні конфлікти. Медіа не лише відображають існуючі суперечності, а й беруть участь у їхньому конструюванні шляхом акцентування уваги на певних проблемах, персоналізації відповідальності та емоційної драматизації подій [14, с. 10–12]. У довоєнний період ток-шоу часто виступали простором символічного протистояння між різними політичними силами, що сприяло формуванню конфліктної картини політичної реальності в масовій свідомості. У воєнний період акценти змістилися у бік національної консолідації, проте водночас з'явилися нові лінії напруженості, пов'язані з темами мобілізації, відповідальності влади, корупції та тривалості війни [44, с. 6–8].

Таким чином, масова свідомість у контексті політичної комунікації виступає як соціально сконструйований простір, у межах якого відбувається боротьба за інтерпретацію подій і легітимацію соціальних позицій. Політичні ток-шоу та дискусійні медіаформати в Україні до і після 2022 року відіграють важливу роль у формуванні цього простору, впливаючи не лише на уявлення громадян про політичну реальність, а й на характер соціальних конфліктів, рівень поляризації та механізми символічної інтеграції суспільства [16, с. 4–6].

Масова свідомість у сучасному суспільстві функціонує не лише як сукупність уявлень про політичну реальність, а й як форма символічної інтеграції соціальних груп. Вона забезпечує вироблення спільних смислів, через які індивіди інтерпретують події, і водночас виступає підґрунтям для формування колективної ідентичності. У цьому контексті масова свідомість тісно пов'язана з феноменом громадської думки, проте не

зводиться до нього повністю. Якщо громадська думка відображає актуальні оцінки конкретних подій або рішень, то масова свідомість охоплює більш стабільні уявлення про соціальний порядок, легітимність влади та межі допустимого політичного конфлікту.

Соціологічний аналіз масової свідомості передбачає розгляд її як результату взаємодії структурних факторів (соціальна нерівність, політичні інститути, війна) та комунікативних практик, у межах яких ці фактори набувають символічного оформлення. Саме через медіа соціальні проблеми трансформуються у зрозумілі для масової аудиторії образи, що сприяє уніфікації інтерпретацій політичної реальності. У таких умовах масова свідомість постає не лише як продукт інформування, а як особлива форма соціального знання, яка поєднує елементи раціонального аналізу та емоційного сприйняття. Таким чином, масова свідомість у політичній комунікації виконує подвійну функцію: з одного боку, вона забезпечує відтворення домінантних моделей політичного мислення, а з іншого – слугує середовищем, у якому відбувається боротьба за інтерпретацію подій і легітимацію соціальних позицій. Це робить її ключовим об'єктом як інформаційного, так і маніпулятивного впливу.

У соціології масова свідомість розглядається як специфічна форма суспільної свідомості, що формується в процесі колективного сприйняття соціальної реальності та відображає домінантні уявлення, цінності й установки великих соціальних груп [1; 2]. Вона не є механічною сумою індивідуальних поглядів, а постає як результат соціальної взаємодії, інституціоналізованих норм і комунікативних практик.

Сучасні дослідження підкреслюють, що масова свідомість функціонує в умовах медіаопосередкованої реальності, коли значна частина соціального досвіду формується не через безпосередню участь у подіях, а через їх символічне представлення в мас-медіа [7; 10]. Це створює передумови для цілеспрямованого впливу на уявлення про соціальні процеси, політичні події та соціальні конфлікти.

Маніпулятивний вплив у цьому контексті трактується як приховане програмування інтерпретацій реальності шляхом відбору тем, способів подачі інформації та емоційного забарвлення повідомлень [6; 20]. Його ефективність зумовлена тим, що масова свідомість характеризується фрагментарністю знань, орієнтацією на емоційні оцінки та схильністю до стереотипізації.

Умови війни радикально змінюють функціонування масової свідомості. Соціальні страхи, травматичний досвід і потреба в чітких інтерпретаційних схемах підсилюють вплив медіа як головного джерела соціального орієнтування [11; 51]. Таким чином, масова свідомість у воєнний період стає не лише об'єктом інформування, а й полем боротьби за символічний контроль над смислами.

Отже, масова свідомість у соціологічному вимірі постає як динамічний продукт медіа-комунікації, в якому політичні ток-шоу та цифрові платформи виконують функцію інтерпретаторів соціальної реальності. Це зумовлює необхідність подальшого аналізу маніпулятивних технологій, що застосовуються в цих форматах, а також їхнього впливу на структуру політичної комунікації та соціальних конфліктів у сучасному українському суспільстві.

1.2. Сутність маніпуляції як соціально-психологічного явища

Маніпуляція у сфері масової комунікації є складним соціально-психологічним феноменом, що передбачає прихований вплив на установки, оцінки та поведінку індивідів і соціальних груп без усвідомлення ними реальних цілей такого впливу. У соціологічному вимірі маніпуляція розглядається як форма соціальної взаємодії, у межах якої комунікатор, використовуючи символічні ресурси, прагне скерувати масову свідомість у вигідному для себе напрямі.

Масова свідомість як об'єкт маніпулятивного впливу характеризується фрагментарністю, емоційністю та залежністю від

інформаційних потоків, що надходять із медіапростору. Журналістика та мас-медіа виконують функцію не лише інформування, а й конструювання соціальної реальності шляхом відбору тем, інтерпретації подій і надання їм певного емоційного забарвлення [2; 10]. У цьому контексті маніпуляція постає як системна складова сучасних комунікативних практик, особливо у політичній сфері.

Соціально-психологічний механізм маніпуляції базується на використанні когнітивних спрощень, емоційних тригерів та авторитету джерела інформації [38]. Згідно з теорією двоступеневого потоку комунікації, медіавплив часто реалізується через лідерів думок, які інтерпретують інформацію для масової аудиторії. Політичні ток-шоу у цьому сенсі є майданчиком, де роль таких «посередників» виконують ведучі та запрошені експерти.

У межах даного дослідження контекст маніпулятивного впливу обмежується політичними ток-шоу України періоду 2019–2024 років. До них належать програми загальнонаціональних телеканалів («Свобода слова», «Право на владу», «Україна говорить» у попередніх форматах), а після 2022 року – також їх цифрові версії та адаптації на платформах YouTube і соціальних мережах [22; 59]. Таким чином, об’єктом аналізу є гібридний медіапростір, у якому телевізійний контент поєднується з цифровими каналами поширення.

До повномасштабного вторгнення РФ в Україну політичні ток-шоу переважно функціонували як інструмент політичної конкуренції, де домінували стратегії поляризації, персоналізації політики та конфліктного діалогу [25; 31]. Маніпулятивні технології реалізовувалися через нав’язування рамок інтерпретації («свій – чужий»), емоційну драматизацію подій, вибіркову експертність та псевдоплюралізм думок.

Після 2022 року характер маніпулятивного впливу зазнав трансформації. Ток-шоу поступово були інтегровані у воєнний дискурс, де головним завданням стало формування єдиної наративної рамки щодо

війни, ворога та національної ідентичності [40; 41]. Маніпуляція у цей період набуває форми «патріотичної мобілізації», коли емоційні апеляції спрямовані не лише на політичні оцінки, а й на соціальні почуття солідарності та страху.

Водночас перенесення політичних ток-шоу на платформи YouTube змінило структуру маніпулятивного впливу. З одного боку, зросла роль алгоритмів, які підсилюють емоційно заряджений контент, сприяючи радикалізації позицій аудиторії [52]. З іншого боку, інтерактивність цифрових платформ створює ілюзію участі у дискусії, що посилює ідентифікацію глядачів із певними політичними позиціями.

З соціологічної точки зору, маніпуляція у політичних ток-шоу виконує функцію регуляції соціальних конфліктів шляхом їх символічної репрезентації. Ток-шоу не лише відображають конфлікти, а й задають допустимі межі інтерпретації: хто є винним, хто є жертвою, які позиції вважаються легітимними. У період війни така символічна функція набуває особливої ваги, оскільки сприяє консолідації або, навпаки, латентній поляризації суспільства.

У соціологічному та соціально-психологічному аналізі маніпуляція відрізняється від переконання та пропаганди насамперед за характером комунікативного впливу. Переконання ґрунтується на відкритій аргументації та передбачає усвідомлену зміну позицій реципієнта, тоді як маніпуляція реалізується приховано, апелюючи не стільки до раціонального осмислення, скільки до емоцій, стереотипів і когнітивних спрощень. Пропаганда, своєю чергою, має більш системний і відкритий характер та спрямована на формування стабільних ідеологічних установок.

Маніпулятивний вплив у політичній комунікації полягає у створенні таких умов інтерпретації інформації, за яких аудиторія сприймає нав'язані оцінки як власні. Це досягається шляхом селективного добору фактів, зміщення акцентів, використання емоційно забарвлених образів та авторитету джерела. У цьому сенсі маніпуляція не стільки спотворює

інформацію, скільки змінює рамки її осмислення, звужуючи спектр альтернативних інтерпретацій.

Соціологічне значення маніпуляції полягає в тому, що вона виступає механізмом регуляції масових настроїв і соціальних конфліктів. Через маніпулятивні стратегії політичні та медійні актори можуть спрямовувати суспільну увагу на одні проблеми та відводити її від інших, формуючи ієрархію значущості подій. У результаті маніпуляція набуває статусу не випадкового явища, а структурного елементу сучасної політичної комунікації.

Мас-медіа в соціології розглядаються як інституціоналізований канал виробництва й трансляції соціально значущих смислів [15; 58]. Вони виконують не лише інформаційну функцію, а й функції соціалізації, легітимації норм та конструювання соціальної реальності. У рамках теорій медіавпливу особливе значення мають концепції двоступеневого потоку комунікації та наркотизуючої дисфункції, які пояснюють механізми опосередкованого впливу через лідерів думок і поступову втрату критичної активності аудиторії [12]. Це зумовлює трансформацію громадської думки з процесу раціонального обговорення в результат систематичного медіаконструювання.

У політичній комунікації маніпулятивний потенціал медіа реалізується через фреймінг, добір експертів, використання емоційних наративів і повторюваність сюжетів. Особливо ефективними в цьому аспекті виступають формати, що поєднують інформацію з елементами видовища – ток-шоу, дискусійні програми, стріми та аналітичні подкасти. Після 2022 року в Україні відбувається інтенсивна цифровізація політичної комунікації, що призводить до зростання ролі YouTube та соціальних платформ у формуванні громадської думки [52]. Це спричиняє гібридизацію медіасередовища, у якому телевізійні формати інтегруються з онлайн-платформами та продукують спільний дискурсивний простір.

Отже, маніпуляція як соціально-психологічне явище у просторі політичних ток-шоу України 2019–2024 років постає як багаторівнева система впливу на масову свідомість, що поєднує емоційні, когнітивні та комунікативні механізми. Її особливістю є залежність від історичного контексту (мирний період / воєнний стан) та медіаформату (телебачення / цифрові платформи), що зумовлює різні моделі впливу на соціальні конфлікти та суспільні настрої.

1.3. Маніпулятивні технології в сучасному медіапросторі

Сучасний медіапростір характеризується поєднанням традиційних мас-медіа та цифрових платформ, що створює умови для посилення маніпулятивного впливу на масову свідомість. У соціологічному вимірі маніпулятивні технології постають як систематизовані способи впливу на колективні уявлення, емоції та поведінкові установки соціальних груп через інформаційні потоки.

Контекст маніпулятивного впливу визначається політичними ток-шоу України у період 2019–2024 років, зокрема програмами загальнонаціональних телеканалів («Свобода слова», «Право на владу», «Україна говорить» у політичних форматах), а також їхніми цифровими версіями та похідним контентом на платформі YouTube [21; 31]. Таким чином, аналіз здійснюється у межах гібридного медіапростору, де телевізійні повідомлення інтегруються у цифрове середовище.

Маніпулятивні технології в медіа базуються на низці універсальних механізмів: селекції тем, емоційної драматизації, створенні образу ворога, апеляції до страху або колективної ідентичності, а також використанні авторитету експертів і ведучих як лідерів думок [12; 38]. Згідно з концепцією двоступеневого потоку комунікації, саме ці актори виконують функцію інтерпретаторів реальності для масової аудиторії.

До повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну у 2022 році маніпулятивні технології у політичних ток-шоу були спрямовані

переважно на формування електоральних уподобань і політичної поляризації [25; 31]. У студійному форматі конфлікт моделювався як зіткнення політичних позицій, де соціальні суперечності персоніфікувалися через конкретних політичних акторів. Основними технологіями виступали: псевдоплюралізм думок, нав'язування рамок інтерпретації («реформи – зрада», «влада – опозиція»), використання фейкових або напівперевірених фактів та емоційних аргументів.

У соціологічному аспекті такі ток-шоу виконували функцію символічної арени соціальних конфліктів, де боротьба інтересів подавалася як телевізійне видовище. Внаслідок цього відбувалася медіатизація соціальних суперечностей, коли реальні проблеми нерівності, корупції чи безпеки трансформувалися у спрощені медійні образи [14; 15]. Маніпуляція у цьому випадку сприяла не розв'язанню конфліктів, а їх відтворенню у формі інформаційної поляризації.

Після 2022 року маніпулятивні технології зазнали істотної трансформації у зв'язку з воєнним станом та переходом суспільства у режим мобілізації [11; 40]. Політичні ток-шоу були інтегровані у воєнний дискурс, де домінуючими стали наративи захисту, єдності та протистояння агресору. Маніпулятивний вплив у цей період здійснюється через емоційні апеляції до страху, патріотизму та колективної відповідальності.

Особливістю цього етапу є зменшення відкритого внутрішнього політичного конфлікту у телевізійних студіях та його заміщення на конфлікт зовнішній («ми – вони»). Соціальні протиріччя, зокрема економічні труднощі чи питання соціальної справедливості, подаються у рамці воєнної необхідності, що знижує рівень критичного осмислення інформації.

Перенесення політичних ток-шоу та аналітичних програм на платформу YouTube змінило механізми маніпулятивного впливу [25]. Алгоритмічна логіка цифрових платформ сприяє поширенню емоційно насиченого контенту, що підсилює радикалізацію позицій та сегментацію

аудиторії. У цьому середовищі маніпуляція доповнюється технологіями клікбейту, фрагментації повідомлень та повторюваності наративів.

З соціологічної точки зору, сучасні маніпулятивні технології в медіапросторі впливають на структуру соціальних конфліктів, змінюючи їхні форми з реальних соціально-економічних суперечностей на символічні інформаційні протистояння. Політичні ток-шоу не лише відображають конфлікти, а й активно конструюють їх, визначаючи, які теми є соціально значущими, а які – маргінальними [32].

Маніпулятивні технології в медіапросторі реалізуються через систему комунікативних прийомів, що формують особливі рамки сприйняття інформації. До таких прийомів належать фреймінг, який визначає, у яких категоріях інтерпретується подія, та встановлення порядку денного, що задає перелік тем, які вважаються соціально значущими. Завдяки цим механізмам медіа не лише повідомляють про події, а й визначають, на чому саме має бути зосереджена увага аудиторії та які оцінки вважаються нормативними.

У цифровому середовищі маніпулятивні технології доповнюються клікбейтними заголовками, фрагментацією повідомлень та багаторазовим повторенням однакових наративів. Такі практики посилюють емоційне сприйняття інформації та знижують рівень критичного аналізу. Алгоритмічна логіка платформ сприяє циркуляції найбільш конфліктного та емоційно насиченого контенту, що призводить до радикалізації позицій і формування замкнених інформаційних спільнот.

З соціологічної точки зору, використання маніпулятивних технологій змінює структуру соціальної реальності, представленої у медіа. Складні соціальні процеси редукуються до простих опозицій, а багатовимірні проблеми – до персоналізованих конфліктів. У результаті відбувається не лише спотворення окремих фактів, а трансформація самої логіки публічного обговорення, в якій домінують емоційні реакції над аналітичним осмисленням.

Соціальні конфлікти посилюють потребу суспільства в інтерпретаціях подій, що робить медіа ключовими агентами символічної боротьби. У таких умовах маніпуляція набуває форми нав'язування домінантних наративів, які спрощують складну соціальну реальність до бінарних схем («свої – чужі», «жертва – ворог») [48]. В умовах гібридної війни маніпулятивні технології поєднують інформаційні, психологічні та мовні стратегії, спрямовані на формування емоційних реакцій замість раціонального аналізу. Це проявляється у використанні страху, патріотичних символів, образів зради та героїзації.

Порівняння довоєнного періоду (2014–2021) і періоду після 2022 року свідчить про зміну ролі медіа: від інструмента політичної конкуренції – до інструмента соціальної мобілізації та консолідації [60]. Водночас відбувається підвищення рівня поляризації та напруженості в соціальних групах, що посилює конфліктний потенціал публічного дискурсу. У цьому контексті маніпуляція перестає бути лише засобом електорального впливу й трансформується в механізм регулювання масових емоцій та поведінкових моделей, зокрема у сфері підтримки рішень влади, мобілізації ресурсів і визначення образу ворога.

Таким чином, маніпулятивні технології у сучасному медіапросторі України 2019–2024 років постають як інструмент регулювання масової свідомості в умовах соціальної нестабільності та війни. Їх специфіка полягає у поєднанні телевізійних форматів політичних ток-шоу з цифровими платформами поширення контенту, що розширює масштаби впливу та ускладнює механізми критичного сприйняття інформації. Вплив цих технологій на соціальні конфлікти проявляється у формуванні домінуючих інтерпретацій подій, звуженні спектра альтернативних позицій та посиленні емоційної мобілізації суспільства.

1.4. Політичні ток-шоу та дискусійні формати як інструмент формування громадської думки

Політичні ток-шоу та дискусійні формати в сучасному медіапросторі виступають специфічною формою публічної комунікації, у межах якої відбувається інтерпретація соціально значущих подій і проблем у формі телевізійного або цифрового діалогу. У соціологічному вимірі такі програми виконують функцію інституціоналізованого простору формування громадської думки, де медіа не лише транслюють інформацію, а й задають рамки її осмислення.

Під політичними ток-шоу розуміються телевізійні та цифрові дискусійні програми України періоду 2019–2024 років (зокрема формати на загальнонаціональних каналах та їх YouTube-версії), у яких обговорюються актуальні політичні й соціальні проблеми, а учасниками виступають політики, експерти, журналісти та представники громадськості. Такий підхід дозволяє розглядати ток-шоу як елемент гібридного медіапростору, де телебачення поєднується з алгоритмічною логікою цифрових платформ.

Формування громадської думки у межах ток-шоу здійснюється через добір тем, інтерпретацію подій, символічне структурування конфліктів та емоційну драматизацію дискусій. Згідно з теорією двоступеневого потоку комунікації, ключову роль у цьому процесі відіграють ведучі та запрошені експерти як лідери думок, що здійснюють вторинну інтерпретацію інформації для масової аудиторії [12]. Таким чином, ток-шоу функціонують як соціальні фільтри, які визначають, які проблеми вважаються значущими та в яких межах вони можуть обговорюватися.

У період до повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну (2019–2021 рр.) політичні ток-шоу переважно концентрувалися на внутрішніх соціально-політичних конфліктах: боротьбі між владою та опозицією, питаннях корупції, реформ, соціальної нерівності. Дискусійні формати будувалися за принципом поляризації позицій, що сприяло

емоційній залученості глядачів, але водночас спрощувало складні соціальні проблеми до протистояння окремих акторів [23; 24]. У соціологічному сенсі це означало трансформацію структурних соціальних конфліктів у персоналізовані телевізійні суперечки.

Формування громадської думки у цей період відбувалося через створення стабільних інтерпретаційних рамок («успішні реформи» – «зрада», «стабільність» – «хаос»), які закріплювали певні оцінки політичної реальності [17; 18]. Ток-шоу виконували роль символічного простору, де соціальні напруження отримували публічну форму, але не обов’язково приводили до їх реального розв’язання.

Після 2022 року дискусійні формати зазнали суттєвої трансформації у зв’язку з переходом суспільства до умов воєнного часу [11]. Тематичний фокус змістився від внутрішньополітичних суперечок до проблем безпеки, виживання держави, міжнародної підтримки та національної єдності. Громадська думка формувалася в умовах домінування воєнних наративів, де пріоритет отримали категорії «загроза», «оборона», «солідарність».

Особливістю цього етапу є редукція внутрішніх соціальних конфліктів у публічному дискурсі та їх підпорядкування зовнішньому конфлікту «Україна – агресор». У соціологічному вимірі це призвело до тимчасового згортання політичної плюральності в ток-шоу та посилення мобілізаційної функції медіа. Формування громадської думки відбувається не лише через раціональні аргументи, а й через емоційні апеляції до страху, відповідальності та колективної ідентичності.

Паралельно з телевізійними форматами зросла роль YouTube як простору політичних дискусій та альтернативних інтерпретацій подій. Перехід ток-шоу у цифрове середовище змінив характер впливу на громадську думку, оскільки алгоритми платформи сприяють сегментації аудиторії та формуванню інформаційних «бульбашок» [54]. У цьому середовищі громадська думка набуває фрагментованого характеру, що ускладнює формування єдиного соціального консенсусу.

З точки зору соціології, політичні ток-шоу та дискусійні формати впливають на структуру соціальних конфліктів, визначаючи їхні символічні межі та ієрархію значущості. Вони не лише відображають наявні суперечності, а й активно конструюють їх у медійному просторі, формуючи уявлення про «допустимі» та «недопустимі» позиції. У результаті громадська думка постає не як спонтанний продукт індивідуальних оцінок, а як соціально сконструйована реальність, опосередкована медіа [58; 59].

Політичні ток-шоу та дискусійні формати виконують функцію соціального простору, у якому відбувається символічна інтерпретація конфліктів і колективних тривог. У цьому просторі соціальні суперечності набувають медійної форми, що дозволяє включити їх у поле публічного обговорення, але водночас підпорядковує їх логіці телевізійного видовища та рейтингової конкуренції. Це сприяє емоційній мобілізації аудиторії, але часто обмежує можливості глибокого аналізу причин і наслідків соціальних проблем.

Громадська думка, сформована під впливом ток-шоу, має фрагментований характер, оскільки поєднує елементи раціональної аргументації, емоційної ідентифікації та символічних образів ворога чи героя. У довоєнний період це сприяло поляризації політичних позицій, тоді як у воєнний час – переорієнтації суспільної уваги на проблеми безпеки та національного виживання. В обох випадках медіадискусії не лише відображають стан масової свідомості, а й активно беруть участь у його формуванні.

У соціологічному вимірі вплив політичних ток-шоу на громадську думку проявляється у зміні меж допустимого публічного дискурсу: визначається, які теми можуть обговорюватися відкрито, а які маргіналізуються або подаються як другорядні. Таким чином, ток-шоу виконують не лише інформаційну, а й нормативну функцію, закріплюючи

домінантні інтерпретації політичної реальності та впливаючи на структуру соціальних конфліктів.

Отже, політичні ток-шоу та дискусійні формати в Україні 2019–2024 років функціонують як інструмент формування громадської думки в умовах соціальної нестабільності та війни. Їхній вплив проявляється у здатності задавати теми суспільного обговорення, інтерпретувати соціальні конфлікти та мобілізувати аудиторію через емоційні й символічні механізми. У поєднанні з цифровими платформами вони утворюють гібридний простір публічної комунікації, де формування громадської думки стає не лише інформаційним, а й соціально-конфліктним процесом.

У межах даного дослідження політичні ток-шоу розглядаються в контексті України періоду 2014–2024 років як форма публічної політичної комунікації, що поєднує інформаційні, аналітичні та розважальні елементи [25; 31]. До повномасштабного вторгнення ці програми виконували функцію майданчика політичної конкуренції та репрезентації альтернативних позицій.

Після 2022 року відбувається трансформація дискурсу: зменшується спектр допустимих позицій, зростає роль експертів і ведучих як агентів інтерпретації подій, а наративи набувають мобілізаційного характеру [33; 34]. Телевізійні формати доповнюються YouTube-проектами, що створює новий тип гібридної ток-шоу-комунікації. Соціологічний аспект впливу ток-шоу проявляється у формуванні колективних уявлень про соціальні конфлікти, відповідальних суб'єктів та допустимі моделі поведінки. Через добір гостей, тем і стилю обговорення відбувається символічне структурування соціальної реальності, де окремі групи отримують статус «нормативних», а інші – маргіналізуються.

Порівняльний аналіз довоєнних і воєнних форматів свідчить, що функція ток-шоу зміщується від дискусійної до нормативно-інтерпретаційної: програми не лише обговорюють події, а й задають рамки їх оцінювання. У цьому сенсі ток-шоу виступають не просто

медіапродуктом, а інструментом соціального регулювання, що впливає на сприйняття конфлікту, рівень тривожності та готовність до солідарних дій. Таким чином, політичні ток-шоу та дискусійні формати в сучасній Україні функціонують як соціокомунікативний механізм конструювання громадської думки, у якому поєднуються елементи інформування, емоційної мобілізації та маніпулятивного впливу на масову свідомість.

РОЗДІЛ 2. МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ

2.1. Особливості формату політичних ток-шоу та дискусійних програм і їхній вплив на аудиторію

Під політичними ток-шоу та дискусійними програмами розуміються телевізійні та цифрові медіаформати України періоду 2019–2024 років, у яких у студійному або онлайн-форматі обговорюються актуальні соціально-політичні проблеми за участю ведучих, експертів, політиків і журналістів. Обраний часовий період охоплює два якісно різні соціальні контексти: довоєнний етап (2019–2021 рр.) та період повномасштабної війни (2022–2024 рр.), що дозволяє простежити трансформацію комунікативних стратегій і характеру впливу на масову свідомість.

Формат політичного ток-шоу ґрунтується на поєднанні елементів інформаційної журналістики, експертного коментаря та публічної дискусії, що надає йому ознак гібридного жанру між новинами й розважальним контентом [24, с. 112–114]. Соціологічно значущою особливістю цього формату є його здатність не лише інформувати, а й інтерпретувати події, пропонуючи аудиторії готові рамки розуміння політичної реальності. Ведучий та запрошені експерти виконують функцію лідерів думок, через яких реалізується опосередкований вплив на масову свідомість [12, с. 1–2].

До повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну політичні ток-шоу виконували функцію публічної арени політичної конкуренції. Дискусії будувалися навколо внутрішньополітичних конфліктів, таких як протистояння влади й опозиції, проблеми корупції, соціальної нерівності та реформ [25, с. 3–5]. Соціальні суперечності у таких програмах трансформувалися у персоналізовані конфлікти між окремими політичними акторами, що сприяло символічному спрощенню складних структурних проблем. У соціологічному вимірі це означало редукцію соціальних конфліктів до форм телевізійного протистояння, де увага концентрувалася не на причинах нерівності чи соціальних ризиків, а

на емоційно забарвлених образах винуватців і жертв [14, с. 12–14].

Формування впливу на аудиторію у довоєнний період здійснювалося через поляризацію позицій та драматизацію дискусій, що підвищувало рівень емоційної залученості глядачів. Така модель комунікації стимулювала відчуття участі у політичному процесі, водночас знижуючи рівень критичного аналізу складних соціальних явищ. У результаті громадська думка формувалася переважно у формі протиставлення альтернативних позицій, що сприяло відтворенню стану інформаційної поляризації.

Після 2022 року формат політичних ток-шоу зазнав істотної трансформації у зв'язку з переходом суспільства до умов воєнного стану. Тематичний фокус програм змістився від внутрішньополітичних конфліктів до питань безпеки, оборони, міжнародної підтримки та національної консолідації. Соціальні суперечності почали інтерпретуватися через призму війни, де ключовим протистоянням стало протиставлення «Україна – агресор». Це зумовило зменшення публічної конфліктності між внутрішніми політичними силами та посилення мобілізаційної функції медіа [43, с. 1–3].

Соціологічно важливим наслідком цієї трансформації є зміна характеру соціальних конфліктів у публічному дискурсі. Якщо у довоєнний період ток-шоу актуалізували розбіжності між соціальними групами та політичними таборами, то у воєнний час конфлікт набуває переважно зовнішнього характеру, тоді як внутрішні соціальні проблеми (економічна нерівність, соціальна вразливість, мобілізаційні ризики) підпорядковуються наративу воєнної необхідності. Таким чином, формат дискусійних програм сприяє не стільки відкритій артикуляції соціальних суперечностей, скільки їх символічній нейтралізації.

Паралельно з телевізійними форматами зросла роль цифрових платформ, насамперед YouTube, як простору поширення політичних дискусій. Перенесення ток-шоу у цифрове середовище змінило характер

взаємодії з аудиторією: з'явилися елементи коментування, поширення фрагментів програм та алгоритмічного підсилення емоційно насиченого контенту. У соціологічному вимірі це призводить до фрагментації аудиторії та формування окремих інформаційних спільнот, об'єднаних спільними інтерпретаціями подій.

Вплив політичних ток-шоу на аудиторію проявляється не лише у формуванні оцінок конкретних подій, а й у зміні структури соціальних уявлень про допустимі межі конфлікту. Дискусійні формати визначають, які соціальні проблеми можуть бути предметом публічного обговорення, а які залишаються маргіналізованими [60]. У результаті соціальні конфлікти трансформуються з реальних економічних і соціальних протиріч у символічні медіаконфлікти, де основним предметом суперечки стають інтерпретації подій, а не їх структурні причини.

Таблиця 2.1 – Порівняльна характеристика формату політичних ток-шоу в Україні до та після 2022 року

Критерій	Довоєнний період (2019–2021)	Воєнний період (2022–2024)
Тип конфлікту, що домінує в дискусіях	Внутрішньополітичний (влада – опозиція, «реформи – зрада»)	Зовнішній («Україна – агресор»), зменшення внутрішньої поляризації
Тематичний фокус	Корупція, тарифи, вибори, соціальна нерівність	Безпека, війна, мобілізація, міжнародна підтримка
Структура дискусії	Поляризована, конфліктна, студійні суперечки	Мобілізаційна, консенсусна, зменшення відкритих конфліктів
Роль ведучого	Модератор конфлікту, посередник між політичними таборами	Інтерпретатор офіційного наративу, агент символічної єдності
Образ експерта	Політичний опонент, представник табору	Коментатор воєнної реальності, аналітик безпекових питань
Характер емоційних апеляцій	Обурення, недовіра, страх соціального хаосу	Страх війни, патріотизм, солідарність
Вплив на соціальні конфлікти	Підсилення внутрішньої поляризації	Тимчасова редукція внутрішніх конфліктів, переорієнтація на зовнішній
Канали поширення	Переважно телебачення	Телебачення + YouTube, Telegram, цифрові платформи
Тип участі аудиторії	Пасивне споживання	Коментування, лайки, репости, включеність у цифрову дискусію

Порівняльний аналіз формату політичних ток-шоу в Україні у довоєнний (2019–2021) та воєнний (2022–2024) періоди дозволяє простежити зміну їхньої соціальної функції у структурі публічної комунікації. У довоєнний період ток-шоу виконували роль символічної арени внутрішніх соціальних конфліктів, де суперечності між владою та опозицією, різними соціальними групами й ідеологічними позиціями трансформувалися у телевізійні дискусії. У цьому форматі соціальні проблеми персоніфікувалися через окремих політичних акторів, що сприяло емоційній залученості аудиторії, але водночас спрощувало структурні причини конфліктів [31, с. 5–7].

Соціологічно важливо, що такі програми не лише відображали соціальні протиріччя, а й брали участь у їх конструюванні, визначаючи, які конфлікти вважаються легітимними для публічного обговорення [14, с. 6–8]. Це сприяло формуванню поляризованої моделі масової свідомості, у якій складні соціальні процеси редукувалися до бінарних опозицій («реформи – зрада», «стабільність – хаос»).

Після 2022 року формат політичних ток-шоу зазнав суттєвої трансформації у зв'язку з переходом суспільства до умов воєнного стану. Тематичний фокус змістився від внутрішньополітичних суперечок до проблем безпеки, війни та національного виживання [40, с. 7–9]. У результаті внутрішні соціальні конфлікти були символічно підпорядковані зовнішньому протистоянню, що призвело до зменшення публічної поляризації та посилення мобілізаційної функції медіа.

У воєнний період політичні ток-шоу дедалі більше виконують функцію інтерпретаторів реальності, пропонуючи аудиторії не альтернативні позиції, а домінантні рамки осмислення подій [33, с. 4–6]. З соціологічної точки зору це означає зміну ролі медіа з простору конфліктної політичної конкуренції на інструмент символічної інтеграції суспільства. Масова свідомість у цьому контексті формується через наративи єдності, колективної відповідальності та образу ворога.

Паралельно з трансформацією телевізійних форматів відбувається перенесення дискусійних програм у цифрове середовище, насамперед на платформу YouTube, що змінює характер впливу на аудиторію. Інтерактивність цифрових платформ створює ілюзію безпосередньої участі у політичному діалозі, проте водночас алгоритмічна логіка підсилює емоційно заряджений контент, що сприяє радикалізації позицій та сегментації аудиторії.

Отже, формат політичних ток-шоу в Україні у 2019–2024 роках виконує подвійну соціальну функцію: з одного боку, він репрезентує та структурує соціальні конфлікти, а з іншого – виступає інструментом формування масової свідомості в умовах кризи та війни. Перехід від внутрішньополітичної конфліктності до мобілізаційного дискурсу свідчить про зміну логіки публічної комунікації, у межах якої соціальні суперечності не зникають, а набувають нових символічних форм. Це зумовлює необхідність подальшого аналізу конкретних маніпулятивних технологій, що застосовуються у цих форматах, та їхнього впливу на структуру соціальних конфліктів і громадської думки.

Таким чином, особливості формату політичних ток-шоу України 2019–2024 років визначаються поєднанням телевізійної публічності та цифрової інтерактивності, а також залежністю від соціально-історичного контексту. У довоєнний період ці програми сприяли відтворенню внутрішніх соціально-політичних конфліктів у формі медійної поляризації, тоді як у період війни їхній вплив спрямований переважно на консолідацію суспільства та символічне підпорядкування внутрішніх суперечностей зовнішньому протистоянню. З соціологічної точки зору це свідчить про здатність дискусійних форматів не лише відображати соціальні конфлікти, а й активно брати участь у їх конструюванні в масовій свідомості, визначаючи ієрархію тем, інтерпретацій і допустимих позицій.

2.2. Види маніпулятивних технологій у українських політичних ток-шоу (на прикладі програм «Свобода слова Савіка Шустера» та інших довоєнних форматів)

Аналіз маніпулятивних технологій здійснюється на матеріалі українських політичних ток-шоу, що транслювалися в довоєнний період (2019–2021 рр.) та в умовах повномасштабного вторгнення і після нього (2022–2024 рр.), із урахуванням переходу частини форматів із телевізійного простору на цифрові платформи (передусім YouTube). Такий часовий поділ дозволяє простежити трансформацію маніпулятивних стратегій залежно від соціально-політичного контексту та типу суспільних конфліктів.

Об'єктом аналізу є українські політичні ток-шоу як соціокомунікаційний інститут, що поєднує функції інформування, політичної соціалізації та формування громадської думки [21, 31]. Предметом виступають маніпулятивні технології, які реалізуються через мовні, візуальні та організаційні механізми телевізійної і цифрової політичної комунікації.

У довоєнний період провідними форматами політичних ток-шоу в Україні були програми типу «Свобода слова Савіка Шустера», «Право на владу», «Пульс», що функціонували в умовах конкурентного політичного середовища, високого рівня поляризації та олігархізованого медіаринку [25]. У цей період маніпулятивні технології здебільшого спрямовувалися на: посилення політичної конфронтації між елітами; структурування суспільних конфліктів за лінією «влада – опозиція»; персоніфікацію політики через образи лідерів.

Після 2022 року характер маніпуляції зазнав суттєвих змін у зв'язку з воєнним станом, обмеженням політичного плюралізму та переорієнтацією медіапростору на воєнну тематику [40]. Політичні ток-шоу частково втратили класичний формат і почали функціонувати у гібридній формі – як телевізійні програми з активною дистрибуцією контенту на YouTube та в

соціальних мережах. Це зумовило появу нових маніпулятивних механізмів, орієнтованих не лише на телеглядача, а й на цифрову аудиторію.

Фреймінг полягає у відборі та інтерпретації подій у межах заздалегідь заданої рамки, що задає спосіб їх сприйняття аудиторією. У довоєнних ток-шоу фреймінг часто будувався навколо конфліктів між політичними таборами, де соціальні проблеми (тарифи, корупція, війна на Донбасі) подавалися як наслідок діяльності конкретних політичних акторів. У післявоєнний період фреймінг трансформується у наратив «національної єдності» або «зради», що структурує соціальні конфлікти за морально-оцінною шкалою: «патріот – ворог», «допомога – саботаж» [40]. Це сприяє спрощенню складних соціальних процесів і зменшує простір для критичної рефлексії.

Емоційна драматизація реалізується через підбір тем, риторики ведучих та візуальних засобів, що активізують страх, гнів або співчуття. У довоєнних форматах домінували конфліктні дискусії, взаємні звинувачення, апеляція до скандалів як до соціального маркера проблеми [21]. В умовах війни драматизація спрямовується на мобілізацію суспільства та легітимацію політичних рішень через апеляцію до колективної травми та образу ворога.

Маніпуляція реалізується через добір експертів і гостей програми таким чином, щоб забезпечити домінування певної позиції. У довоєнний період це виявлялося у запрошенні політично афілійованих експертів, які відтворювали партійні наративи під виглядом аналітики. У воєнний період експертність набуває патріотичного маркера: експерт виступає не як аналітик, а як моральний авторитет, що знижує можливість альтернативних інтерпретацій [44].

Псевдоплюралізм полягає у створенні ілюзії різноманіття думок за фактичного домінування однієї позиції. Це досягається через: чисельну перевагу представників однієї ідеологічної лінії; контроль ведучого за темпом і напрямом дискусії; маргіналізацію альтернативних позицій. У

цифровому середовищі псевдоплюралізм посилюється алгоритмами рекомендацій, які відтворюють контент, що відповідає вже наявним установкам аудиторії.

До візуальних технологій належать монтаж, ракурси зйомки, інфографіка, підбір кадрів із емоційно насиченим змістом [37]. У довоєнних ток-шоу візуальна маніпуляція використовувалася для підсилення конфліктності (крупні плани, жести, реакції опонентів). У період війни – для створення ефекту присутності та автентичності (включення з фронту, кадри руйнувань), що посилює довіру до поданих інтерпретацій.

Таблиця 2.2 – Порівняльна характеристика маніпулятивних технологій

Критерій	Довоєнний період (2019–2021)	Період після 2022 року
Основний тип конфлікту	Політична конкуренція	Екзистенційний (війна)
Домінуюча емоція	Гнів, іронія, обурення	Страх, співпереживання, мобілізація
Тип фреймінгу	«влада – опозиція»	«свій – чужий»
Роль експертів	Політичні коментатори	Моральні авторитети
Платформи	Телебачення	ТБ + YouTube
Соціальний ефект	Поляризація	Консолідація або радикалізація

Політичні ток-шоу в українському контексті виступають не лише каналом передачі інформації, а й механізмом соціального структурування конфліктів. Через маніпулятивні технології вони задають межі допустимого дискурсу, формують типологію ворогів і союзників та впливають на інтерпретацію соціальних проблем. У довоєнний період ток-шоу сприяли відтворенню конфліктної моделі політичної взаємодії, що посилювало соціальну поляризацію та знижувало довіру до інститутів. У воєнний період вони набули функції мобілізації та легітимації рішень, проте водночас звузили простір для критичного обговорення, що може призводити до латентних соціальних напружень у поствоєнній перспективі.

Таким чином, маніпулятивні технології в українських політичних ток-шоу змінюються відповідно до соціального контексту, проте зберігають системну спрямованість на конструювання масової свідомості та регулювання соціальних конфліктів. Їх аналіз дозволяє виявити механізми впливу медіа не лише на політичні установки, а й на структуру суспільних відносин у кризових умовах.

Як емпіричний приклад у межах даного підрозділу розглядається програма Свобода слова Савіка Шустера та інші довоєнні формати («Право на владу», «Пульс»), що мали подібну структуру дискусії та функціонували в межах телевізійної політичної журналістики. Зазначені програми характеризувалися студійною формою подачі, участю політиків, експертів і глядацької аудиторії, а також акцентом на конфліктній взаємодії між позиціями.

Формат «Свободи слова Савіка Шустера» поєднував елементи соціологічного опитування в студії, експертного коментаря та публічної політичної дискусії. Соціологічні дані, що презентувалися у межах ефіру, виконували не лише інформаційну функцію, а й слугували інструментом легітимації певних політичних інтерпретацій, оскільки вони інтегрувалися у заздалегідь заданий сценарій обговорення. Таким чином, ток-шоу виконувало роль посередника між масовою свідомістю та політичними елітами, але в межах контрольованого комунікативного простору.

У довоєнних ток-шоу маніпулятивний потенціал реалізовувався передусім через: постановку проблем у формі персоніфікованого конфлікту (відповідальність конкретних політичних акторів); регламент дискусії, що визначав ієрархію голосів; активну модерацію з боку ведучого, який структурував обговорення у бажаному напрямі; використання студійної аудиторії як символічного «представника народу».

Соціологічно це означало, що політичні ток-шоу не лише відображали соціальні конфлікти, а й конструювали їхню форму, переводячи складні соціально-економічні та інституційні проблеми у

площину міжособистісного політичного протистояння. Такий підхід сприяв емоційній поляризації та формуванню спрощених моделей політичної реальності.

Після 24 лютого 2022 року класичний формат політичних ток-шоу зазнав істотної трансформації. Частина програм припинила існування або була переорієнтована на інформаційно-аналітичний контент воєнної тематики. Водночас відбулося активне переміщення політичної дискусії у цифровий простір, зокрема на платформу YouTube, де з'явилися нові формати політичних розмовних програм, стримів та інтерв'ю. На відміну від довоєнних ток-шоу, цифрові формати характеризуються: відсутністю жорстко структурованої студійної дискусії; зростанням ролі ведучого як інтерпретатора подій; інтеграцією коментарів аудиторії у процес комунікації; алгоритмічним поширенням контенту.

Маніпулятивний потенціал у цьому випадку посилюється за рахунок поєднання емоційно насиченого наративу війни з цифровими механізмами селекції інформації. Якщо у довоєнних ток-шоу маніпуляція здійснювалася переважно через структуру студійної взаємодії, то у післявоєнний період вона додатково підтримується алгоритмами платформи, що підсилюють домінуючі інтерпретації та знижують видимість альтернативних позицій.

З соціологічного погляду це означає зміну способу впливу на масову свідомість: у довоєнний період – через інсценування політичного конфлікту; у воєнний період – через формування морально забарвлених наративів про події війни та їх учасників. Таким чином, політичні ток-шоу в Україні виступають не лише каналом трансляції політичної інформації, а й середовищем інституціоналізованої маніпуляції, де соціальні конфлікти не просто обговорюються, а подаються у формах, що впливають на структуру масової свідомості та способи інтерпретації соціальної реальності.

Таблиця 2.3 – Порівняльна характеристика маніпулятивних практик у конкретних українських політичних ток-шоу (довоєнний та воєнний періоди)

Критерій аналізу	Довоєнні телевізійні ток-шоу (2019–2021) – «Свобода слова Савіка Шустера», «Право на владу», «Пульс»	Період після 24.02.2022 – ТБ + YouTube-формати
Домінуюча тематика	Корупція, тарифи, вибори, відповідальність влади, Донбас	Війна, безпека, мобілізація, міжнародна підтримка
Тип дискусії	Конфліктна полеміка між політичними таборами	Переважно консолідаційна, зменшення відкритих політичних конфліктів
Форма маніпуляції	Політична персоніфікація, демонізація опонента	Моральна легітимація позиції («патріотично/непатріотично»)
Роль ведучого	Активний модератор конфлікту, арбітр між сторонами	Інтерпретатор подій, транслятор офіційних рамок
Роль гостей	Політики, представники партій, експерти з чіткою афіліацією	Військові, аналітики, експерти з безпеки, блогери
Візуальні засоби	Крупні плани, реакції опонентів, студійна напруга	Відео з фронту, карти бойових дій, інфографіка
Канал поширення	Телебачення	Телебачення + YouTube, соцмережі
Тип соціального ефекту	Поляризація суспільства	Мобілізація та символічна єдність
Тип маніпуляції	Конфліктно-дискурсивна	Патріотично-мобілізаційна

Аналітичне порівняння довоєнних та воєнних форматів політичних ток-шоу засвідчує зміну не лише тематичного наповнення програм, а й характеру маніпулятивних стратегій, які використовуються для конструювання суспільних уявлень.

У довоєнний період (2019–2021 рр.) програми на кшталт «Свобода слова Савіка Шустера», «Право на владу», «Пульс» функціонували як майданчики публічної політичної боротьби. Формально вони реалізовували принцип дискусійності, однак на практиці створювали модель конфліктної політичної взаємодії, де соціальні проблеми інтерпретувалися через призму персональної відповідальності окремих

політиків. Маніпуляція реалізовувалася шляхом: поляризації позицій («влада – опозиція»); добору гостей із чіткою партійною ідентифікацією; акцентуації на скандальних та емоційно насичених темах.

Таким чином, ток-шоу виконували не лише інформаційну функцію, а й структурували соціальні конфлікти, відтворюючи модель суспільства як арени постійного протистояння. Соціальний ефект таких програм проявлявся у зростанні недовіри до інститутів влади та посиленні символічних меж між політичними групами.

Після початку повномасштабного вторгнення (з 24.02.2022 р.) відбувається трансформація як формату, так і логіки маніпуляції. Частина ток-шоу або зникає з ефіру, або змінює форму існування, переходячи у гібридний формат із розміщенням контенту на YouTube. Дискусійність поступається місцем інтерпретаційній подачі подій, у межах якої домінують рамки національної безпеки та моральної відповідальності.

Маніпулятивні технології набувають іншої спрямованості: замість конфлікту між політичними таборами формується дихотомія «свій – чужий»; експерт виступає не як альтернативний інтерпретатор, а як носій «правильної» позиції; візуальні образи війни (руйнування, фронт, мапи бойових дій) підсилюють емоційний вплив і знижують простір для раціонального аналізу.

YouTube як платформа розширює ефект маніпуляції за рахунок алгоритмічного відбору контенту та формування інформаційних бульбашок, у межах яких глядач отримує підтвердження вже наявних переконань. Таким чином, маніпулятивні технології виходять за межі телевізійної студії й починають діяти в цифровому середовищі, де посилюється роль кліпової подачі, заголовків і емоційних фрагментів дискусій.

З соціологічної точки зору, це означає зміну моделі впливу: якщо довоєнні ток-шоу відтворювали конфліктну структуру суспільства, то воєнні формати формують символічну єдність, яка, однак,

супроводжується звуженням простору для альтернативних позицій. У перспективі це може призводити до латентних соціальних напружень, які не проявляються публічно, але накопичуються у вигляді недовіри та фрустрації.

Отже, аналіз українських політичних ток-шоу довоєнного та воєнного періодів засвідчує істотну трансформацію маніпулятивних технологій залежно від соціально-політичного контексту. У довоєнних форматах («Свобода слова Савіка Шустера», «Право на владу», «Пульс») маніпуляція реалізовувалася переважно через інсценування політичної конфронтації та персоніфікацію відповідальності, що сприяло поляризації суспільства та відтворенню конфліктної моделі політичної взаємодії. Після початку повномасштабного вторгнення маніпулятивні практики зміщуються у бік морально-мобілізаційних наративів і фреймів «свій – чужий», а також посилюються за рахунок цифрових платформ і алгоритмічного поширення контенту. Це свідчить про те, що політичні ток-шоу в Україні виступають не лише засобом інформування, а й інструментом соціального структурування конфліктів і формування масової свідомості, адаптуючи свої маніпулятивні стратегії до умов політичної конкуренції або війни.

2.3. Роль ведучих, експертів та політичних акторів у процесі маніпулятивного впливу

Розгляд ролі ключових комунікативних фігур політичних ток-шоу – ведучих, експертів і політичних акторів – у формуванні маніпулятивного впливу на масову свідомість здійснюється на матеріалі українських політичних ток-шоу довоєнного періоду (2019–2021 рр.), зокрема форматів «Свобода слова Савіка Шустера», «Право на владу», «Пульс», а також трансформованих після 24 лютого 2022 року телевізійних і цифрових програм, що поширюються через платформу YouTube. Такий вибір емпіричного матеріалу дозволяє простежити зміну функціональних ролей

учасників політичної комунікації залежно від соціально-політичного контексту та типу домінуючих суспільних конфліктів.

З соціологічної точки зору політичне ток-шоу є не лише медійним продуктом, а й інституціоналізованою формою публічної взаємодії між елітами та масовою аудиторією, у межах якої відбувається символічне конструювання соціальної реальності [2; 15]. Ведучий, експерт і політичний актор у цьому процесі виконують не нейтральні інформаційні функції, а ролі соціальних агентів впливу, через яких реалізуються механізми фреймінгу, селекції тем, легітимації позицій і моральної оцінки подій [7; 18]. У довоєнний період ці ролі були орієнтовані переважно на відтворення конфлікту між політичними таборами, тоді як після початку повномасштабної війни вони трансформуються у напрямі мобілізаційної та нормативної комунікації, спрямованої на підтримку домінуючих інтерпретацій подій.

Аналіз здійснюється на матеріалі українських політичних ток-шоу довоєнного періоду (2019–2021 рр.), зокрема програм типу «Свобода слова Савіка Шустера», «Право на владу», «Пульс», а також форматів, що після 24 лютого 2022 року частково або повністю перейшли до цифрового середовища (YouTube-платформи, стримінгові канали, онлайн-дискусії). Такий часовий поділ дає змогу простежити трансформацію ролі комунікаторів у політичному медіадискурсі залежно від типу соціального конфлікту – від конкурентного до екзистенційного (війна).

Політичні ток-шоу як соціокомунікаційний інститут виконують функції політичної соціалізації, легітимації рішень та інтерпретації соціальних проблем [31]. У цьому контексті ведучі, експерти та політичні актори виступають ключовими агентами впливу на масову свідомість, реалізуючи різні маніпулятивні стратегії через мовні, організаційні та візуальні механізми.

У довоєнний період ведучий політичного ток-шоу виконував функцію формального арбітра між політичними таборами, однак фактично

часто задавав рамку дискусії шляхом добору тем, формулювання запитань та регуляції черговості виступів [21; 35]. У програмі «Свобода слова Савіка Шустера» ведучий використовував стратегію персоніфікації політики, концентруючи увагу аудиторії на протистоянні конкретних лідерів і політичних сил, що сприяло відтворенню моделі соціального конфлікту за схемою «влада – опозиція».

Після 24.02.2022 функція ведучого зазнала істотних змін: він дедалі частіше виступає не як нейтральний модератор, а як транслятор домінантного воєнного наративу («оборона», «згуртованість», «спротив») [40; 41]. У цифрових форматах (YouTube) роль ведучого поєднується з функцією інфлюенсера, що передбачає апеляцію не лише до раціональних аргументів, а й до емоцій та ідентичності аудиторії. Це підсилює ефект фреймінгу соціальних проблем у межах бінарної опозиції «свій – чужий».

У довоєнних ток-шоу експерти здебільшого виконували функцію «раціоналізації» політичних позицій, представляючи інтереси певних партій або груп під виглядом аналітичної оцінки. Така практика сприяла формуванню псевдоплюралізму, коли формальна наявність різних позицій не забезпечувала реального балансу аргументів [21; 31].

У воєнний період експертність набуває нового символічного змісту: експерт дедалі частіше виступає як моральний авторитет (військовий, волонтер, аналітик з безпекових питань), що знижує можливість критичної альтернативи. Це трансформує соціальну функцію ток-шоу: від простору політичної конкуренції – до інструмента мобілізації та нормалізації домінантної інтерпретації подій.

У довоєнних форматах політичні актори використовували ток-шоу як майданчик для електоральної боротьби, апелюючи до соціально-економічних проблем (тарифи, корупція, війна на Донбасі) та конструюючи образ відповідального або винного суб'єкта [17]. Це сприяло відтворенню моделі соціального конфлікту як результату діяльності окремих еліт, а не структурних чинників.

Після початку повномасштабної війни політичні актори дедалі частіше інтегруються в дискурс «національної єдності», що зменшує видимість внутрішніх соціальних протиріч, але водночас підвищує ризик латентних конфліктів у майбутньому. У цифрових середовищах (YouTube) політичні актори використовують персоналізовану комунікацію, що посилює ефект емоційної ідентифікації та знижує дистанцію між політикою й аудиторією.

Таблиця 2.4 – Порівняльна характеристика ролей комунікаторів у політичних ток-шоу України

Критерій	Довоєнний період (2019–2021)	Після 24.02.2022 (ТБ + YouTube)
Роль ведучого	Модератор конфлікту між політичними таборами	Транслятор домінантного воєнного наративу
Тип експертів	Політичні коментатори, партійно афілійовані	Військові, аналітики безпеки, моральні авторитети
Поведінка політичних акторів	Конкуренція за електорат	Легітимація рішень та мобілізація
Модель соціального конфлікту	«Влада – опозиція»	«Свій – чужий»
Канали впливу	Телебачення	ТБ + YouTube, соцмережі
Соціальний ефект	Поляризація суспільства	Консолідація або радикалізація

Наведені дані, що подані в таблиці 2.4 демонструють зміну соціальної ролі політичних ток-шоу залежно від контексту. Якщо у довоєнний період вони виступали механізмом артикуляції політичної конкуренції та відтворення соціальних протиріч, то після 2022 року трансформувалися у простір символічної інтеграції суспільства навколо теми війни. Перехід частини форматів на YouTube підсилює персоніфікацію впливу та знижує інституційну дистанцію між комунікатором і аудиторією, що збільшує ефективність маніпулятивних стратегій.

Таким чином, ведучі, експерти та політичні актори в українських політичних ток-шоу виконують не лише комунікативну, а й соціально-структуруючу функцію. Через організацію дискурсу вони задають рамки

інтерпретації соціальних проблем, формують типологію конфліктів і впливають на політичну соціалізацію аудиторії. У довоєнний період це сприяло посиленню політичної поляризації, тоді як у воєнний – мобілізації та символічній консолідації суспільства, що водночас обмежує простір для критичного аналізу та плюралізму думок.

Таблиця 2.5 – Маніпулятивні ролі ведучого, експерта та політичного актора в українських політичних ток-шоу (довоєнний та воєнний періоди)

Комунікативний актор	Довоєнний період (2019–2021)	Період після 24.02.2022 (ТБ + YouTube)
Ведучий	Арбітр конфлікту між політичними таборами; задає рамку «влада – опозиція»; керує темпом дискусії	Інтерпретатор подій війни; транслятор нормативних рамок («патріотично / непатріотично»); посередник між офіційним дискурсом і аудиторією
Експерт	Політично афілійований коментатор; легітимує позиції окремих партій	Моральний та військово-професійний авторитет; знижує простір для альтернативних інтерпретацій
Політичний актор	Учасник публічної боротьби; персоніфікує відповідальність за соціальні проблеми	Символ представника національної позиції або інституційної стабільності
Тип маніпуляції	Конфліктно-дискурсивна (поляризація позицій)	Мобілізаційно-нормативна (консолідація, моральна оцінка)
Соціальний ефект	Посилення політичної поляризації	Формування символічної єдності, зменшення публічного плюралізму

Подані в таблиці 2.5 ролі свідчать про структурну зміну механізмів маніпулятивного впливу залежно від соціально-історичного контексту. У довоєнних українських політичних ток-шоу ведучий виступав насамперед модератором конфлікту, який інсценував політичну боротьбу як публічне протистояння позицій. Така модель відповідала логіці конкурентного політичного поля та сприяла відтворенню соціальних конфліктів у формі персоніфікованої відповідальності окремих політиків.

Експерт у довоєнному форматі часто виконував функцію вторинного транслятора партійних наративів, подаючи політичні оцінки під виглядом аналітики. Це узгоджується з моделлю двоступеневого потоку комунікації, коли вплив на масову свідомість здійснюється через посередників думки

[12; 17]. Політичний актор у межах ток-шоу перетворювався на символ конфлікту, через якого соціально-економічні проблеми редукувалися до боротьби персон.

Після 24 лютого 2022 року функціональна структура ролей змінюється. Ведучий дедалі частіше виступає як інтерпретатор подій війни, а не як арбітр між конкуруючими позиціями. Його комунікативна роль полягає у встановленні нормативних рамок оцінки реальності («правильно – неправильно», «свій – чужий») [11; 40]. Експертність у цьому контексті набуває морального характеру, оскільки експерт постає не як альтернативний інтерпретатор, а як носій легітимної позиції, що знижує рівень публічної дискусійності.

Політичний актор у воєнному дискурсі перестає бути фігурою конкурентної боротьби і дедалі більше репрезентує інституційну стабільність або національну єдність. Таким чином, маніпуляція змінює свою спрямованість: від конфліктної поляризації до мобілізаційної консолідації. З соціологічного погляду це означає трансформацію впливу політичних ток-шоу на соціальні конфлікти: у довоєнний період вони сприяли відтворенню конфліктної структури суспільства, тоді як у воєнний період – формують символічну єдність, водночас звужуючи простір для альтернативних позицій та критичної рефлексії.

Отже, аналіз ролі ведучих, експертів і політичних акторів у межах українських політичних ток-шоу довоєнного та воєнного періодів засвідчує, що маніпулятивний вплив реалізується не лише через зміст повідомлень, а й через соціальні функції комунікативних учасників. У довоєнний період ці ролі були орієнтовані переважно на інсценування політичного конфлікту та персоніфікацію відповідальності, що сприяло поляризації масової свідомості та відтворенню соціальних протиріч у формі боротьби між елітами. Ведучий виступав арбітром конфлікту, експерт – раціоналізатором партійних позицій, а політичний актор – символом проблем або рішень.

Після початку повномасштабного вторгнення функціональна структура цих ролей зазнала трансформації: комунікатори дедалі більше виконують мобілізаційну та нормативну функцію, формуючи рамки моральної оцінки подій у дихотомії «свій – чужий». Перехід частини ток-шоу у цифрове середовище (YouTube) посилив персоніфікацію впливу та зменшив інституційну дистанцію між комунікатором і аудиторією. У соціологічному вимірі це означає зміну моделі впливу на соціальні конфлікти: від їх публічної артикуляції до символічної інтеграції суспільства, що одночасно знижує рівень відкритого плюралізму та критичної рефлексії.

2.4. Мовні, візуальні та психологічні прийоми маніпулювання

Аналіз мовних, візуальних і психологічних прийомів маніпулятивного впливу здійснюється на матеріалі українських політичних ток-шоу довоєнного періоду (2019–2021 рр.), зокрема програм «Свобода слова Савіка Шустера», «Право на владу», «Пульс», а також форматів, що зазнали трансформації після 24 лютого 2022 року й функціонують у гібридному режимі (телебачення, а також платформа YouTube). Такий вибір емпіричного матеріалу зумовлений можливістю простежити зміну маніпулятивних стратегій залежно від типу соціального конфлікту – від конкурентного політичного до екзистенційного (війна).

З соціологічної точки зору політичне ток-шоу виступає не лише каналом передачі інформації, а інституціоналізованою формою впливу на масову свідомість, у межах якої соціальні проблеми інтерпретуються через символічні рамки, емоційні маркери та поведінкові моделі [1; 2]. Мовні, візуальні та психологічні прийоми маніпулювання забезпечують відтворення певної моделі соціальних конфліктів і визначають спосіб їхнього сприйняття аудиторією.

У довоєнних українських політичних ток-шоу мовні маніпуляції реалізовувалися насамперед через персоніфікацію соціальних проблем і

поляризацію дискурсу. Економічні, інституційні або геополітичні питання подавалися як результат діяльності конкретних політичних акторів, що сприяло редукції структурних конфліктів до міжособистісного протистояння [17; 25]. Лексика конфлікту («зрада», «провал», «винні», «катастрофа») формувала емоційно насичений дискурс, у межах якого раціональне обговорення підмінялося моральною оцінкою.

Після 24.02.2022 мовні стратегії зазнали трансформації. Політичний дискурс дедалі частіше вибудовується навколо морально-нормативних категорій («обов'язок», «відповідальність», «єдність», «патріотизм»), що формує бінарну модель соціального поділу за принципом «свій – чужий» [11]. У цифрових форматах (YouTube) ця модель посилюється за рахунок заголовків, які апелюють до емоцій («ШОК», «ЗРАДА», «ПРАВДА ПРО...»), та кліпової подачі фрагментів дискусій, що знижує контекстуальність і складність аргументації.

З соціологічного погляду така мовна трансформація означає зміну способу конструювання соціальних конфліктів: якщо у довоєнний період вони подавалися як результат політичної боротьби, то у воєнний – як моральне протистояння між «правильними» та «неправильними» позиціями, що звужує простір для альтернативних інтерпретацій.

У довоєнних форматах візуальна маніпуляція була спрямована на підсилення конфліктності дискусії: використовувалися крупні плани обличь, фіксація емоційних реакцій опонентів, напружене освітлення студії, а також графічні елементи, що візуально маркували «переможця» та «того, хто програє» [37; 21]. Така подача сприяла драматизації політичної боротьби та формувала уявлення про політику як арену постійного протистояння.

Після початку повномасштабної війни візуальні засоби набувають іншої функції. Основними елементами стають відео з фронту, мапи бойових дій, кадри руйнувань, включення військових кореспондентів і спікерів з місць подій [40; 41]. Візуальна риторика війни створює ефект

автентичності та присутності, що посилює довіру до поданих інтерпретацій і знижує дистанцію між подією та її медійним відтворенням.

У цифровому середовищі (YouTube) візуальний вплив підсилюється монтажем, музичним супроводом і прев'ю з емоційно насиченими образами. Це сприяє формуванню стійких емоційних асоціацій і переводить соціальні конфлікти з площини політичної дискусії у площину символічного переживання [52].

Психологічний рівень маніпуляції в українських політичних ток-шоу пов'язаний з апеляцією до страху, ідентичності та відчуття належності до групи. У довоєнний період домінували прийоми провокації гніву, приниження опонента, створення образу «винного», що стимулювало агресивні моделі сприйняття політики [14]. Це сприяло формуванню поляризованої масової свідомості, у межах якої соціальні проблеми осмислювалися через конфлікт між групами.

У воєнний період психологічні механізми зміщуються у бік мобілізації та солідарності. Активно використовується апеляція до колективної травми, до образу жертви та ворога, а також до почуття морального обов'язку [5; 11]. Така стратегія сприяє зменшенню публічного плюралізму, оскільки будь-яка альтернативна інтерпретація може сприйматися як загроза груповій єдності.

У цифрових форматах психологічний вплив посилюється завдяки алгоритмічному відбору контенту, що формує інформаційні бульбашки та відтворює вже наявні установки аудиторії. Це означає, що маніпуляція виходить за межі студійної взаємодії і починає діяти як елемент повсякденного інформаційного середовища.

Таблиця 2.6 – Порівняльна характеристика мовних, візуальних та психологічних прийомів маніпулювання

Рівень впливу	Довоєнний період (2019–2021)	Після 24.02.2022 (ТБ + YouTube)
Мовний	Конфліктна лексика, персоніфікація відповідальності	Морально-нормативна лексика («свій – чужий»)

Візуальний	Драматизація дискусії, студійна напруга	Кадри війни, мапи, ефект присутності
Психологічний	Гнів, приниження опонента, поляризація	Страх, солідарність, мобілізація

Продовження таблиці 2.6.

Модель конфлікту	Політична конкуренція	Моральне протистояння
Соціальний ефект	Поляризація суспільства	Консолідація або латентне напруження

Дані, подані в таблиці 2.6, демонструють, що маніпулятивні прийоми змінюють свою функцію залежно від соціального контексту. Якщо у довоєнних ток-шоу мовні, візуальні та психологічні засоби слугували відтворенню моделі політичної конкуренції, то після 2022 року вони дедалі більше виконують функцію мобілізації та символічної інтеграції суспільства. Така трансформація впливає на структуру соціальних конфліктів: замість відкритого зіткнення позицій формується морально забарвлена єдність, у межах якої альтернативні інтерпретації маргіналізуються.

З соціологічної перспективи це означає, що політичні ток-шоу в Україні не лише відображають соціальні процеси, а й активно формують способи їхнього переживання та інтерпретації. Мовні, візуальні та психологічні прийоми маніпулювання перетворюють соціальні конфлікти на емоційно структуровані наративи, що впливають на масову свідомість і політичну соціалізацію аудиторії.

Застосування мовних, візуальних та психологічних прийомів маніпулювання в українських політичних ток-шоу має виразну контекстну зумовленість і змінюється залежно від суспільно-політичного періоду. У довоєнний період (2014–2021 рр.) маніпулятивні стратегії були спрямовані передусім на формування політичних симпатій, легітимацію окремих політичних акторів та інтерпретацію соціально-економічних проблем у

вигідному для певних груп ключі [25; 31]. Ведучі програм типу «Свобода слова Савіка Шустера» використовували риторичні прийоми поляризації («реформатори» – «популісти»), нав'язування рамок інтерпретації та селекцію експертних позицій як інструмент регуляції дискурсу.

Після 24.02.2022 відбувається істотна трансформація комунікативних моделей: маніпулятивні прийоми не зникають, проте набувають мобілізаційного та інтегративного характеру. Замість внутрішньополітичної конфронтації домінують дискурси національної єдності, героїзації та емоційної консолідації [40; 44]. Візуальні засоби (кадри зруйнованих міст, символіка держави, включення з фронту) виконують функцію підсилення емоційного впливу та зниження дистанції між глядачем і подіями війни. Така візуальна риторика сприяє формуванню колективної ідентичності та водночас зменшує можливості для критичної рефлексії повідомлень.

Мовні прийоми маніпуляції в ток-шоу реалізуються через використання оцінної лексики, узагальнювальних формул («усі розуміють», «очевидно, що»), а також через нав'язування причинно-наслідкових зв'язків без належної емпіричної аргументації. Поширеним є прийом персоніфікації соціальних проблем, коли складні структурні явища (інфляція, корупція, воєнні втрати) зводяться до діяльності окремих політичних акторів, що підсилює емоційне сприйняття і полегшує маніпулятивну інтерпретацію [16; 32].

Психологічні механізми маніпулювання базуються на апеляції до страху, почуття загрози та потреби в захисті. У воєнний період ці механізми трансформуються у стратегії «керованої тривоги», коли загроза подається у формі, що не деморалізує, а стимулює підтримку офіційних позицій та знижує рівень дискусійності альтернативних поглядів. Такий підхід узгоджується з концепцією «наркотизуючої дисфункції», відповідно до якої масове споживання медіаконтенту створює ілюзію участі в

суспільному житті, але водночас послаблює реальну громадянську активність [13; 14].

Перехід політичних ток-шоу на цифрові платформи (YouTube, стримінгові сервіси) змінює характер маніпулятивного впливу. Алгоритмічна селекція контенту формує інформаційні бульбашки, в яких глядач отримує переважно підтвердження вже наявних переконань. Коментарі, чати та реакції аудиторії створюють ефект колективної згоди або колективного осуду, що психологічно підсилює сприйняття певних інтерпретацій як «домінантних». У соціологічному вимірі це сприяє як мобілізації, так і поляризації, залежно від типу контенту та емоційного тону повідомлень.

Таким чином, мовні, візуальні та психологічні прийоми маніпулювання в українських політичних ток-шоу демонструють еволюцію від інструментів внутрішньополітичної боротьби у довоєнний період до засобів емоційної консолідації та мобілізації в умовах війни. Водночас інтеграція ток-шоу у цифрові платформи підсилює вплив маніпулятивних технологій за рахунок повторюваності повідомлень, алгоритмічного підбору контенту та соціального підтвердження через реакції аудиторії. У соціологічному аспекті це означає, що ток-шоу не лише відображають соціальні конфлікти, а й активно беруть участь у їх формуванні та інтерпретації, впливаючи на структуру суспільної думки та рівень соціальної напруги.

Таблиця 2.7 – Порівняння маніпулятивних прийомів у політичних ток-шоу України до та після 24.02.2022

Критерій	До 24.02.2022	Після 24.02.2022
Домінантна емоція	Обурення, недовіра	Тривога, солідарність
Тип мовлення	Конфліктне, поляризуюче	Мобілізаційне, інтегративне
Візуальні образи	Студія, політики, графіки	Фронт, руйнування, символіка
Психологічна мета	Переконання, дискредитація	Підтримка, згуртування
Соціальний ефект	Поляризація	Консолідація + бульбашки

Подані в таблиці 2.7 дані відображають зміну домінантних маніпулятивних стратегій українських політичних ток-шоу залежно від соціально-історичного контексту. У довоєнний період ключовою емоційною рамкою виступали обурення та недовіра, що підтримувалося конфліктним типом мовлення й візуальними образами студійної полеміки між політичними опонентами. Це сприяло відтворенню моделі соціального конфлікту у формі протистояння еліт та підсилювало суспільну поляризацію. Після 24.02.2022 емоційний акцент зміщується у бік тривоги та солідарності, а мовлення набуває мобілізаційно-інтегративного характеру. Візуальні образи війни (фронт, руйнування, національна символіка) формують ефект моральної залученості та колективної відповідальності. У результаті маніпуляція змінює свою психологічну мету: замість дискредитації опонентів вона орієнтується на підтримку домінантного наративу й згуртування аудиторії, що, однак, супроводжується формуванням інформаційних «бульбашок» і звуженням спектра альтернативних інтерпретацій.

Отже, мовні, візуальні та психологічні прийоми маніпулювання в українських політичних ток-шоу демонструють чітку трансформацію від конфліктно-поляризуючої логіки довоєнного періоду до мобілізаційно-інтегративної моделі воєнного часу, включно з форматами на YouTube. Якщо раніше ці прийоми сприяли загостренню соціально-політичних протиріч і персоніфікації відповідальності, то після 24.02.2022 вони орієнтовані на підтримку колективної ідентичності та символічну консолідацію суспільства. Водночас така зміна зменшує простір для критичної рефлексії та плюралізму, що свідчить про подвійний соціальний ефект маніпулятивних технологій: вони одночасно стабілізують масову свідомість у кризових умовах і створюють ризики латентних соціальних конфліктів у перспективі.

РОЗДІЛ 3. СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ ТА ДИСКУСІЙНИХ МЕДІАФОРМАТІВ НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ

3.1. Методика соціологічного дослідження маніпулятивного впливу

Розроблено методику соціологічного дослідження маніпулятивного впливу українських політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на масову свідомість. Емпіричною базою дослідження слугують програми українського телебачення довоєнного періоду (2019–2021 рр.), зокрема «Свобода слова Савіка Шустера», «Право на владу», «Пульс», а також телевізійні й цифрові формати, трансформовані після 24 лютого 2022 року та поширювані через платформу YouTube. Такий вибір матеріалу дає змогу порівняти маніпулятивні технології у двох принципово різних соціальних контекстах – конкурентно-політичному та воєнно-мобілізаційному.

Методологічною основою дослідження є положення соціології масової свідомості та теорій медіавпливу, згідно з якими масова свідомість формується через поєднання інформаційних, емоційних і нормативних компонентів. Політичні ток-шоу в цій перспективі розглядаються не лише як медіапродукт, а як соціокомунікаційний інститут, що бере участь у відтворенні соціальних конфліктів та у формуванні домінантних інтерпретацій політичної реальності [31; 58].

З огляду на соціологічний характер дослідження застосовано комплекс взаємодоповнювальних методів: контент-аналіз, дискурс-аналіз та елементи порівняльного аналізу. Контент-аналіз дозволяє кількісно зафіксувати частотність використання маніпулятивних мовних і візуальних маркерів (емоційно забарвлених висловів, апеляцій до страху, символічних образів війни, риторичних запитань), тоді як дискурс-аналіз дає змогу виявити приховані смислові структури, рамки інтерпретації та бінарні опозиції («влада – опозиція», «свій – чужий») [39]. Порівняльний підхід

використовується для зіставлення довоєнного та воєнного періодів з метою виявлення трансформації маніпулятивних стратегій.

Одиницею аналізу виступає окремий випуск політичного ток-шоу або відеофрагмент дискусійного формату (тривалістю не менше 30 хвилин), що містить обговорення політичних або соціально значущих тем. Для кожної одиниці аналізу фіксуються: домінантна тема випуску; тип комунікативного конфлікту (політичний, воєнний, моральний); мовні маркери маніпуляції (оцінна лексика, метафори, гіперболізація); візуальні маркери (кадри війни, символіка, графічні елементи); психологічні прийоми (апеляція до страху, солідарності, почуття провини) [37; 38].

Для підвищення аналітичної чіткості було сформовано систему категорій аналізу, що відповідає соціологічному розумінню маніпуляції як впливу на інтерпретацію соціальних конфліктів. До них віднесено: мовні технології (фреймінг, нав'язування оцінок, стигматизація); візуальні технології (символізація, емоційна драматизація подій); психологічні технології (страх, емпатія, групова ідентифікація).

Важливим елементом методики є урахування зміни соціального контексту після 24.02.2022. У довоєнний період ток-шоу функціонували в логіці політичної конкуренції та відтворення соціальних протиріч між партіями та електоральними групами [21; 25]. У воєнний період комунікація зміщується у площину мобілізації та нормативної інтеграції суспільства, що змінює характер маніпуляції – від конфліктно-дискурсивної до мобілізаційно-нормативної.

Окремо враховується вплив цифрових платформ. YouTube-формати характеризуються високим рівнем персоніфікації впливу, що зменшує інституційну дистанцію між комунікатором і аудиторією та посилює емоційний ефект маніпуляції. У цьому середовищі маніпуляція реалізується не лише через зміст, а й через алгоритмічне підсилення домінантних наративів, що формує інформаційні «бульбашки» та селективне сприйняття соціальних конфліктів.

З позицій соціології медіа вплив політичних ток-шоу розглядається також через моделі двоступеневого потоку комунікації та наркотизуючої дисфункції, згідно з якими масова аудиторія не просто споживає інформацію, а інтерпретує її через думки ведучих і експертів як лідерів громадської думки [12; 13]. Це дозволяє пояснити, чому маніпулятивні меседжі не лише інформують, а й нормалізують певні соціальні позиції щодо війни, влади та конфлікту.

Таким чином, методика дослідження ґрунтується на поєднанні кількісного та якісного аналізу, соціологічного тлумачення масової свідомості та порівнянні двох історичних етапів функціонування українських політичних ток-шоу. Це дозволяє виявити не лише технічні прийоми маніпуляції, а й їх соціальний ефект – вплив на структуру соціальних конфліктів, рівень поляризації або консолідації суспільства та формування домінантних моделей інтерпретації політичної реальності.

З метою операціоналізації поняття «маніпулятивний вплив політичних ток-шоу» у межах даного дослідження застосовано комплекс соціологічних та соціально-комунікаційних методів, що дозволяють поєднати аналіз змісту медіатекстів із вивченням їхнього потенційного впливу на масову свідомість. Емпіричною базою виступають українські політичні ток-шоу довоєнного періоду (2019–2021 рр.), зокрема програми типу «Свобода слова Савіка Шустера», «Право на владу», «Пульс», а також трансформовані після 24.02.2022 телевізійні та цифрові формати, поширювані через платформу YouTube. Такий вибір обумовлений можливістю порівняльного аналізу маніпулятивних стратегій у різних соціально-політичних умовах – конкурентного та воєнного конфлікту [21; 33].

У дослідженні використано метод контент-аналізу як базовий інструмент виявлення повторюваних мовних, візуальних і психологічних прийомів маніпулювання. Одиницями аналізу виступають: окремі висловлювання ведучих і гостей, тематичні блоки програм, візуальні

вставки (інфографіка, відеоряд), а також структура дискусії. Контент-аналіз дозволяє фіксувати частоту використання певних маніпулятивних технік (фреймінг, емоційна апеляція, поляризація образів, апеляція до авторитету) та простежувати їхню зміну залежно від історичного періоду [37].

Поряд із цим застосовано елементи дискурс-аналізу, спрямовані на виявлення домінантних інтерпретацій соціальних конфліктів, що пропонуються аудиторії через ток-шоу. Особлива увага приділяється тому, як через мовні конструкції («ми», «вони», «ворог», «зрада», «єдність») відбувається символічне структурування соціальної реальності та формування колективної ідентичності. Це дозволяє розглядати ток-шоу не лише як канал інформування, а як механізм соціальної інтеграції або поляризації.

Для оцінки потенційного впливу ток-шоу на масову свідомість використано індикативний підхід, за якого маніпулятивний ефект фіксується через сукупність мовних, візуальних та психологічних показників. До них належать: тип домінуючих емоцій (страх, обурення, співпереживання), модель соціального конфлікту («влада – опозиція», «свій – чужий»), характер ролей комунікаторів (ведучий як арбітр або інтерпретатор), а також формат платформи (телебачення чи YouTube).

Таблиця 3.1 – Показники аналізу маніпулятивного впливу політичних ток-шоу

Група показників	Зміст показника	Аналітичне значення
Мовні	Конфліктні формули, емоційно марковані слова, бінарні опозиції («ми – вони»)	Визначення рамки соціального конфлікту
Візуальні	Кадри руйнувань, символіка, монтаж реакцій	Підсилення емоційної залученості
Психологічні	Страхи, тривога, солідарність, обурення	Формування масових настроїв
Організаційні	Добір гостей, контроль дискусії	Легітимація певних позицій
Платформні	ТБ / YouTube / соцмережі	Розширення або звуження аудиторії

Подана система показників дозволяє здійснити порівняльний аналіз маніпулятивних практик у політичних ток-шоу різних періодів та різних медіасередовищ. У довоєнний період домінували індикатори політичної поляризації та персоніфікації відповідальності, тоді як після 24.02.2022 ключовими стають індикатори мобілізації, моральної оцінки та колективної ідентифікації. Таким чином, методика дослідження поєднує якісні та кількісні елементи аналізу й дозволяє розглядати політичні ток-шоу як соціальний інститут, що безпосередньо впливає на структурування соціальних конфліктів і масову свідомість у кризових умовах.

Таблиця 3.2 – Порівняння методів дослідження ТБ- та YouTube-ток-шоу

Критерій	ТБ-ток-шоу	YouTube-ток-шоу
Формат комунікації	Лінійний, заздалегідь спланований ефір	Нелінійний, асинхронний перегляд
Аудиторна взаємодія	Обмежена (телефонні дзвінки, соцмережі)	Висока (коментарі, лайки, поширення)
Швидкість реакції аудиторії	Відкладена	Миттєва
Тривалість матеріалу	Чітко регламентована	Гнучка, часто довша
Роль ведучого	Центральна фігура модерації	Може бути як модератор, так і учасник
Візуальна стилістика	Студійна, стандартизована	Варіативна, персоналізована
Маніпулятивний потенціал	Через монтаж, підбір гостей, хронометраж	Через заголовки, прев'ю, алгоритми
Основні методи аналізу	Контент-аналіз, дискурс-аналіз, спостереження	Контент-аналіз, аналіз коментарів, метрик
Обсяг даних для аналізу	Обмежений кількістю ефірів	Потенційно необмежений

Подана таблиця 3.2 відображає специфіку застосування методів дослідження залежно від платформи поширення політичного ток-шоу. Телевізійні формати характеризуються жорсткою структурованістю, обмеженням часу ефіру та високим рівнем редакційного контролю, що зумовлює використання класичних методів медіааналізу: контент-аналізу, дискурс-аналізу та аналізу риторичних стратегій ведучих і гостей. Натомість YouTube-ток-шоу мають більшу свободу формату,

інтерактивність і залежність від алгоритмічних механізмів платформи, що потребує залучення додаткових методів — аналізу коментарів, кількісних показників переглядів, лайків, поширень, а також дослідження заголовків і візуальних елементів прев'ю. Таким чином, методика аналізу ток-шоу має адаптуватися до технічних і комунікативних особливостей середовища їхнього функціонування.

Отже, методологія дослідження політичних ток-шоу повинна враховувати відмінності між телевізійними та цифровими форматами мовлення. Якщо для телебачення пріоритетними залишаються структурний і дискурсивний аналізи, то для YouTube-проектів важливого значення набуває аналіз інтерактивності та цифрових індикаторів залученості аудиторії. Поєднання якісних і кількісних методів дозволяє комплексно оцінити не лише зміст повідомлень, а й ефективність маніпулятивного впливу, що підсилює аналітичну глибину дослідження та забезпечує наукову обґрунтованість отриманих результатів.

3.2. Порівняльний соціологічний аналіз впливу політичних ток-шоу у довоєнний період (до 2022 р.) та в умовах повномасштабного вторгнення Російської Федерації (2022–2025 рр.)

Порівняльний соціологічний аналіз впливу політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на масову свідомість населення України здійснюється у двох історично відмінних контекстах: довоєнному періоді (2014 – початок 2022 рр.) та в умовах повномасштабного вторгнення Російської Федерації (2022–2025 рр.). Емпіричною основою аналізу є українські політичні ток-шоу та дискусійні формати, зокрема програма «Свобода слова Савіка Шустера», а також інші довоєнні телевізійні проекти загальнонаціональних каналів, у порівнянні з післявоєнними телевізійними й цифровими форматами (телемарафон, політичні YouTube-шоу, стрими, аналітичні дискусійні канали).

З позицій соціології масової свідомості ток-шоу виступають не лише як джерело політичної інформації, а як інституалізований простір символічної боротьби за інтерпретацію соціальної реальності [15; 58]. У довоєнний період ці формати виконували функцію публічної арени конфліктних позицій між політичними елітами, де масова аудиторія виступала переважно спостерігачем політичного протистояння.

Натомість у період повномасштабної війни відбувається структурна трансформація ролі ток-шоу: вони дедалі більше виконують функцію емоційної мобілізації, консолідації суспільства та підтримки домінуючих наративів спротиву. З соціологічної точки зору це означає зміну механізму впливу: від поляризаційного конфліктного моделювання до інтегративного наративного формування колективної ідентичності.

Таблиця 3.3 – Порівняльні характеристики впливу політичних ток-шоу на масову свідомість у різні історичні періоди

Критерій	До 24.02.2022	Після 24.02.2022
Соціальний контекст	Вибірчі кампанії, внутрішні політичні конфлікти	Воєнна мобілізація, екзистенційна загроза
Домінантна комунікативна модель	Конфліктна, поляризуюча	Мобілізаційна, інтегративна
Основні актори	Політики, партійні експерти	Військові, аналітики, журналісти
Тип наративів	Скандал, взаємна дискредитація	Спротив, героїзація, згуртування
Психологічний ефект	Зростання недовіри, фрустрація	Зростання тривоги + солідарність
Соціальний ефект	Поляризація груп	Часткова консолідація + інформаційні бульбашки

Подані у таблиці 3.3 відмінності демонструють глибоку зміну соціальної функції ток-шоу як комунікативного інституту. Якщо у довоєнний період вони виконували роль платформи публічного конфлікту між політичними елітами, то у воєнний період трансформуються у засіб колективного інтерпретування війни як соціальної події [11]. Відповідно змінюється і тип впливу на масову свідомість: від стимуляції політичної

фрагментації до підтримки домінантного наративу національного спротиву.

У довоєнних ток-шоу соціальні конфлікти часто конструювалися через протиставлення «своїх» і «чужих» у межах внутрішньополітичних дискусій, що сприяло зростанню міжгрупової напруги та відтворенню ідеологічних поділів. У соціологічному сенсі такі формати посилювали ефект символічної поляризації, формуючи уявлення про політику як сферу постійної боротьби [18].

Після 24.02.2022 соціальний конфлікт у ток-шоу зміщується з внутрішнього на зовнішній рівень: опозиція «ми – вони» переорієнтовується на війну з Російською Федерацією, що змінює соціальну структуру протистояння [54]. Водночас зберігається потенціал маніпулятивного впливу через емоційні апеляції, візуальні образи війни та повторюваність наративів. Особливістю періоду 2022–2025 рр. є активне переміщення політичних дискусійних форматів у цифрове середовище (YouTube, стримінгові платформи), що розширює соціальний ефект ток-шоу. На відміну від телебачення, YouTube-дискусії формують сегментовані спільноти глядачів із різними рівнями залученості та політичної ідентифікації.

З соціологічної перспективи це означає появу нових механізмів впливу: через алгоритмічне поширення контенту; через інтерактивність (коментарі, лайки, поширення); через формування цифрових «інформаційних бульбашок» [52]. Таким чином, ток-шоу в цифровому форматі не лише відображають соціальні настрої, а й активно беруть участь у конструюванні соціальної реальності війни як повсякденного досвіду.

Порівняльний аналіз показує, що українські політичні ток-шоу у довоєнний період переважно сприяли політичній поляризації та відтворенню внутрішніх соціальних конфліктів, тоді як у період повномасштабного вторгнення вони трансформувалися у механізм

мобілізації та символічної інтеграції суспільства. Водночас розширення дискусійних форматів у цифровому середовищі посилює як потенціал консолідації, так і ризики сегментації масової свідомості, що підтверджує подвійний характер впливу ток-шоу як соціального інституту у кризових умовах.

Таблиця 3.4 – Соціальні ефекти впливу політичних ток-шоу України у різні періоди

Критерій	Довоєнний період (до 24.02.2022)	Період після 24.02.2022 (ТБ + YouTube)
Тип домінуючого соціального конфлікту	Політичний, електоральний, ідеологічний	Екзистенційний (війна), безпековий
Вплив на суспільну інтеграцію	Посилення фрагментації та таборизації	Символічна інтеграція навколо теми війни
Ставлення до опонентів	Делегітимація, персоніфікація ворога	Моральна маргіналізація альтернативних позицій
Рівень критичності масової свідомості	Відносно високий (наявність політичної конкуренції)	Зниження критичності через мобілізаційний дискурс
Модель соціальної солідарності	Партійна, групова	Національна, воєнна
Ризики соціальних наслідків	Поляризація, зростання недовіри до інститутів	Формування інформаційних «бульбашок», радикалізація
Тип масової реакції	Політична мобілізація перед виборами	Емоційна мобілізація, підтримка домінантного нарративу

Подані у таблиці 3.4 дані демонструють, що соціальні ефекти політичних ток-шоу істотно змінюються залежно від характеру соціального конфлікту. У довоєнний період ток-шоу виконували функцію медійної репрезентації політичної боротьби, сприяючи формуванню конкурентної структури масової свідомості, у межах якої соціальні проблеми інтерпретувалися через протиставлення політичних таборів [17; 21]. Така модель посилювала сегментацію суспільства та відтворювала логіку політичної поляризації як норми публічної комунікації.

Після 24 лютого 2022 року відбувається трансформація соціального ефекту ток-шоу: вони перестають бути простором політичної конкуренції

та дедалі більше функціонують як інструмент символічної інтеграції суспільства навколо наративів війни та безпеки [40; 44]. Водночас мобілізаційний характер комунікації знижує рівень публічної дискусійності та обмежує можливість альтернативних інтерпретацій подій, що формує новий тип маніпуляції – нормативно-моральний, а не лише політичний.

З соціологічної точки зору вплив політичних ток-шоу на масову свідомість проявляється не лише у зміні політичних установок, а й у трансформації моделей соціальної солідарності. У довоєнних форматах солідарність конструювалася за принципом партійної або ідеологічної належності, що сприяло утворенню конфліктних ідентичностей («свої» – «чужі») у межах внутрішньополітичного поля. У воєнний період домінує модель національної солідарності, у якій розмежування переноситься з політичної площини у морально-екзистенційну («патріотичне» – «непатріотичне»).

Практичний аналіз показує, що перехід частини ток-шоу у цифрове середовище (YouTube) підсилює персоніфікований характер впливу: ведучий або експерт виступає не лише як журналіст чи аналітик, а як фігура емоційної довіри, що зменшує дистанцію між комунікатором і аудиторією [25]. Це сприяє швидкому поширенню домінантних інтерпретацій, але водночас посилює ризик формування інформаційно замкнених аудиторій, у межах яких альтернативні погляди сприймаються як девіантні або загрозливі.

Таким чином, соціальний ефект ток-шоу у довоєнний період полягав переважно у відтворенні конфліктної структури політичного поля, тоді як у воєнний період – у формуванні символічної єдності навколо спільного ворога та спільної мети. З соціологічного погляду це означає зміну типу впливу на масову свідомість: від конфліктно-поляризаційного до мобілізаційно-консолідаційного, що має як стабілізуючі, так і потенційно

ризикогенні наслідки для подальшого розвитку публічної сфери та соціального діалогу.

Порівняльний соціологічний аналіз показав, що вплив політичних ток-шоу на масову свідомість населення України суттєво змінюється залежно від характеру соціального контексту. У довоєнний період ці формати виконували переважно функцію відтворення внутрішньополітичних конфліктів і сприяли поляризації суспільства, формуючи конкурентні ідентичності та конфліктні інтерпретації політичної реальності. В умовах повномасштабного вторгнення Російської Федерації відбувається трансформація соціальної ролі ток-шоу: вони стають інструментом мобілізації, символічної інтеграції та підтримки домінантного воєнного наративу. Перехід частини дискусійних форматів у цифрове середовище (YouTube) посилює персоніфікований і емоційний характер впливу, що одночасно сприяє згуртуванню аудиторії та підвищує ризики сегментації масової свідомості у формі інформаційних «бульбашок». Таким чином, у різні історичні періоди політичні ток-шоу виконують різні соціальні функції: від механізму політичної поляризації до засобу мобілізаційно-консолідаційного впливу на масову свідомість.

3.3. Трансформація жанру політичного ток-шоу в умовах війни та цифровізації (телебачення – YouTube)

Трансформація жанру політичного ток-шоу в Україні розглядається у двох взаємопов'язаних вимірах: вплив повномасштабної війни як соціального конфлікту екзистенційного типу; вплив цифровізації та переходу частини форматів у середовище YouTube і стримінгових платформ. Емпіричним підґрунтям аналізу є українські політичні ток-шоу довоєнного періоду (2014 – початок 2022 рр.), зокрема програми типу «Свобода слова Савіка Шустера», а також післявоєнні телевізійні та цифрові дискусійні формати (телемарафон, політичні YouTube-канали, стрими).

З соціологічної точки зору жанр політичного ток-шоу виконує функцію інституціоналізованого простору публічного обговорення соціальних конфліктів і політичних проблем, у межах якого здійснюється формування колективних уявлень про соціальну реальність [15]. У довоєнний період цей жанр був орієнтований на відтворення конкурентної політичної логіки, де конфлікт інтерпретувався як боротьба партій, лідерів і програм. Війна змінює саму природу соціального конфлікту: від внутрішньополітичного – до зовнішнього, що спричиняє жанрову трансформацію ток-шоу від конфліктно-дискусійної моделі до мобілізаційно-нормативної.

У довоєнних форматах жанр ток-шоу характеризувався відносною стабільністю композиції: студійний простір, фіксований набір експертів, чітка модерація та наявність протилежних позицій [21]. Соціальна функція таких програм полягала у репрезентації політичного плюралізму, хоча фактично часто відбувалося відтворення псевдоконфлікту між афілійованими політичними групами.

Після 24.02.2022 жанрова структура ток-шоу змінюється: зменшується кількість відкрито конфліктних дискусій, зростає частка аналітично-мобілізаційних форматів, де домінують військові експерти, журналісти та представники державних інституцій [33; 41]. Таким чином, ток-шоу втрачають ознаки класичного дискусійного жанру й набувають рис інформаційно-інтерпретаційного формату, орієнтованого на стабілізацію масової свідомості.

Окремим чинником трансформації виступає цифровізація політичної комунікації. Перехід частини ток-шоу та дискусійних форматів у середовище YouTube змінює соціальну природу аудиторії: замість масової глядацької публіки формується сегментована спільнота підписників із високим рівнем емоційної залученості. Алгоритмічне поширення контенту посилює ефект селективного споживання інформації, що впливає на

структуру соціальних конфліктів через формування замкнених інформаційних середовищ.

Таблиця 3.5 – Трансформація жанру політичного ток-шоу в Україні до та після 24.02.2022 (ТБ – YouTube)

Критерій	Довоєнний період (ТБ)	Після 24.02.2022 (ТБ + YouTube)
Жанрова модель	Дискусійно-конфліктна	Мобілізаційно-аналітична
Тип комунікації	Політична конкуренція	Нормативно-ціннісна інтерпретація
Основні учасники	Політики, партійні експерти	Військові, аналітики, журналісти
Роль глядача	Пасивний спостерігач	Емоційно залучений учасник (коментарі, донати, лайки)
Соціальна функція	Відтворення політичних конфліктів	Символічна інтеграція та мобілізація
Канали поширення	Телебачення	Телебачення + YouTube, стримінг

Дані таблиці 3.5 свідчать, що жанрова трансформація ток-шоу пов'язана не лише зі зміною тематики, а зі зміною соціальної ролі цих програм. У довоєнний період вони відображали політичну конкуренцію як нормальний стан суспільства, тоді як у воєнний період починають виконувати стабілізаційну та нормативну функцію, задаючи допустимі рамки інтерпретації подій війни.

Практичний вимір трансформації полягає у зміні механізмів впливу на масову свідомість. Якщо у телевізійних ток-шоу домінували вербальні способи маніпуляції (риторика, полеміка, дискредитація опонента), то в цифрових форматах зростає роль візуальних та емоційних образів, персоналізації ведучого та інтерактивності [37; 38]. Це посилює ефект ідентифікації аудиторії з комунікатором та знижує дистанцію між інформацією й емоційною реакцією.

З соціологічного погляду трансформація жанру ток-шоу відображає зміну типу соціального конфлікту в українському суспільстві: від конкурентного до екзистенційного. У першому випадку жанр обслуговує політичний плюралізм, у другому – потребу в символічній консолідації та підтримці колективної ідентичності. Водночас така трансформація зберігає потенціал маніпулятивного впливу, оскільки звужує простір

альтернативних інтерпретацій і переводить політичну комунікацію у морально-нормативну площину.

Отже, трансформація жанру політичного ток-шоу в Україні зумовлена поєднанням воєнного контексту та цифровізації політичної комунікації. У довоєнний період ток-шоу виконували функцію репрезентації політичних конфліктів, тоді як після 24.02.2022 вони дедалі більше перетворюються на інструмент інтерпретації війни та символічної інтеграції суспільства. Перехід у середовище YouTube змінює соціальну структуру аудиторії та посилює персоніфікований характер впливу, що збільшує як мобілізаційний потенціал, так і ризики сегментації масової свідомості. Таким чином, жанрова еволюція ток-шоу відображає глибші процеси трансформації соціальних конфліктів і моделей політичної комунікації в умовах війни та цифрової медіареальності.

Важливим аспектом трансформації впливу політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів після 24.02.2022 є зміна темпоральності сприйняття соціального конфлікту. У довоєнний період конфлікт у медійному просторі здебільшого репрезентувався як політична подія або серія окремих інформаційних приводів, що мали епізодичний характер та підлягали інтерпретації в межах політичних дебатів.

Після початку повномасштабної війни відбувається зсув від подієвого до екзистенційного сприйняття конфлікту: війна починає осмислюватися не як політичний процес, а як повсякденна соціальна реальність, що інтегрується у буденний досвід індивідів. У цьому контексті політичні ток-шоу та пов'язані з ними YouTube-формати виконують функцію безперервного символічного «супроводу» війни через стрими, регулярні включення експертів та оперативні коментарі.

Таким чином, медіадискурс набуває рис постійної присутності конфлікту в соціальному часі, що змінює механізми його сприйняття: замість дистанційованого аналізу формується режим емоційної включеності та колективної тривожності. Це підсилює мобілізаційний

потенціал медіа, але водночас знижує можливості для рефлексивного осмислення подій, що є важливим соціологічним наслідком цифровізації політичних ток-шоу.

Отже, трансформація темпоральності медіадискурсу після 24.02.2022 призводить до зміни соціального сприйняття конфлікту з політичної події на повсякденну реальність, що підтримується безперервною присутністю війни у форматах політичних ток-шоу та цифрових платформ. Це підсилює мобілізаційний ефект медіа, але водночас формує стан постійної емоційної включеності, який обмежує можливості рефлексивного осмислення соціального конфлікту та сприяє його нормалізації в масовій свідомості.

3.4. Вплив політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на соціальні конфлікти в Україні

Вплив політичних та дискусійних медіаформатів на соціальні конфлікти здійснюється соціологічний аналіз впливу політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів України на процеси формування та трансформації соціальних конфліктів у масовій свідомості. Контекст дослідження охоплює два історично відмінні періоди: довоєнний етап (2014 – початок 2022 рр.), представлений телевізійними політичними ток-шоу загальнонаціональних каналів (зокрема програма «Свобода слова Савіка Шустера»), та період після 24.02.2022 р., коли політична комунікація частково перемістилася у цифрове середовище (телемарафон, політичні YouTube-шоу, стримінгові дискусійні формати).

З позицій соціології масової свідомості соціальний конфлікт розглядається як форма символічного протистояння соціальних груп, що відображається і відтворюється у медійному просторі через наративи, ролі акторів та комунікативні стратегії [14]. Політичні ток-шоу в цьому сенсі виконують функцію інституалізованого простору публічного конструювання конфліктів, у якому суперечності не лише репрезентуються, а й інтерпретуються для масової аудиторії [15].

У довоєнний період політичні ток-шоу України функціонували переважно як майданчик внутрішньополітичного протистояння між елітами, де соціальні конфлікти моделювалися через опозиції «влада – опозиція», «партія – партія», «реформатори – популісти» [25]. Така модель сприяла формуванню у масовій свідомості уявлення про політику як постійну арену боротьби, що, у соціологічному вимірі, підсилювало ефект поляризації та міжгрупової напруги. Через повторюваність конфліктних сценаріїв у ток-шоу соціальні проблеми (корупція, тарифи, мова, геополітичний вибір) інтерпретувалися у конфліктній рамці, що посилювало відчуття нестабільності та фрустрації.

Маніпулятивний потенціал таких форматів реалізовувався через добір експертів, асиметрію ролей ведучого та гостей, емоційно насичену лексику і візуальні засоби (аплодисменти, графіки, монтаж), що сприяло персоніфікації конфлікту та моральній делегітимації опонента. У соціологічному сенсі це означало трансформацію політичних суперечностей у символічні соціальні поділи, які відтворювалися у повсякденних інтерпретаціях глядачів [3; 24].

Після 24.02.2022 характер соціальних конфліктів, представлених у ток-шоу та дискусійних медіаформатах, зазнає принципових змін. Внутрішньополітичні протистояння поступаються місцем зовнішньому екзистенційному конфлікту – війні з Російською Федерацією, що формує нову структуру опозицій: «ми – вони», «жертва – агресор», «опір – зрада» [40; 43]. У медійному дискурсі соціальні суперечності переорієнтовуються з політичних на морально-ціннісні, що змінює механізм впливу на масову свідомість.

Водночас активне переміщення політичних дискусійних форматів у цифрове середовище (YouTube, стрімінги, аналітичні канали) призводить до сегментації аудиторій і формування інформаційно замкнених спільнот, у межах яких конфлікт інтерпретується односторонньо. Алгоритмічне поширення контенту посилює ефект емоційної радикалізації, оскільки

пріоритет отримують матеріали з високою емоційною насиченістю та чіткою опозиційною рамкою. У соціологічному вимірі це означає трансформацію соціального конфлікту з публічного і відкритого у фрагментований і латентний.

Таблиця 3.6 – Трансформація соціальних конфліктів у політичних ток-шоу України

Критерій	Довоєнний період (до 24.02.2022)	Після 24.02.2022 (ТБ + YouTube)
Тип конфлікту	Внутрішньополітичний, партійний	Екзистенційний, воєнний
Основні опозиції	Влада – опозиція, партія – партія	«Ми – агресор», «патріотизм – зрада»

Продовження таблиці 3.6.

Соціальний ефект	Поляризація, зростання міжгрупової напруги	Символічна інтеграція + сегментація
Роль ведучого	Арбітр конфлікту між елітами	Медіатор воєнного наративу
Формат впливу	Телевізійний, масовий	Гібридний (ТБ + платформи)
Ризики	Таборизація, зниження довіри	Радикалізація, інформаційні бульбашки

Подані у таблиці 3.6 дані засвідчують, що соціальні конфлікти у медійному просторі не зникають, а змінюють форму. Якщо у довоєнний період ток-шоу сприяли відтворенню конкурентної моделі соціального протистояння, то у воєнний час вони формують мобілізаційно-моральний тип конфлікту, у якому альтернативні інтерпретації подій можуть маркуватися як девіантні або загрозливі. Таким чином, функція ток-шоу трансформується від платформи публічного політичного спору до інструменту символічного регулювання соціальних меж допустимого дискурсу.

З соціологічної точки зору вплив політичних ток-шоу на соціальні конфлікти проявляється у зміні моделей солідарності. У довоєнний період домінувала партійно-ідеологічна солідарність, що сприяла формуванню множинних конфліктних ідентичностей. У воєнний період формується модель національно-моральної солідарності, у межах якої соціальні суперечності підпорядковуються логіці безпеки та виживання [43; 60].

Водночас цифрові платформи відтворюють нові лінії поділу за ознакою інформаційних середовищ, що посилює фрагментацію масової свідомості.

Отже, політичні ток-шоу та дискусійні медіаформати в Україні виступають не лише дзеркалом соціальних конфліктів, а й активним чинником їхньої соціальної інтерпретації. У різні історичні періоди вони змінюють механізми впливу: від поляризаційно-конфліктного до мобілізаційно-нормативного, що визначає їхню роль як важливого соціального інституту у процесах формування та трансформації масової свідомості.

Окрім макросоціальних наслідків, вплив політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів простежується на мікросоціальному рівні – у сфері міжособистісних та повсякденних соціальних конфліктів. До повномасштабного вторгнення медійні політичні дискусії часто відтворювали модель поляризованого протистояння, що переносилася у побутову комунікацію у вигляді суперечок між родичами, колегами та друзями з приводу політичних орієнтацій.

Після 24.02.2022 характер таких конфліктів змінюється: вони набувають морально-нормативного виміру, коли позиція щодо війни стає критерієм соціальної прийнятності або виключення. У цьому контексті ток-шоу та YouTube-дискусії відіграють роль символічного арбітра, що задає рамки «правильної» інтерпретації подій і тим самим опосередковано впливає на структуру побутових конфліктів.

Таблиця 3.7 – Прояви впливу політичних ток-шоу на побутові соціальні конфлікти

Рівень прояву	До 24.02.2022	Після 24.02.2022
Родинні взаємодії	Політичні суперечки між поколіннями	Конфлікти через оцінку війни та лояльності
Соціальні мережі	Дискусії партійного характеру	Стигматизація «інакодумців», блокування
Робочі колективи	Приховані політичні розбіжності	Нормативний тиск щодо позиції
Мова конфлікту	Іронія, сарказм, політичні гасла	Моралізаторство, звинувачення

Подача конфлікту в ток-шоу як боротьби «правди» і «зради» сприяє перенесенню цієї логіки у повсякденну комунікацію, де соціальні відмінності інтерпретуються не як політичний плюралізм, а як етична девіація [11; 40]. У результаті формується особливий тип соціального напруження, що поєднує елементи консолідації з механізмами соціального виключення.

Отже, вплив політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на соціальні конфлікти в Україні має багаторівневий характер: від макросоціальної консолідації суспільства до мікросоціальних проявів у формі побутових та комунікативних конфліктів. У довоєнний період медіа сприяли переважно політичній поляризації, тоді як після 24.02.2022 вони виконують водночас інтегративну та нормативну функцію, задаючи рамки допустимого дискурсу та посилюючи моральну оцінку соціальних позицій. Це свідчить про перехід від конфлікту інтересів до конфлікту ідентичностей, що є визначальним соціологічним ефектом сучасних політичних медіа в умовах війни.

ВИСНОВКИ

У ході виконання роботи було здійснено комплексний соціологічний аналіз впливу політичних ток-шоу та дискусійних медіаформатів на масову свідомість населення України в умовах трансформації політичної та соціальної реальності. Досягнення поставленої мети забезпечувалося поєднанням теоретичного осмислення феномену масової свідомості з емпірично орієнтованим аналізом сучасних українських медіаформатів.

У першому розділі обґрунтовано, що масова свідомість є не лише відображенням соціальної дійсності, а й продуктом системної комунікативної взаємодії між медіаінститутами та аудиторією. Встановлено, що засоби масової інформації виконують подвійну функцію: з одного боку, вони інформують і соціалізують індивіда, а з іншого – здійснюють символічне конструювання реальності через відбір тем, способи подачі інформації та інтерпретаційні рамки. Політичні ток-шоу в цьому контексті постають як особлива форма масової комунікації, що поєднує інформаційний, емоційний та маніпулятивний впливи, формуючи установки, уявлення та моделі соціальної поведінки.

У другому розділі показано, що політичні ток-шоу як медіаформат мають власну логіку функціонування, яка визначається ролями ведучих, експертів і політичних акторів, а також використанням риторичних, візуальних і психологічних технік впливу. Аналіз довоєнних українських ток-шоу, зокрема програми «Свобода слова Савіка Шустера» та інших телевізійних форматів, засвідчив їхню орієнтацію на конфліктну модель комунікації, у межах якої політична реальність репрезентувалася як простір постійного протистояння. Така модель сприяла формуванню поляризованої масової свідомості, де суспільні проблеми осмислювалися крізь призму боротьби між політичними таборами.

У третьому розділі доведено, що повномасштабне вторгнення Російської Федерації у 2022 році стало переломним моментом у функціонуванні політичних ток-шоу та дискусійних форматів в Україні.

Відбулося зміщення акценту з внутрішньополітичної конкуренції на мобілізаційно-консолідаційні наративи, пов'язані з війною, безпекою та національним спротивом. Ток-шоу дедалі більше виконують функцію емоційної стабілізації, підтримки домінуючих інтерпретацій подій та формування образу колективного «ми» у протиставленні зовнішньому ворогу.

Особливу роль у цьому процесі відіграє цифровізація медіасередовища та переміщення політичних дискусій у простір YouTube і стримінгових платформ. Це зумовлює появу нових механізмів впливу на масову свідомість – через алгоритмічне поширення контенту, інтерактивність та формування інформаційних спільнот. Унаслідок цього зростає як потенціал суспільної консолідації, так і ризик сегментації аудиторії та утворення інформаційних «бульбашок».

Порівняльний аналіз довоєнного та воєнного періодів дозволив встановити зміну соціальної функції політичних ток-шоу: від інструмента відтворення політичної поляризації – до засобу символічної інтеграції суспільства. Водночас зберігається потенціал маніпулятивного впливу, що реалізується не лише через політичну риторику, а й через моральні та емоційні апеляції. Це свідчить про подвійний характер впливу ток-шоу на масову свідомість: вони можуть одночасно сприяти соціальній згуртованості та обмежувати простір для критичної рефлексії.

Таким чином, результати дослідження підтверджують, що політичні ток-шоу та дискусійні медіаформати є важливими агентами формування масової свідомості в сучасній Україні. В умовах війни їхній вплив виходить за межі інформування і набуває соціально-конструктивної ролі, беручи участь у формуванні колективних уявлень про війну, ворога, солідарність і відповідальність. Це зумовлює необхідність подальших соціологічних досліджень, спрямованих на аналіз довготривалих наслідків такого впливу для розвитку публічної сфери, культури дискусії та соціальної довіри в українському суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Березовська-Чміль О., Ставичний Р. Вплив мас медіа на формування політичної свідомості під час війни. 2024. URL: <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-19-1> (дата звернення: 18.04.2026).
2. Бондаренко М. І. Маніпулювання масовою свідомістю: філософський аналіз. Київ, 2022. URL: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.67.341712> (дата звернення: 22.04.2026).
3. Галіч А., Куцевська О., Корчагіна О., Кравченко О., Фєдотова Н. Вплив соціальних комунікацій на формування громадської думки громадян під час війни. *Соціально-правові студії*. 2023. Т. 6, № 3. С. 43–51. DOI: 10.32518/sals3.2023.43.
4. Гейсслер Д., Бер Д., Прьоллохс Н., Фойєррігель С. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. 2023. URL: <https://link.springer.com/article/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5> (дата звернення: 25.04.2026).
5. Іваненко О. П. Маніпулятивні технології впливу медіа на масову свідомість в умовах війни. Київ, 2024. URL: <https://ela.kpi.ua/items/9e03b80d-c2cd-4ba3-b82b-1fd72231bc12> (дата звернення: 15.04.2026).
6. Іващук А. А. Вплив ЗМІ на політичну свідомість суспільства. Київ, 2020. URL: <https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/9204> (дата звернення: 29.04.2026).
7. Коваль І. П. Маніпулювання масовою політичною свідомістю: інформаційно-психологічний і правовий аспекти. Київ, 2022. URL: <https://il.ippi.org.ua/article/view/272762> (дата звернення: 20.04.2026).
8. Коваленко Т. С. Мас-медіа засіб пізнання світу чи маніпуляція свідомістю? 2021. URL: <https://visnyk.ukrbook.net/article/view/261755> (дата звернення: 17.04.2026).

9. Красняк О., Амонс С. Соціальні комунікації: особливості їх впровадження у період війни. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-48-35.
10. Майорова М. Є., Чекмишев О. В. Поняття політичного ток-шоу як розважального стилю. *Young Scientist*. 2016. № 7(34). С. 335–339. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/7/79.pdf> (дата звернення: 21.04.2026).
11. Москаленко О. Я. Вплив медіа на суспільну свідомість в умовах сучасної України. Дніпро, 2021. URL: <https://er.dduvs.edu.ua/handle/123456789/2750> (дата звернення: 26.04.2026).
12. Москаленко О. Я. Політична соціалізація особистості та засоби mass-медіа. Київ, 2022. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/psychology/28777/> (дата звернення: 19.04.2026).
13. Наumenко М. М. Стратегічна комунікація в інформаційній війні України. *Волинсько-американські акти безпеки*. 2025. DOI: 10.32782/2786-9385/2025-6-22. URL: https://www.researchgate.net/publication/399552419_STRATEGICNA_KOMUNIKACIA_V_INFORMACIJNIJ_VIJNI_UKRAINI (дата звернення: 16.04.2026).
14. Островська Н. В. Характеристика різновидів соціальнокомунікаційних технологій політичних ток-шоу. Медіатрансформації: рік другий : колективна монографія , за ред. О. М. Холода. Київ : КНУКиМ, 2015. С. 234–261. URL: <http://eir.zp.edu.ua/items/e2de7eff-d3e3-4852-8904-59058637e7b7> (дата звернення: 24.04.2026).
15. Петренко А. В. Мас-медіа як канал маніпулятивного впливу на суспільство. 2021. URL: <https://doi.org/10.18372/2225-5036.21.9709> (дата звернення: 30.04.2026).

16. Савченко О. Л. Інформаційно-комунікаційні аспекти політичних технологій маніпулювання свідомістю. Київ, 2023. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/906> (дата звернення: 27.04.2026).
17. Сидоренко О. М. Масова свідомість і журналістика: проблеми взаємодії. Київ, 2021. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/0df60cee-9964-47c5-ba67-66b1961f0e5e> (дата звернення: 15.04.2026).
18. Стегній О. Г. Масова свідомість. Енциклопедія Сучасної України , редкол.: В. І. Литвин та ін. Київ, 2018. URL: <https://esu.com.ua/article-64263> (дата звернення: 23.04.2026).
19. Цімох Н. І. Маніпуляція суспільною свідомістю в політичних ток-шоу на телебаченні України. 2015. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.32.2015.158738> (дата звернення: 28.04.2026).
20. Шамсі Зія Уль Хак. Efficacy of Social Media in Wars and Conflicts: Brief Review of Russia Ukraine War. 2023. URL: <https://doi.org/10.58329/criss.v2i4.66> (дата звернення: 19.04.2026).
21. Школьний В. Ідентичність українських інформаційних аудіовізуальних media: від телеканалів до креативних мультимедійних платформ. Креативні індустрії: сучасні тренди : матеріали III Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції. Київ, 2025. URL: https://www.researchgate.net/publication/392862625_Identicnist_ukrainskih_informacijnih_audiovizualnih_media_vid_telekanaliv_do_kreativnih_multimedijnih_platform (дата звернення: 22.04.2026).
22. Ярошенко О. Перспективи вторгнення: медіа-фреймінг російської війни в Україні. 2025. URL: <https://en.ejo.ch/media-politics/perspectives-of-invasion-media-framing-of-the-russian-war-in-ukraine> (дата звернення: 25.04.2026).
23. Abu Bakar S. A., My M. Y., Al-Mki S. Political Talk Shows and Their Role in Shaping Public Opinion in Ukraine. 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/360304848_Political_Talk_Shows_an

[d Their Role in Shaping Public Opinion in Ukraine](#) (дата звернення: 16.04.2026).

24. Al-Kassimi K. et al. Media Representation and Public Perception of War. 2025. URL: <https://www.researchgate.net/publication/397528001> (дата звернення: 29.04.2026).

25. Almaatouq A., Noriega-Campero A., Alotaibi A., Kraft P. M., Moussaïd M., Pentland A. Adaptive Social Networks Promote the Wisdom of Crowds. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2020. Vol. 117(21). P. 11379–11386. DOI: 10.1073/pnas.1917687117.

26. Babenko V., Romaniuk V., Viytovych T., Zhmaka Y., Ovchar Y. Social Media and Public Opinion Formation in Times of War: A Case Study from Ukraine. *Amazonia Investiga*. 2024. Vol. 13(81). P. 187–196. DOI: 10.34069/AI/2024.81.09.15

27. Bakir V. Psychological Operations in Digital Political Campaigns: Assessing Cambridge Analytica's Psychographic Profiling and Targeting. *Frontiers in Communication*. 2020. Vol. 5. DOI: 10.3389/fcomm.2020.00067. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2020.00067/full> (дата звернення: 24.04.2026).

28. Bidzilya Y., Solomin Y., Shvets V., Heletei A., Hetsko H. The Media's Influence on Shaping Public Opinion During Martial Law. 2023. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/bitstreams/ac8ec3ff-012c-480a-b75e-b54b7edcc631/download> (дата звернення: 27.04.2026).

29. Brennen Bonnie S. Qualitative Research Methods for Media Studies. Routledge, 2020. URL: <https://www.routledge.com/Qualitative-Research-Methods-for-Media-Studies/Brennen/p/book/9781032600710> (дата звернення: 15.04.2026).

30. Broersma M., Graham T. Tipping the Balance of Power: Social Media and the Transformation of Political Journalism. In: *The Routledge*

Companion to Social Media and Politics, 2015. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315716299-7>

31. Brown J. The influence of the media on social thought. 2022. URL: <https://scholarexpress.net/index.php/wbss/article/view/5131> (дата звернення: 20.04.2026).

32. Brusylovska O., Maksymenko I. Analysis of the Media Discourse on the 2022 War in Ukraine: The Case of Russia. *Regional Science Policy & Practice*. 2022. DOI: 10.1111/rsp3.12579. URL: https://www.researchgate.net/publication/363805631_Analysis_of_the_media_discourse_on_the_2022_war_in_Ukraine_The_case_of_Russia (дата звернення: 23.04.2026).

33. Bukanov G. Political Communication of the Authorities and Society Under Martial Law in Ukraine. 2025. DOI: 10.20535/2308-5053.2025.2(66).337624. URL: https://www.researchgate.net/publication/394785511_POLITICAL_COMMUNICATION_OF_THE_AUTHORITIES_AND_SOCIETY_UNDER_MARTIAL_LAW_IN_UKRAINE (дата звернення: 21.04.2026).

34. Duggan M., Ellison N. B., Lampe C., Lenhart A., Madden M. Social Media Update 2014: Survey Methodology. Pew Research Center. 2015. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/01/09/survey-methodology-12/> (дата звернення: 26.04.2026).

35. Eberle J., Monsees L. Digital Sovereignty and Central and Eastern Europe: Agency, Structural Disadvantage and Digital Politics at EU's Semi-Periphery. *Journal of Contemporary European Studies*. 2026. DOI: 10.1080/14782804.2025.2610601.

36. Eggen K. A. Weaponized News: Russian Television, Strategic Narratives and Conflict Reporting. *Nordisk Østforum*. 2022. Vol. 36. DOI: 10.23865/noros.v36.3455. URL: https://www.researchgate.net/publication/358701022_Weaponized_News_Russia

[an Television Strategic Narratives and Conflict Reporting](#) (дата звернення: 17.04.2026).

37. Georgiievska V. et al. Analysis of columnist and media trends in Ukraine. 2022. URL: <https://sls-journal.com.ua/en/article/read/tendentsiyi-rozvitku-media-v-ukrayini-sotsialni-komunikatsiyi-ta-pravovi-aspekti> (дата звернення: 30.04.2026).

38. González-Neira A. Convergence of Linear Television and Digital Platforms: An Analysis of YouTube Offer and Consumption. *European Journal of Communication*. 2021. DOI: 10.1177/02673231211054720. URL: https://www.researchgate.net/publication/356057024_Convergence_of_linear_television_and_digital_platforms_An_analysis_of_YouTube_offer_and_consumption (дата звернення: 19.04.2026).

39. Goyman J. Manipulation of mass consciousness in the context of hybrid war. 2023. URL: <https://philpapers.org/rec/GOYMOM> (дата звернення: 28.04.2026).

40. Gresko O. Political Communication and Global Media in Conditions of a High Conflict of the World. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2025. Т. 17, № 1. С. 179–184. DOI: 10.15421/352523. URL: https://www.researchgate.net/publication/395184801_POLITICAL_COMMUNICATION_AND_GLOBAL_MEDIA_IN_CONDITIONS_OF_A_HIGH_CONFLICT_OF_THE_WORLD (дата звернення: 15.04.2026).

41. Holitsyn A., Frolova V. Trends in Media Consumption in Ukraine in the Wartime. *Marketing and Digital Technologies*. 2023. Vol. 7, No. 1. С. 128–139. DOI: 10.15276/mdt.7.1.2023.10. URL: https://www.researchgate.net/publication/370648666_Trends_in_media_consumption_in_Ukraine_in_the_wartime (дата звернення: 24.04.2026).

42. Ijaz M. Exploring the Impact of TV Talk Shows on Political and Social Information. *Human Nature Journal of Social Sciences*. 2023. Vol. 4(4). С. 208–214. DOI: 10.71016/hnjss/682csz26. URL:

https://www.researchgate.net/publication/386590611_Exploring_the_Impact_of_TV_Talk_Shows_on_Political_and_Social_Information (дата звернення: 22.04.2026).

43. Keen A. The Dangers of Social Media. Nexus Institute Essay (2020). URL: <https://nexus-instituut.nl/en/essay/the-dangers-of-social-media> (дата звернення: 17.04.2026).

44. Kolmogorova A. V., Gornostaeva Y. A. Media coverage of current political situation in Ukraine: discourse analysis. 2022. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/media-coverage-of-current-political-situation-in-ukraine-discourse-analysis> (дата звернення: 25.04.2026).

45. Mehreen I. Exploring the Impact of TV Talk Shows on Political and Social Information. *Human Nature Journal of Social Sciences*, 4(4), 208–214, 2023. DOI: <https://doi.org/10.71016/hnjss/682csz26>

46. Miles C. Visual Rhetoric and the Analysis of Persuasive Political Communication. *Research Handbook on Visual Politics*. Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2023. DOI: 10.4337/9781800376939.00007. URL: https://www.researchgate.net/publication/367283808_Visual_rhetoric_and_the_analysis_of_persuasive_political_communication (дата звернення: 18.04.2026).

47. Novikova O. V. Peculiarities of Political Speeches Translation of English Politicians into the Ukrainian Language. *Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism*. 2022. Vol. 1(4). С. 141–145. DOI: 10.32782/2710-4656/2022.4.1/27. URL: https://www.researchgate.net/publication/364983250_PECULIARITIES_OF_POLITICAL_SPEECHES_TRANSLATION_OF_ENGLISH_POLITICIANS_IN_TO_THE_UKRAINIAN_LANGUAGE (дата звернення: 26.04.2026).

48. Petrova S. Political manipulation in the media: psycholinguistic aspect. 2021. URL: <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2021.11.139> (дата звернення: 23.04.2026).

49. Putsiata I. Fake as a method of manipulation in the media: Ukrainian experience. 2020. URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2020.01.170> (дата звернення: 27.04.2026).
50. Putsiata I. Political talk show on Ukrainian TV channels: observance of the principle of objectivity. 2019. URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2019.01.037> (дата звернення: 16.04.2026).
51. Richter L. Manipulation in political discourse of mass media. 2021. URL: <https://www.richtmann.org/journal/index.php/mjss/article/view/7013> (дата звернення: 30.04.2026).
52. Savina O. V. Political Talk Shows — A Tool of Communication Between the State and Society. *Observer*. 2025. DOI: 10.48137/2074-2975-2025-5-36. URL: https://www.researchgate.net/publication/396698598_Political_talk_shows_-_a_tool_of_communication_between_the_state_and_society (дата звернення: 21.04.2026).
53. Shahzad M. A., Yousaf Z. Media Sociology: An Appraisal. *Global Political Review*, 2019. DOI: [https://doi.org/10.31703/gpr.2019\(IV-III\).01](https://doi.org/10.31703/gpr.2019(IV-III).01)
54. Shehzad H., Zaman M., Zahra S. Liking the Sound of Their Own Voices: A Case of TV Anchors and Their Shows. *Journal of Peace, Development & Communication*. 2019. Vol. 3, No. 1. DOI: 10.36968/JPDC.0301.04. URL: https://www.researchgate.net/publication/338508644_Liking_the_sound_of_their_own_voices_A_case_of_TV_anchors_and_their_shows (дата звернення: 28.04.2026).
55. Shmalenko I., Matviienkiv S., Lutsyshyn H., Anisimovych-Shevchuk O., Yeftieni N. The Impact of Political Communication on the Value Formation in Ukrainian Society During the Crisis. DOI: 10.13165/VPA-25-24-2-16. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/749d0530-43aa-46b6-b5c4-bdd94d3a398d/content> (дата звернення: 19.04.2026).

56. Smith I. Propaganda as a factor influencing mass consciousness. 2024. URL: <https://doi.org/10.33405/2078-7480/2024/3/90/318455> (дата звернення: 20.04.2026).
57. Snytko O., Hrechka S. “Battle of narratives” in Ukraine's modern media space. 2022. DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2022.44.86-117>
58. Tsimokh N. I. Manipulation of public consciousness in political talk shows. 2022. URL: <https://www.researchgate.net/publication/388046116> (дата звернення: 28.04.2026).
59. Wang Y. A Review on War and Peace Journalism Paradigm. Proceedings of the 2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021). 2022. DOI: 10.2991/assehr.k.220105.196. URL: https://www.researchgate.net/publication/358121831_A_Review_on_War_and_Peace_Journalism_Paradigm (дата звернення: 16.04.2026).
60. White R. Socio-philosophical analysis of mass media as a factor in the formation of public opinion. 2022. URL: <https://wisdomperiodical.com/index.php/wisdom/article/view/547> (дата звернення: 25.04.2026).