Філоненко Данило Валерійович, кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент кафедри друкованих медіа та історії журналістики Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка м. Київ, Україна, ORCID: 0000-0001-7776-8374

Filonenko Danylo V., Candidate of Sciences in Social Communications, Assistant of the Department of Printed Media and History of Ukrainian Journalism, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, ORCID: 0000-0001-7776-8374

ЖАНРОВІ МЕХАНІЗМИ НОРМАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬНИХ НАРАТИВІВ У РОЗВАЖАЛЬНИХ МЕДІА: ТОК-ШОУ, РЕАЛІТІ-ШОУ ТА ІГРОВІ ПРОГРАМИ

GENRE MECHANISMS OF NORMALIZING SOCIAL NARRATIVES IN ENTERTAINMENT MEDIA: TALK SHOWS, REALITY TV, AND GAME SHOWS

Анотація

У статті досліджено, як розважальні телевізійні та диджитальні формати в Україні не лише віддзеркалюють соціальні уявлення, а й активно нормалізують їх через жанрові правила, сюжетні рамки, кастинг, монтаж, систему оцінювання, гумор, зіркову участь та ритуали взаємодії з аудиторією. Поставлено дослідницьке питання: якими саме жанровими механізмами ток-шоу, реаліті-шоу та ігрові програми роблять певні суспільні наративи звичними, прийнятними або престижними? Теоретично стаття спирається на підходи до масової комунікації, фреймінгу, ритуальної

природи медіакомунікації, а також на українські студії телевізійних жанрів і таблоїдизації. Емпіричну базу становлять офіційні сторінки програм і епізодів українських мовників 2024–2026 років, насамперед 1+1 Україна, СТБ, Новий канал і ТЕТ. Установлено, що ток-шоу нормалізують публічне моральне судження через драматургію викриття, експертні рамки й процедури на кшталт поліграфа; реаліті-шоу — через контрольоване зіставлення життєвих моделей і переведення приватного життя у вимір публічної оцінки; ігрові формати — через перетворення “народної” відповіді, регіональної ідентичності та культурного канону на легку, повторювану й емоційно винагороджувану гру. Практичне значення висновків полягає у можливості точніше описувати вплив розважального контенту на уявлення про сім’ю, успіх, національну спільноту, травму та етичні межі публічності. [1]

Ключові слова: нормалізація; суспільні наративи; жанрові механізми; ток-шоу; реаліті-шоу; ігрові програми; розважальні медіа; Україна; фреймінг; таблоїдизація.

Abstract

This article examines how Ukrainian entertainment television and digital formats do not merely reflect social beliefs but actively normalize them through genre conventions: framing, casting, editing, scoring systems, humor, celebrity participation, expert authority, and audience rituals. The central research question is: which genre mechanisms in talk shows, reality TV, and game shows render particular social narratives ordinary, acceptable, or desirable? The study combines theories of mass communication, framing, ritual communication, and Ukrainian scholarship on television genres and tabloidization. Its empirical corpus consists of official program and episode pages from major Ukrainian broadcasters in 2024–2026, primarily 1+1 Ukraina, STB, Novyi Kanal, and TET,

alongside Ukrainian academic sources. The analysis shows that talk shows normalize public moral adjudication via confession, expert commentary, and forensic-like devices; reality formats normalize social roles by comparing and evaluating competing life models under controlled conditions; game shows normalize “common sense,” gender scripts, regional identity, and national cultural knowledge by turning them into repeatable entertainment. The article concludes that genre is not a neutral shell for content: it is the very mechanism through which entertainment media convert selective social meanings into habitual public common sense. [2]

Keywords: normalization; social narratives; genre mechanisms; talk show; reality TV; game show; entertainment media; Ukraine; framing; tabloidization.

Постановка проблеми

Розважальні медіа в Україні діють не лише як простір відпочинку, а й як щоденний механізм виробництва “звичного” — того, що аудиторія починає сприймати як нормальне, морально прийнятне або соціально бажане. Це особливо помітно в гібридних форматах, де розвага межує з соціальною терапією, змаганням, моральним арбітражем і культурною освітою. Самі українські мовники описують ці проєкти у подвійній логіці: 1+1 позиціонує «Говорить вся країна» як соціальне токшоу, але водночас розміщує його в рубриці розважальних шоу; «Міняю жінку» прямо заявляє, що “руйнує стереотипи” й “досліджує зміни суспільних норм”; СТБ визначає «Супермаму» як психологічне реаліті з чіткою системою оцінювання; ТЕТ описує «Я люблю Україну» як легку й розважальну форму пізнання країни; Новий канал у «єПитанні» пропонує учасникам розгадувати “логіку сотні українців”. Уже на рівні офіційних самопрезентацій видно, що розважальний формат одночасно виконує пізнавальну, моральну та соціалізувальну функції. [3]

Дослідницьке питання цієї статті формулюється так: якими жанровими механізмами ток-шоу, реаліті-шоу та ігрові програми нормалізують суспільні наративи в сучасних українських розважальних медіа? Під нормалізацією у цій роботі пропонується розуміти повторюване медійне надання вибраним уявленням статусу буденної "норми" через акцентування одних аспектів реальності, їх емоційне закріплення та ритуальне повторення у форматі, що здається природним. Це визначення є робочою синтезою фреймінгу Роберта Ентмана, ритуального підходу Джеймса Кері, української теорії масової комунікації Володимира Різуна та кнузьких розвідок про таблоїдизацію медіакомунікацій. Суспільні наративи — це стійкі сюжетні моделі про "правильну" сім'ю, материнство, гендерні ролі, успіх, регіональну та національну ідентичність, травму, турботу й громадянську поведінку. Жанрові механізми — це не абстрактні теми, а конкретні інструменти формату: роль ведучого, монтажні розриви, експертне коментування, кастинг контрастних персонажів, правила гри, бали, раунди, поліграф, ДНК-тест, сміх, аплодисменти, вибір "народної" відповіді, сентиментальна або конфліктна драматургія. [4]

Огляд літератури

Українська академічна база для такого аналізу є достатньо розгалуженою, хоча не завжди зібраною в одну порівняльну рамку. Для нашого дослідження корисними стали праці Володимира Різуна з теорії масової комунікації, навчальний посібник Віти Гоян та Олеся Гояна з телерадіожурналістики, а також посібник Олега Джолоса «Продюсування в аудіовізуальних медіа», рекомендований до публікації вченою радою ННІЖ у 2024 році. Окремо варто зауважити, що кафедральний і дослідницький контекст телевізійних студій у КНУ нині репрезентує серед інших і професорка Віта Гоян. [6]

У власне жанровому вимірі особливо цінними є тексти, що дозволяють побачити телевізійний формат як сукупність повторюваних виробничих і смислових рішень. У «Наукових записках Інституту журналістики» зафіксовано статтю А. В. Юсипович «Типи програм розважального телебачення України» та працю М. І. Недопитанського «Телевізійне ток-шоу: секрети популярності та виробництва»; у тому ж інституційному полі міститься праця Є. С. Цимбаленка про таблоїдизацію медіакомунікацій. Разом ці джерела важливі тим, що дозволяють поєднати аналіз жанрової організації, виробничої логіки та стилістичних зсувів від інформування до емоційно-видовищної подачі. Симптоматично, що саме «Наукові записки Інституту журналістики» визначаються як провідний фаховий часопис Київської наукової школи журналістики. [7]

В. М. Супрун у статті про сучасні соціальні ток-шоу показує, що формат приваблює аудиторію комбінацією “вічних” тем, реалістичності подій та комунікативного чотирикутника “герой — експерти — ведучий — студійний глядач”; Ірина Пуцята наголошує на естетиці слова і зображення у соціальних ток-шоу та на їх потенційній терапевтичній функції; Олександра Романюк описує реаліті-шоу як окремий жанр телевізійного дискурсу за формальними, функціональними й змістовими критеріями; Г. В. Набокова пропонує дивитися на розважальні програми як на ігрові соціальні практики. Саме ця лінія особливо продуктивна для аналізу ігрових програм, де норма виробляється не через пряму дидактику, а через задоволення від гри. [8]

Огляд літератури показує помітну асиметрію: українські дослідники вже добре описали або соціальні ток-шоу, або реаліті-шоу, або типологію розважальних програм окремо; натомість порівняльний аналіз того, як саме жанр нормалізує суспільні наративи в сучасному українському контексті 2024–2026 років, лишається недостатньо розгорнутим. Додаткового

значення цій лакуні надає платформізація контенту — наприклад, перехід «Говорить вся країна» до YouTube-only моделі — та воєнний контекст виробництва розважальних форматів, який уже відображений у самих офіційних описах програм і кастингів. [9]

Методологія

Емпіричну базу сформовано за принципом цілеспрямованої якісної вибірки. До корпусу внесено ті проєкти, які одночасно відповідають чотирьом критеріям: 1) мають чітку розважальну або гібридну infotainment-позицію в офіційних описах; 2) демонструють відтворювані форматні правила, через які можна простежити механізми нормалізації; 3) мають загальнонаціональне поширення або сильну диджитальну присутність; 4) супроводжуються доступними офіційними метаданими — назвою шоу, сторінкою випуску, датою, каналом, коротким анонсом. За цими критеріями відібрано шість основних кейсів: «Говорить вся країна Online», «Один за всіх», «Міняю жінку», «Супермама», «Хто зверху?», «єПитання на Новому». Для підсилення аналітичного тла використано також офіційні сторінки «Я люблю Україну» як суміжного зразка патріотичного ігрового формату. [10]

Методично робота поєднує жанровий аналіз, фреймінг-аналіз і порівняльний кейс-аналіз. На рівні жанрового аналізу досліджуються правила формату: хто говорить, хто оцінює, хто сміється, хто має останнє слово, як структуровано конфлікт і яким є критерій перемоги або правди. На рівні фреймінгу вивчається, які саме аспекти реальності підсвічуються як головні: вина, турбота, успіх, стереотип, регіональний колорит, “народна” думка, травма, героїзм, сексуальність, самореалізація. На рівні порівняння кейсів відстежується, як різні жанри по-різному перетворюють одні й ті самі соціальні теми на звичні сценарії сприйняття. [11]

Важливим обмеженням є те, що джерельна база складається переважно з офіційних сторінок програм і епізодів, а отже фіксує передусім

задекларовану редакційну логіку та публічну упаковку контенту, а не повні транскрипти або монтажні листи. Водночас саме ця “упаковка” і є суттєвою частиною механізму нормалізації: найменування епізоду, анонс, опис правил, перелік конкурсів або спосіб представлення героїв уже задають рамку інтерпретації до фактичного перегляду. Там, де офіційне повідомлення не називає точну назву епізоду або конкретний сегмент, у статті це спеціально позначено як неуточнене/не вказане в метаданих. [12]

Аналітична частина

Ток-шоу.

У соціальних ток-шоу нормалізація відбувається через поєднання трьох режимів: моральної драми, експертного тлумачення та процедури публічного з’ясування правди. У новому сезоні «Говорить вся країна Online», який стартував 24.04.2026 на YouTube-каналі 1+1, офіційний анонс прямо називає поліграф “ключем до відповідей” у резонансних історіях; перший випуск сезону будується навколо історії про фактичне рабство 19-річного хлопця, а центральне питання формулюється не лише як факт насильства, а як перевірка матері на знання/незнання про це. Другий анонсований епізод переводить сімейне звинувачення у педофілії у площину “що в цій розповіді правда, а що, можливо, вигадка?”. Формат тим самим робить публічне тестування родинної правди легітимним, а інтимний конфлікт — соціально видимим і колективно оцінюваним. Те, що 1+1 одночасно тримає цей проєкт у логіці соціальної місії та в рубриці розважальних шоу, лише підсилює нормалізувальну силу формату: вирішення гострих соціальних проблем подається як доступний, емоційно залучальний і серійний медійний ритуал. [14]

У СТБ-івському «Один за всіх» механізм подібний, але акцент зміщений до більш жорсткого публічного арбітражу. Випуск 13 від 08.06.2025 вибудовується довкола загибелі військового після реабілітації:

сторінка епізоду одразу задає конкуруючі версії провини між матір'ю і дружиною, вводячи глядача не в соціальну проблему війни й травми як таку, а в рамку сімейного звинувачення, де необхідно визначити, хто "довів", хто "наклепав" і чи потрібен ДНК-тест. Таке конструювання робить нормою моральну бінаризацію складної ситуації: навіть коли в основі лежить воєнне поранення й повернення до цивільного життя, сюжет насамперед дисциплінує глядача до вибору сторони, а не до розгляду структурної проблеми. Саме це дуже точно відповідає тезі В. М. Супрун про соціальне ток-шоу як формат, де герой, експерти, ведучий і студійна аудиторія виконують задані ролі в спільному виробництві морального висновку. [15]

У підсумку ток-шоу нормалізує не лише конкретну позицію щодо конкретного героя, а й сам спосіб суспільного судження: істина тут має бути розказана, перевірена, емоційно прожита й зафіксована в студії. З одного боку, це дає голос травмі, насильству, невидимим сімейним конфліктам і правовій безпорадності; з другого — створює спокусу редукувати суспільні проблеми до історії окремої "винної" або "праведної" сім'ї. Саме тут ток-шоу як жанр є особливо сильним механізмом нормалізації: воно не стільки переконує аргументами, скільки встановлює ритуал колективної емоційної юстиції. [16]

Реаліті-шоу.

Якщо ток-шоу нормалізує через публічний розбір, то реаліті нормалізує через контрольований експеримент над життєвими моделями. Це видно вже з офіційних самовизначень. На 1+1 сторінка «Міняю жінку» прямо зазначає, що 16-й сезон дає героїням новий досвід, психологічну трансформацію, "руйнує стереотипи" та "досліджує зміни суспільних норм". У новому сезоні, як розповідає продюсерка, до обміну залучаються мама-поліціянтка, військовослужбовиця, шахтарка, байкерка, жінка, яка

вчиться керувати бойовим дроном, та інші постаті, що прямо вписують сімейне реаліті у воєнний і поствоєнний контекст. Це означає, що норма сімейного життя в сучасному українському реаліті вже не зводиться до хатньої ролі; вона включає волонтерство, військовий досвід, професійну самореалізацію, кризову стійкість і мовно-ціннісні конфлікти. [17]

Показовими є контрастні кейси. У випуску «Міняю жінку» від 27.09.2024 офіційний анонс формулює сюжет відразу як зіткнення “покірної мами” і “мами-лейтенантки”, яка звикла командувати; у випуску від 15.11.2024 — як протиставлення консервативної багатодітної мами та підприємниці, яка “живе тут і зараз”. У кожному разі глядачу пропонується не нейтральне знайомство з двома родинами, а життєвий експеримент із заздалегідь контрастними етичними кодами. Саме правило обміну сім’ями змушує різні моделі побуту, материнства, жіночої автономії та влади в родині конкурувати в межах єдиного наративу. У результаті нормалізується сама ідея, що сімейна норма — це те, що можна протестувати, перебудувати й порівняти на очах у публіки. [18]

У «Супермамі» цей механізм стає ще жорсткішим, бо норма тут не просто порівнюється, а квантифікується. Офіційний опис СТБ визначає проєкт як психологічне реаліті, де мами з кардинально різними поглядами на виховання щотижня оцінюють одна одну за трьома критеріями: виховання дітей, господарність і самореалізація; у фіналі свою оцінку додає ведучий Дмитро Карпачов. Це переводить материнство з приватної сфери у публічно вимірюваний перформанс. Випуск 16 від 23.04.2026 презентує бізнесвумен Олю як “вимогливу маму”, яка прагне виховати “сильних жінок”; випуск 24 від 07.05.2026 обрамлює Ніну як маму, що ставить у центр ментальне здоров’я дитини й розвиває бренд вишиванок, “популяризуючи український продукт”. Такі сюжети свідчать про помітний зсув: нормою в українському реаліті дедалі частіше стає поєднання

турботи, емоційної грамотності, професійної самореалізації та громадянсько-культурної включеності. Але водночас сам формат ієрархізує материнство, перетворюючи його на серійне змагання за символічну першість. [19]

Отже, реаліті-шоу нормалізує соціальні наративи не через вердикт студії, як ток-шоу, а через повторюваний сценарій трансформації: є вихідна роль, є контрастна роль, є тимчасове занурення в чуже життя, є оцінка і є символічний вихід із “уроком”. Саме ця трансформаційна логіка робить реаліті надзвичайно ефективним інструментом повсякденного соціального педагогізму. Вона одночасно розширює репертуар допустимого — наприклад, легітимує жінку-військову або маму, що говорить мовою ментального здоров’я, — і створює нову конкурентну норму, де навіть приватна турбота має бути видовищно доведена перед іншими. [20]

Ігрові програми.

У game-show логіці нормалізація працює ще “м’якше”: через сміх, темп, правила раунду, колективні емоції та винагороду правильності. На офіційному YouTube-каналі «Хто зверху?» формат описано як шоу, що відповідає на запитання, “хто керує планетою — чоловіки чи жінки?”, а конкретні епізоди 14-го сезону будуються як послідовність раундів, де чоловічі й жіночі команди змагаються у словах, швидкості, увазі та дотепності. Уже сама базова рамка формату переводить гендер до грайливої, але стійкої бінарної опозиції, яку можна без кінця відтворювати з новими зірками й конкурсами. Випуск 10 від 04.12.2025 підкреслює, що Дантес “не втомлюється говорити дівчатам компліменти”, а перший раунд полягає у складанні слів “руками й ногами”; отже компетентність, тілесність, комплімент, флірт і суперництво працюють як єдиний атракціон. Гумор тут начебто розряджає конфлікт, але паралельно робить звичним

саме уявлення, що суспільний світ природно організований навколо чоловіче/жіночої дуелі. [21]

У «єПитанні на Новому» механізм інший: тут нормалізується не стільки гендерна бінарність, скільки "народна" відповідь як мірило соціальної очевидності. Офіційні сторінки випусків повторюють формулу про "логіку сотні українців". У випуску 8 від 01.05.2026 команди Хмельниччини й Франківщини мають розгадати, що українці думають про весільні традиції, пенсійні мрії, чоловічі слабкості, розваги з минулого та те, що дорослі роблять на першому побаченні "за версією дітей". У випуску 10 від 29.05.2026 батл чемпіонок і гумористів обертається навколо запитань про те, яку страву чоловіки нібито готують краще за жінок і який спорт є "найсексуальнішим". Цей формат перетворює статистично/колективно уявлену відповідь на нормативний горизонт повсякденного здорового глузду: виграє той, хто краще вгадує не істину, а соціально очікувану, найпоширенішу версію. [22]

У суміжному форматі «Я люблю Україну» ТЕТ ще відвертіше показує, як гра перетворює культурний канон на повсякденну норму. Канал описує шоу як спосіб пізнавати Україну "в легкій і розважальній формі", знову "закохуватися" в її велич і красу, а структура програми — це 6–8 раундів із запитаннями про культуру, політику, традиції та відомих людей. Тут нормалізується вже не побутова відповідь більшості, а національно бажаний набір знань і емоцій: знати "своє", любити "своє" і переживати спільні родинні емоції довкола гри. Порівняно з ток-шоу чи реаліті, це менш конфліктна, зате дуже ефективна форма м'якої культурної стандартизації. [23]

Звідси випливає головний порівняльний висновок: у ток-шоу норма з'являється як моральний вердикт, у реаліті — як модель, що виграла порівняння, а в ігрових форматах — як очевидність, яка приносить радість

упізнавання, сміх і перемогу. Саме тому ігрова програма не є "легковажнішою" за ток-шоу чи реаліті; вона просто нормалізує м'якше, швидше і майже без опору, бо вчить не через повчання, а через задоволення від участі. [24]

Жанр	Програма / епізод	Дата і канал	Короткий кейс	Домінантні механізми	Який наратив нормалізується
Ток-шоу	Говорить вся країна Online, прем'єрний випуск нового сезону; назва першого випуску в анонсі не вказана	24.04.2026, YouTube-канал 1+1	Історія про фактичне рабство 19-річного хлопця; центральне питання — чи знала мати та чи могла врятувати сина	тет-а-тет, резонансний анонс, поліграф, моральне розслідування, експертність	Публічне випробування правди в родині подається як легітимний шлях до справедливості [25]
Ток-шоу	Один за всіх, випуск 13; назва окремого кейсу на сторінці не подана	08.06.2025, СТБ	Загибель військового після реабілітації рамкується як спір між матір'ю та дружиною про провину, з підведенням до ДНК-перевірки	поляризація позицій, ведучий як арбітр, родинна конфронтація, експертна інтрига	Складна воєнна травма переводиться в зрозумілу для масової аудиторії моральну дилему з потребою обрати сторону [26]
Реаліті-шоу	Міняю жінку, "покірна мама" vs "мама-лейтенантка"	27.09.2024, 1+1 Україна	Обмін родинами між героїнями з протилежними моделями влади в сім'ї	контрастний кастинг, правило обміну, занурення в "чуже" життя, урок трансформації	Сімейна норма постає як така, що підлягає тестуванню, перегляду й корекції під тиском іншої моделі [27]
Реаліті-шоу	Супермама, випуск 24 — "мама за ментальне здоров'я"	07.05.2026, СТБ	Учасниця поєднує самостійне материнство, бренд вишиванок та акцент на емоційному	щотижневе оцінювання, три критерії, публічне ранжування, експертний фінальний бал	Материнство нормалізується як публічно вимірюваний баланс турботи, самореалізації та символічно

Жанр	Програма / епізод	Дата і канал	Короткий кейс	Домінантні механізми	Який наратив нормалізується
			розвитку дитини		“правильних” цінностей [28]
Ігрова програма	Хто зверху?, 14 сезон, випуск 10	04.12.2025, Новий канал	Чоловіки й жінки змагаються у швидкісних і кумедних раундах, а флірт і компліменти вбудовано в сам опис випуску	гендерний батл, гумор, зіркові команди, тілесні конкурси, темп і очки	Гендерна бінарність і рольові стереотипи відтворюються як “природна” й весела рамка суспільного світу [29]
Ігрова програма	єПитання на Новому, 5 сезон, випуск 8 — “Франківщина vs Хмельниччина”	01.05.2026, Новий канал	Команди мають розгадати “логіку сотні українців” щодо весільних традицій, пенсії, побачень і чоловічих слабкостей	угадайка більшості, регіональний брендинг, гумор, celebrities, швидкі answers	“Народна” відповідь стає мірилом норми, а регіональна ідентичність — безпечним, ігровим способом конструювання спільності [30]

Суспільні ефекти та етичні межі

Позитивний суспільний ефект розважальних форматів не варто недооцінювати. Соціальні ток-шоу можуть виносити в публічний простір теми, які в інакшому випадку лишалися б замовчаними: насильство, усиновлення, корупцію в дитячих інституціях, сімейні конфлікти, повернення з війни, психологічні наслідки травми. Реаліті-шоу здатні розширювати уявлення про допустимі моделі жіночої ідентичності, материнства, професійної самореалізації та емоційної грамотності. Ігрові формати можуть працювати як м’яка громадянська й культурна педагогіка, особливо коли йдеться про мову, традиції, регіональні відмінності або базові знання про країну. В українському контексті 2024–2026 років це особливо

важливо, бо розважальні формати дедалі частіше включають воєнний досвід, волонтерство, ветеранську й регіональну самопрезентацію в саму структуру гри або трансформації. [31]

Разом із тим саме розважальна упаковка посилює й ризики. Опис таблоїдизації медіакомунікацій стає корисним тут тому, що дозволяє побачити, як емоційна принада, заголовковий шок і спрощення моральної сцени заміщують складні соціальні контексти. Фактично ток-шоу й частина реаліті форматують аудиторію до реакції через бінарності: жертва/винний, покірна/сильна, традиційна/сучасна, “хороша” мама/“неправильна” мама. У такому режимі приватна історія починає візуально й емоційно важити більше, ніж структурні причини — бідність, інституційна слабкість, наслідки війни, недоступність психічної допомоги, гендерна нерівність. [32]

Етичні межі тут окреслюються не лише редакційним смаком, а й фаховими нормами. Кодекс етики українського журналіста вимагає поваги до приватного життя, перевірки автентичності матеріалів, недопущення фальсифікації змісту в редакційній обробці, відокремлення фактів від суджень та збалансованого представлення позицій опонентів. Для розважально-соціальних форматів це означає, що навіть найрейтинговіший конфлікт не дає права перетворювати монтаж, заголовок або експертну репліку на інструмент спотворення реальності. У випадку форматів, що використовують поліграф, ДНК-інтригу або інші “техніки істини”, особливо важливо не підміняти складний процес встановлення фактів видовищним ефектом остаточного вердикту. [33]

Окремої уваги потребує робота з вразливими людьми, насамперед з дітьми та особами з травматичним досвідом. Національна рада прямо застерігала, що медіа, залучаючи до програм дітей із травматичним досвідом, можуть спричинити їхню повторну травматизацію. У ширшому

правовому сенсі чинний Закон України «Про медіа» задає актуальну рамку регулювання й відповідальності суб'єктів медіа. Для розважальних форматів, які працюють на межі соціальної допомоги й атракціону, це означає просту, але вимогливу норму: все, що підсилює глядацьке залучення, має бути зважене на предмет шкоди для героя, а не лише користі для драматургії. [34]

Висновки

Порівняльний аналіз підтверджує, що жанр є не оболонкою, а самим механізмом нормалізації. У сучасних українських розважальних медіа ток-шоу, реаліті-шоу та ігрові програми нормалізують соціальні наративи різними, але структурно повторюваними способами. Ток-шоу роблять це через драматургію викриття, роль ведучого-медіатора, підкріплення експертним словом і процедурою встановлення істини; реаліті-шоу — через відбір контрастних типажів, експериментальне зіставлення життєвих моделей, оцінювання та сюжет трансформації; ігрові програми — через ритуал правильності, колективну радість упізнавання, гумор, celebrity-ефект і зведення різноманіття до "логіки більшості" або до змагального знання культурного канону. [35]

Важливий змістовий результат полягає в тому, що українська норма, яку виробляють розважальні формати 2024–2026 років, уже не тотожна довоєнній телевізійній нормі. Офіційні описи програм показують помітний поворот до наративів справедливості, ментального здоров'я, самостійного материнства, жіночої професійної сили, волонтерства, військового досвіду, регіональної ідентичності та культурної самоповаги. Водночас старі механізми не зникли: гендерна бінарність, змагальне ранжування турботи, приватизація структурних проблем і таблоїдне спрощення конфлікту продовжують відтворюватися, просто в нових тематичних декораціях. [36]

Практичний наслідок цього висновку такий: редакції, продюсери й дослідники мають оцінювати розважальний контент не лише за темами, а передусім за форматною архітектурою. Саме формат відповідає на питання, чи перетвориться суспільно важлива тема на делікатне публічне пояснення, на серійне моральне судилище, на терапевтичний експеримент або на веселу, майже непомітну стандартизацію “народної” відповіді. У цьому сенсі критика розважальних медіа повинна бути жанрово чутливою: одна й та сама тема — скажімо, гендер, материнство або регіональність — працює принципово по-різному в студії викриття, в сімейному обміні чи в телеігровому батлі. [37]

Основні прогалини для подальших досліджень очевидні. По-перше, бракує системних audience studies про те, як саме українська аудиторія інтерналізує або відкидає норми, що пропонуються цими форматами. По-друге, окремого аналізу потребує платформізація телевізійних жанрів — передусім перехід соціального ток-шоу в YouTube-only середовище й зміна темпу, інтимності та кліпової циркуляції його фрагментів. По-третє, перспективним є дослідження виробничих рішень — монтажу, титрування, промо-стратегії, A/B-заголовків, коротких трейлерів — як окремих механізмів нормалізації. По-четверте, потрібна ширша етична дискусія про межі допустимого в розважальному представленні воєнної травми, дитячого досвіду та сімейної конфіденційності. [38]

Список використаних джерел

1. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Електронна бібліотека Інституту журналістики КНУ. URL: https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1 (дата звернення: 09.06.2026).

2. Гоян В. В., Гоян О. Я. Телерадіожурналістика: стандарти, методи, технології. Київ: Інститут журналістики, 2020. URL: https://ktm.journ.knu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Teleradiozhurnalistyka.-Standarty-metody-tekhnolohii_-Posibnyk_-2020.pdf (дата звернення: 09.06.2026).

3. Джолос О. Продюсування в аудіовізуальних медіа. Київ: Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. URL: https://journlib.univ.kiev.ua/method/pam_dzholos.pdf (дата звернення: 09.06.2026).

4. Юсипович А. В. Типи програм розважального телебачення України. Наукові записки Інституту журналістики. URL: https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=268 (дата звернення: 09.06.2026).

5. Недопитанський М. І. Телевізійне ток-шоу: секрети популярності та виробництва. Наукові записки Інституту журналістики. URL: https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1363 (дата звернення: 09.06.2026).

6. Цимбаленко Є. С. Таблоїдизація медіакомунікацій. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50. С. 206–211. URL: https://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?2_S21P03=FILA%3D&2_S21STR=Nzizh_2013_50_42&C21COM=S&I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&S21CNR=20&S21FMT=ASP_meta&S21REF=10&S21STN=1&Z21ID= (дата звернення: 09.06.2026).

7. Супрун В. М. Сучасні соціальні ток-шоу в телевізійному просторі України. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. URL:

https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_3/32.pdf (дата звернення: 09.06.2026).

8. Пуцята І. Естетика слова і зображення у соціальних ток-шоу: український досвід. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2018. doi: 10.23939/sjs2018.01.137. URL: https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/zhurnalistski-nauky/estetyka-slova-i-zobrazhennya-u-socialnyh-tok-shou-ukrayinskyy (дата звернення: 09.06.2026).

9. Романюк О. Реаліті-шоу як особливий жанр телевізійного дискурсу. Південний архів. Філологічні науки. 2017. URL: https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/334 (дата звернення: 09.06.2026).

10. Набокова Г. В. Розважальні програми на українському телебаченні як ігрові соціальні практики. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2013. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/opac/search.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF%2FUk_msshr_2013_19%281%29__17.pdf&P21DBN=UJRN (дата звернення: 09.06.2026).

11. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication. 1993. Vol. 43, Issue 4. P. 51–58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x. URL: https://academic.oup.com/joc/article-abstract/43/4/51/4160153 (дата звернення: 09.06.2026).

12. Carey J. W. A Cultural Approach to Communication. URL: https://web.mit.edu/21l.432/www/readings/Carey_CulturalApproachCommunication.pdf (дата звернення: 09.06.2026).

13. 1+1. Говорить вся країна Online повертається: стало відомо, коли вийде новий сезон. 24.04.2026. URL: https://1plus1.ua/novyny/hovoryt-vsia-

kraina-online-koly-vyide-novyi-sezon-ta-dyvytysia (дата звернення: 09.06.2026).

14. 1+1. Говорить вся країна: сторінка програми. URL: https://1plus1.ua/govorit-vsa-kraina (дата звернення: 09.06.2026).

15. СТБ. Один за всіх 2025. 13 випуск від 08.06.2025. URL: https://www.stb.ua/1zavseh/ru/issue/odyn-za-vsikh-2025-13-vypusk-vid-08-06-2025/ (дата звернення: 09.06.2026).

16. 1+1 Україна. Міняю жінку: сторінка програми. URL: https://1plus1.ua/minyayu-zhinku (дата звернення: 09.06.2026).

17. 1+1 Україна. Міняю жінку: продюсерка про новий сезон і зйомки в умовах повномасштабної війни. 06.09.2024. URL: https://1plus1.ua/minyayu-zhinku/novyny/miniaiu-zhinku-prodiuserka-realiti-shou-rozkryla-podrobytsi-novoho-sezonu-ta-rozpovila-pro-ziomky-v-umovakh-povnomasshtabnoi-viiny-foto (дата звернення: 09.06.2026).

18. 1+1 Україна. Міняю жінку: “покірна мама” та “мама-лейтенантка”. 27.09.2024. URL: https://1plus1.ua/minyayu-zhinku/novyny/miniaiu-zhinku-16-sezon-novyi-vypusk-simiamy-obminiaiutsia-pokirna-mama-ta-leitenantka-yaka-zvykla-komanduvaty-dyvytysia-onlain (дата звернення: 09.06.2026).

19. 1+1 Україна. Міняю жінку: консервативна багатодітна мама і підприємниця. 15.11.2024. URL: https://1plus1.ua/minyayu-zhinku/novyny/miniaiu-zhinku-16-sezon-11-vypusk-simiamy-obminiaiutsia-bahatoditna-mama-i-vpevnena-v-sobi-pidpryiemnytsia (дата звернення: 09.06.2026).

20. СТБ. Супермама: сторінка проєкту. URL: https://www.stb.ua/supermama/ru/ (дата звернення: 09.06.2026).

21. СТБ. Супермама. 11 сезон, 16 випуск від 23.04.2026. URL: https://www.stb.ua/supermama/ru/issue/supermama-11-sezon-16-vypusk-vid-23-04-2026/ (дата звернення: 09.06.2026).

22. СТБ. Супермама. 11 сезон, 24 випуск від 07.05.2026. URL: https://www.stb.ua/supermama/ru/issue/supermama-11-sezon-24-vypusk-vid-07-05-2026/ (дата звернення: 09.06.2026).

23. Новий канал. Хто зверху? 14 сезон, 10 випуск від 04.12.2025. URL: https://zverhu.novy.tv/ru/videos/issue/hto-zverhu-sezon-14-vypusk-10-vid-04-12-2025-dyvytysya-onlayn/ (дата звернення: 09.06.2026).

24. Офіційний YouTube-канал «Хто зверху?»: опис формату. URL: https://www.youtube.com/%40Khto_zverkhu/about (дата звернення: 09.06.2026).

25. Новий канал. єПитання на Новому. 5 сезон, 8 випуск від 01.05.2026. URL: https://novy.tv/ua/yepytannya-na-novomy/videos/issue/ye-pytannya-na-novomu-5-sezon-8-vypusk-dyvytysya-onlayn/ (дата звернення: 09.06.2026).

26. Новий канал. єПитання на Новому. 5 сезон, 10 випуск від 29.05.2026. URL: https://novy.tv/ua/yepytannya-na-novomy/videos/issue/ye-pytannya-na-novomu-5-sezon-10-vypusk-dyvytysya-onlayn/ (дата звернення: 09.06.2026).

27. ТЕТ. Я люблю Україну: сторінка проєкту. URL: https://tet.tv/ya-lyublyu-ukrayinu (дата звернення: 09.06.2026).

28. ТЕТ. Зіркові батли та багато любові до України: коли дивитися новий сезон шоу “Я люблю Україну” на ТЕТ. 30.09.2025. URL: https://tet.tv/ya-lyublyu-ukrayinu/novyny/zirkovi-batli-ta-bagato-lyubovi-do-ukraini-koli-divitisya-noviy-sezon-shou-ya-lyublyu-ukrainu-na-tet (дата звернення: 09.06.2026).

29. Комісія з журналістської етики. Кодекс етики українського журналіста. URL: https://cje.org.ua/ethics-codex/ (дата звернення: 09.06.2026).

30. Верховна Рада України. Про медіа: Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/2849-20 (дата звернення: 09.06.2026).

31. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. Медіапросвіта: як в умовах війни уберегти дітей від шкідливої інформації в медіа. 07.03.2024. URL: https://webportal.nrada.gov.ua/mediaprosvita-yak-v-umovah-vijny-uberegty-ditej-vid-shkidlyvoyi-informatsiyi-v-media/ (дата звернення: 09.06.2026).

References

1+1 (n.d.), "Hovoryt vsia kraina", available at: https://1plus1.ua/govorit-vsa-kraina (Accessed 9 June 2026).

1+1 (2026), "Hovoryt vsia kraina Online returns: the new season release date has been announced", available at: https://1plus1.ua/novyny/hovoryt-vsia-kraina-online-koly-vyide-novyi-sezon-ta-dyvytysia (Accessed 9 June 2026).

1+1 Ukraina (n.d.), "Miniaiu zhinku", available at: https://1plus1.ua/minyayu-zhinku (Accessed 9 June 2026).

1+1 Ukraina (2024), "Miniaiu zhinku: the producer reveals details of the new season and filming during the full-scale war", available at: https://1plus1.ua/minyayu-zhinku/novyny/miniaiu-zhinku-prodiuserka-realiti-shou-rozkryla-podrobytsi-novoho-sezonu-ta-rozpovila-pro-ziomky-v-umovakh-povnomasshtabnoi-viiny-foto (Accessed 9 June 2026).

1+1 Ukraina (2024), "Miniaiu zhinku: submissive mother and lieutenant mother", available at: https://1plus1.ua/minyayu-zhinku/novyny/miniaiu-zhinku-16-sezon-novyi-vypusk-simiamy-obminiaiutsia-pokirna-mama-ta-leitenantka-yaka-zvykla-komanduvaty-dyvytysia-onlain (Accessed 9 June 2026).

1+1 Ukraina (2024), "Miniaiu zhinku: conservative mother of many children and entrepreneur", available at: https://1plus1.ua/minyayu-

zhinku/novyny/miniaiu-zhinku-16-sezon-11-vypusk-simiamy-obminiaiutsia-bahatoditna-mama-i-vpevnena-v-sobi-pidpryiemnytsia (Accessed 9 June 2026).

Carey, J.W. (n.d.), "A cultural approach to communication", available at: https://web.mit.edu/21l.432/www/readings/Carey_CulturalApproachCommunication.pdf (Accessed 9 June 2026).

Commission on Journalistic Ethics (n.d.), "Code of ethics of the Ukrainian journalist", available at: https://cje.org.ua/ethics-codex/ (Accessed 9 June 2026).

Dzholos, O. (2024), *Prodiusuvannia v audiovizualnykh media* [Producing in audiovisual media], Navchalno-naukovyi instytut zhurnalistyky, Kyiv, Ukraine, available at: https://journlib.univ.kiev.ua/method/pam_dzholos.pdf (Accessed 9 June 2026).

Entman, R.M. (1993), "Framing: toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication*, vol. 43, no. 4, pp. 51–58, doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x, available at: https://academic.oup.com/joc/article-abstract/43/4/51/4160153 (Accessed 9 June 2026).

Hoian, V.V. and Hoian, O.Ya. (2020), *Teleradiozhurnalistyka: standarty, metody, tekhnolohii* [TV and radio journalism: standards, methods, technologies], Instytut zhurnalistyky, Kyiv, Ukraine, available at: https://ktm.journ.knu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Teleradiozhurnalistyka.-Standarty-metody-tekhnolohii_-Posibnyk_-2020.pdf (Accessed 9 June 2026).

Khto zverkhu! Official YouTube Channel (n.d.), "About", available at: https://www.youtube.com/%40Khto_zverkhu/about (Accessed 9 June 2026).

Nabokova, H.V. (2013), "Entertainment programs on Ukrainian television as game social practices", *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, available at: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/opac/search.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLO

AD=1&Image_file_name=PDF%2FUk_msshr_2013_19%281%29__17.pdf&P21DBN=UJRN (Accessed 9 June 2026).

National Council of Television and Radio Broadcasting of Ukraine (2024), "Media literacy: how to protect children from harmful information in the media during war", available at: https://webportal.nrada.gov.ua/mediaprosvita-yak-v-umovah-vijny-uberegty-ditej-vid-shkidlyvoyi-informatsiyi-v-media/ (Accessed 9 June 2026).

Nedopytanskyi, M.I. (n.d.), "Television talk show: secrets of popularity and production", *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, available at: https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1363 (Accessed 9 June 2026).

Novyi Kanal (2025), "Khto zverkhu?, season 14, episode 10 of 4 December 2025", available at: https://zverhu.novy.tv/ru/videos/issue/hto-zverhu-sezon-14-vypusk-10-vid-04-12-2025-dyvytysya-onlayn/ (Accessed 9 June 2026).

Novyi Kanal (2026), "Ye pytannia na Novomu, season 5, episode 8 of 1 May 2026", available at: https://novy.tv/ua/yepytannya-na-novomy/videos/issue/ye-pytannya-na-novomu-5-sezon-8-vypusk-dyvytysya-onlayn/ (Accessed 9 June 2026).

Novyi Kanal (2026), "Ye pytannia na Novomu, season 5, episode 10 of 29 May 2026", available at: https://novy.tv/ua/yepytannya-na-novomy/videos/issue/ye-pytannya-na-novomu-5-sezon-10-vypusk-dyvytysya-onlayn/ (Accessed 9 June 2026).

Putsiata, I. (2018), "Aesthetics of word and image in social talk shows: Ukrainian experience", *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika". Seriia: Zhurnalistski nauky*, doi: 10.23939/sjs2018.01.137, available at: https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/zhurnalistski-nauky/estetyka-slova-i-zobrazhennya-u-socialnyh-tok-shou-ukrayinskyy (Accessed 9 June 2026).

Rizun, V.V. (n.d.), *Teoriia masovoi komunikatsii* [Theory of mass communication], Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky KNU, Kyiv, Ukraine, available at: https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1 (Accessed 9 June 2026).

Romaniuk, O. (2017), "Reality show as a special genre of television discourse", *Pivdennyi arkhiv. Filolohichni nauky*, available at: https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/334 (Accessed 9 June 2026).

STB (n.d.), "Supermama", available at: https://www.stb.ua/supermama/ru/ (Accessed 9 June 2026).

STB (2025), "Odyn za vsikh 2025, episode 13 of 8 June 2025", available at: https://www.stb.ua/1zavseh/ru/issue/odyn-za-vsikh-2025-13-vypusk-vid-08-06-2025/ (Accessed 9 June 2026).

STB (2026), "Supermama, season 11, episode 16 of 23 April 2026", available at: https://www.stb.ua/supermama/ru/issue/supermama-11-sezon-16-vypusk-vid-23-04-2026/ (Accessed 9 June 2026).

STB (2026), "Supermama, season 11, episode 24 of 7 May 2026", available at: https://www.stb.ua/supermama/ru/issue/supermama-11-sezon-24-vypusk-vid-07-05-2026/ (Accessed 9 June 2026).

Suprun, V.M. (2021), "Modern social talk shows in the television space of Ukraine", *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriia: Filolohiia. Zhurnalistyka*, available at: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_3/32.pdf (Accessed 9 June 2026).

TET (n.d.), "Ya liubliu Ukrainu", available at: https://tet.tv/ya-lyublyu-ukrayinu (Accessed 9 June 2026).

TET (2025), "Celebrity battles and lots of love for Ukraine: when to watch the new season of Ya liubliu Ukrainu on TET", available at: https://tet.tv/ya-lyublyu-ukrayinu/novyny/zirkovi-batli-ta-bagato-lyubovi-do-ukraini-koli-divitisya-noviy-sezon-shou-ya-lyublyu-ukrainu-na-tet (Accessed 9 June 2026).

The Verkhovna Rada of Ukraine (2022), The Law of Ukraine "On Media", available at: https://zakon.rada.gov.ua/go/2849-20 (Accessed 9 June 2026).

Tsymbalenko, Ye.S. (2013), "Tabloidization of media communications", *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, vol. 50, pp. 206–211, available at: https://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?2_S21P03=FILA%3D&2_S21STR=Nzizh_2013_50_42&C21COM=S&I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&S21CNR=20&S21FMT=ASP_meta&S21REF=10&S21STN=1&Z21ID= (Accessed 9 June 2026).

Yusypovych, A.V. (n.d.), "Types of entertainment television programs in Ukraine", *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, available at: https://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=268 (Accessed 9 June 2026).