

## ХАРАКТЕРНІ РИСИ І КРИТЕРІЇ МОДЕЛІ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ

Наталія Островська

*Запорізький національний технічний університет,  
вул. Жуковського, 64, 69063, м. Запоріжжя, Україна,  
e-mail: n\_ostrowska@ukr.net*

У статті критично осмислено таке поняття, як “формат політичного ток-шоу”, визначено компоненти програм цього жанру, охарактеризовано структурні зв’язки між ними, запропоновано оптимальну модель політичного ток-шоу, узагальнено пропозиції щодо удосконалення програм цього формату.

*Ключові слова:* політичне ток-шоу, формат, модель, структура, інфотейнінг.

Політичні ток-шоу є невід’ємною частиною телевізійного ландшафту більшості країн світу. Активно досліджують суспільне значення політичних ток-шоу (М. Май, О. Віхерт, П. Россол, М. Домке, С. Кеттінг, К. Свенсон, В. Кулик, О. Прасюк); становлення і жанрову специфіку політичного ток-шоу (Б. М. Тімберг, Б. Ерлер, С. Лівнінгстоун, Б. Геблер, Е. Толсон, Х.-Ф. Фолтін, Й. Теншер, А. Дьорнер, Х. Шіха, С. Поцелуєв, А. Варганов, Д. Бондарев, О. Козлова, Н. Вакурова, Л. Московкін, А. Яковець, Е. Гмизіна, Л. Шутяк, Ю. Голодникова, М. Доманська, І. Побєдоносцева, А. Шоріна); маніпуляційні технології політичних ток-шоу (Н. Больц, Е. Могилевська, Г. Почепцов, В. Бабенко, І. Поліщук, Д. Бондарев, Е. Шерман, Н. Санакоєва, Д. Клімуш, М. Михайлова).

Стабільна світова популярність жанру політичного ток-шоу і національні особливості реалізації формату дають значний матеріал для виокремлення типових рис і критеріїв моделі політичних ток-шоу. *Актуальність* дослідження зумовлена необхідністю “ревізії” популярного формату, про що постійно говорять у медіакритичному дискурсі.

*Метою* нашої розвідки є визначення характерних рис моделі сучасних політичних ток-шоу. З огляду на поставлену мету треба виконати такі завдання: визначити компоненти програм цього жанру, охарактеризувати структурні зв’язки між ними, запропонувати оптимальну модель політичного ток-шоу, узагальнити пропозиції щодо удосконалення програм цього формату.

### ***Хід дослідження***

На сьогодні політичними ток-шоу найчастіше називають усі можливі жанрові різновиди ток-шоу, у яких беруть участь політики і обговорюють здебільшого політичні теми. Політичні ток-шоу мають допомагати аудиторії розібратися у вирі подій, вони є важливим каналом політичної інформації (про роль українських політичних ток-шоу див. [11]).

Виникає питання, що вважається “ідеальною моделлю” політичного ток-шоу, якими є характерні особливості цього формату. Зазвичай за основу береться класична

формула жанру ток-шоу (авторство якої приписується Ф. Донах'ю), що ґрунтується на трьох головних складових – харизматичному ведучому, запрошених гостях і аудиторії, що бере активну участь в обговоренні актуальної суспільної проблеми. Визначаючи характеристики формату сучасного політичного ток-шоу, науковці наголошують на значній ролі у структурі жанру універсального компонента інфотейнменту (infotainment, від англ. information і entertainment). Зокрема, російський політолог С. Поцелуєв називає політичні ток-шоу ідеальним типом інфотейнменту, що комбінує функції просвіти і розваги [12, с. 277], німецький дослідник медіа Б. Геблер вважає, що сучасні програми цього жанру відтворюють модель, що представляє собою відхід від реальної політики і спрямованість на розваги [16].

У журналістикознавстві прийнято більш вузьке значення поняття – саме розважальний стиль представлення інформації в новинних матеріалах. Натомість філософи, соціологи і політологи здебільшого використовують цей термін у більш широкому значенні – “як принцип подання будь-якої інформації в ЗМІ, що проходить через усі жанри, стилі й канали і виявляє як свою відмінну рису стирання меж між інформуванням і розважанням медійної публіки” [12, с. 240]. У випадку політичного ток-шоу це орієнтація авторів на видовищність і розважальність інформації.

Попри значну критику політичних ток-шоу за використання елементів розваг, серед західних дослідників поширеною є думка, що “через взаємопроникнення обох сфер політичний зміст може проникати саме в ті кола населення, які б інакше ніколи не переймалися питаннями загального громадського інтересу” [9, с. 188].

Погоджуємось з думкою російської дослідниці В. Зверєвої, що “інфотеймент задає загальну форму, що може бути по-різному заповнена”. Адже “використання прийомів інформаційної розваги саме по собі не визначає ні кінцевий вигляд телевізійного проєкту, ні його якість, тому ідеології, смислові акценти в таких передачах можуть сильно варіюватися” [5].

Суголосні думки висловлює німецький політолог Х. Шиха, аналізуючи критерії оцінки якості політичного дискурсу ЗМІ. Дослідник зауважує, що постановочні моменти подання політичної інформації не є проблемою, “за умови, що форма драматизації з її власною стратегією не спотворює повідомлені факти” та “якщо форма подання не домінує над змістом” [17].

Водночас надмірне захоплення такими елементами в українських програмах, що пояснюється прагненнями до високих рейтингів, часто є прикладом саме домінування форми над змістом (дискусія під акомпанемент джазового піаніста, музичні номери після виступів політиків тощо). Це дає змогу говорити про окремі суспільно-політичні ток-шоу як приклад моделі інфотейнменту.

В українських політичних ток-шоу в різні періоди реалізувалися різні моделі цього формату. Так, на думку медіакритиків, у ток-шоу “Шустер live” та “Велика політика з Євгенієм Кисельовим” ще 2011 р. остаточно сформувалася модель публічної презентації влади [6]. Реалізовувалася вона за допомогою зміни формату програми: надання можливості виступу у першій частині ток-шоу в режимі монологу. Діалогічний, дискусійний формат виносився в окремий блок програм.

Постійне представництво в передачах одних і тих самих політиків та експертів дозволяє говорити про “модель політичного театру”, основною рисою якої є постійний склад основних учасників із визначеними комунікаційними ролями та сприятливими умовами для самопрезентації (див. [17]).

Подібною є модель медіагри, у контексті традицій якої Ю. Голоднікова розглядає українські політичні ток-шоу. На думку дослідниці, “сучасні медіапроекти відтворюють структуру давніх змагальних (агонічних) ігор, заснованих на конфлікті, на протистоянні декількох сторін, що змагаються за “перемогу”” [2, с. 273].

У медійному дискурсі була представлена і модель активного посередника в суспільному діалозі, яка є найбільш характерною для ліберального варіанту комунікації. Наприклад, політичне ток-шоу “Політклуб з Віталієм Портниковим” (ТБі, 2012–2013) – дискусійний майданчик для фахівців, пов’язаних зі сферою політики. Характеристика типових моделей українських політичних ток-шоу потребує окремого дослідження.

Як показує досвід європейського громадського телебачення, дотримання моделі конфлікту й консенсусу, що лежить в основі конструктивної дискусії політичного ток-шоу, теж може мати стабільний успіх. Приклад такої дискусії ми можемо побачити у програмах громадського телебачення, зокрема, німецьких політичних ток-шоу “Beckmann” (ARD), “Anne Will” (Das Erste), “Maybrit Illner” (ZDF), “Hart aber fair” (ARD), “Presseclub” (WDR).

Зважаючи на поліжанровий характер ток-шоу та приналежність до певного різновиду, можуть існувати декілька варіантів “ідеальних” моделей жанру. Проте спробуємо запропонувати узагальнену оптимальну модель сучасного політичного ток-шоу, оскільки вважаємо, що попри різні форми, необхідно з’ясувати основні принципи організації, визначити обов’язкові компоненти програм цього жанру, структурні взаємозв’язки між ними.

За основу візьмемо модель політичного ток-шоу, описану відомим медіакритиком Н. Лігачовою [7], доповнимо її пропозиціями німецьких учених Б. Геблера, Х. Шихи [16; 18], вітчизняних дослідників і медіаекспертів [3; 14] і власними міркуваннями стосовно удосконалення сучасного формату програм.

*Тема* програми повинна стосуватися найактуальнішої проблеми дня, тижня. Необхідно піднімати суспільно важливі питання, а не тільки те, що обговорюється в ЗМІ. Уникати багатотем’я, чітко формулювати проблеми. У класичному прикладі теледискусії при повідомленні про події прагнуть не стільки до обміну емоціями, скільки до розгляду політичних тем по суті. Саме такий розгляд є основою самої концепції програми.

*Головна мета*: описати детально глядачеві актуальну проблему (ситуацію), причини її виникнення і мотиви задіяних у ній осіб, а також спрогнозувати розвиток з точки зору інтересів самого глядача. Щоб кожен громадянин зрозумів, чого йому очікувати, як ситуація стосується особисто його, як задіяні в ній:

- а) політичні персонажі, що перебувають при владі чи в опозиції, за яких він прямо чи опосередковано голосував;
- б) політичні персонажі, що поки не належать до касти обранців народу, зате пропонують деякі альтернативні вирішення проблеми.

Важливим є склад (часто саме рівень запрошених визначає рівень програми) і ролі учасників:

*Ньюзмейкери* презентують політичну позицію і її аргументацію.

Головний ньюзмейкер запрошується відповідно до події, незалежно від приналежності до влади чи опозиції. Залежно від формату запрошується головний опонент.

Поради: змінити класичне “сузір’я” гостей (традиція українських полілогічних програм – презентація позиції політичних сил одними й тими ж особами); відбирати гостей не за принципом “медіазнаменитостей”, а за критерієм компетентності; припинити запрошувати передбачуваних посередностей; керуватися принципами паритетного представництва провідних політичних сил; запрошувати не тільки політиків, а й митців, учених, реформаторів-практиків, представників організованих громадських рухів, створити спільну гостьову базу даних; звужити кількісний склад учасників.

*Експерти* (політично незаангажовані або заангажовані протилежно до ньюзмейкера). Проявляти вимогливість до компетентності учасників та експертів саме в темі, що розглядається. У європейських програмах, на відміну від українських, відсутня традиція запрошувати експертів-“провокаторів” або політиків у ролі експертів з усіх питань. У публіцистичному і науковому дискурсі активно обговорюється зміна ролі інтелектуала в інформаційному суспільстві, місце якого посіли так звані експерти [1; 10; 13]. *Роль*: надавати адекватні оцінки почутого від ньюзмейкера, розставляти акценти.

*Журналісти*. У програмі можуть бути запрошені журналісти, які мають авторитет і представляють медіа, що користуються довірою суспільства. Бажаємо, щоб вони висвітлювали або досліджували питання дискусії та були компетентними в ньому. *Роль*: ставити жорсткі, точні запитання, допомагати глядачам отримати максимум інформації від ньюзмейкера і, якщо необхідно, від експертів. Їхні версії подій можуть перетворитися на “підпитання” дискусії та розмежувати її на блоки.

В українському медійному середовищі тривалий час відбувається дискусія на тему “що і як питати у політиків?” Існує декілька позицій. Одні вважають, що необхідно створювати найбільш дискомфортні умови, ставлячи гострі питання, на які вони можуть і не захотіти відповідати. Інші, вважаючи цей підхід неконструктивним, вимагають серйозних світоглядних дискусій про майбутнє країни, наголошують на тому, що кандидатів необхідно запитувати тільки про програми [3]. Спільним недоліком вітчизняних ток-шоу вважається тривалий пошук відповіді на запитання “Хто винен?”, що здебільшого є ефективним способом провокування видовищного суперконфлікту, не сприяючи пошуку виходу із ситуації.

*Аудиторія* презентує інтереси телеглядачів. Повноваження можуть бути різними: від “вокс популі” до задавання питань. Можлива участь аудиторії в прямих включеннях з майданів різних міст і країн. *Головна вимога* – участь аудиторії в програмі чітко обмежена, аудиторія не повинна підміняти собою експертів, її енергія чітко і грамотно координується ведучим.

Залежно від різновиду може бути присутня внутрішня аудиторія. У сучасних українських щотижневих програмах позиції й аргументи політиків оцінюються глядацьким залом. Проблема демонстрації громадської думки знайшла технічне вирішення через

використання аудиторією студії пультів, що дозволили виводити результати голосування в прямому ефірі на екран. Проте така роль аудиторії все одно вважається відносно пасивною, людей в студії використовують як статистів.

Зворотній зв'язок з телевізійною аудиторією може виконувати такі функції: бути декоративним елементом для створення видимої репрезентативності або мати видимість осмисленості в комунікативному просторі телестудії [12, с. 228]. Як показує досвід українських програм, оформлення суспільної думки в межах передачі може бути різним: поєднання думки аудиторії в студії і онлайн-голосування, озвучування найбільш гострих коментарів з інтернету ("Шустер live"), демонстрація на екрані смс-чату у прямому режимі ("Вечір з Миколою Княжицьким"), демонстрація коментарів глядачів із сторінки Фейсбук на екран у студії, що дає можливість ведучому та експертам відразу реагувати на них ("Політклуб Віталія Портникова").

Вектор уваги в дискусії може бути спрямований як на конфлікт між основними учасниками, так і на дискусію між політиками й аудиторією.

*Ведучий* повинен направляти дискусію так, щоб глядач отримав максимум інформації; справедливо розподіляти час між учасниками.

Головне: енергія й розумова діяльність не тільки аудиторії, а й усіх учасників ток-шоу повинна системно й чітко координуватися ведучим за допомогою чіткого структурування бесіди в рамках теми, проблеми, хронології подій. Цьому контентному структуруванню повинно підпорядковуватися і форматне структурування шоу (блок гостей, блок експертів, блок журі, блок питань-відповідей, блок реплік тощо). Структурування змісту потрібно для того, щоб у студії говорили не всі про все і в результаті ні про що, а обговорювали конкретні питання. Спільна думка науковців, медіаекспертів і журналістів, що намагання учасників вийти за межі пропонованої проблематики, як і полемічні "напади", повинні зупинятися. Структурування формату шоу покликане надати йому видовищність, новизну, відійти від одноманітності всередині дискусії, утримати увагу глядачів. При цьому модератор повинен зберігати певну дистанцію відносно того, що відбувається, і стосовно висловлюваних позицій, контролювати, щоб напруженість полеміки не виходила за рамки комунікативно-етичних норм.

В українських програмах глядач мав можливість бачити різні способи ведення дискусії. Найбільшу критику отримали:

- манера ведучого покладатися виключно на те, що політики самі, сперечаючись і влаштовуючи скандали, кудись виведуть цю суперечку;
- манера запобігання перед гостем і свідоме уникнення будь-яких гострих моментів;
- спосіб, коли модератор активно висловлює свою думку з кожного питання, не акцентуючи увагу на думках і оцінках незалежних експертів.

У результаті таких способів ведення дискусії у глядачів не з'явиться реального розуміння суті обговорюваних проблем.

*Умови успіху ток-шоу:* наявність в голові ведучого логіки теми, варіантів її розвитку, можливостей для провокацій героїв студії; харизма, шарм ведучого, довіра до нього публіки.

На завершення кожного формального блоку програми необхідно мати і контентні проміжні резюме або “гарячі” точки. Ведучий повинен бути дирижером, який не підмінює собою оркестр думок, що висловлюються в телестудії, не маніпулює різними точками зору. Дирижер із цього хаосу думок повинен видобувати мелодію, тобто головну суть проблеми, допомагати учасникам дискусії якомога детальніше презентувати цю суть глядачам, у різних її аспектах і можливих версіях як причин, так і наслідків.

Попри те, що діалог не є завершеною формою спілкування, дуже важливим є фінал дискусії. Адже правильна розстановка акцентів може сприяти тому, щоб глядачі зробили висновки, усвідомили шляхи існування виходу із ситуації, що склалася.

Цікавою є пропозиція О. Довженка стосовно створення ідеального політичного ток-шоу в українських реаліях: комбінувати найкращі риси програм цього жанру. Зокрема, з програми патріарха жанру – “Шустер live” – запозичити шкалу реакції аудиторії та ідею “банку часу”. З “Великої політики з Євгенієм Кисельовим” – жорсткий стиль модераторів. З “Я так думаю з Анною Безулик” – активну участь журналістів і експертів, що отримують багато часу для виступів і роблять програму цікавішою, ніж просто дискусія політиків. Із “Золотої булави” – запрошення визнаних європейських експертів, що знають істинний зміст понять “свобода слова” і “демократія”. З “Української рулетки” – обмеження часу на відповідь двома хвилинами. Об’єднати все це під керівництвом професійного і впевненого в собі ведучого; організувати доступ журналістів і експертів у студію за принципом акредитації, а не відбору за узгодженням з майбутніми героями програми; обмежити ефірний час максимум двома годинами [3].

Висловлюються пропозиції й більш кардинальних змін: експериментувати з форматом: перевести телевізійний формат “талант-шоу” на політичні колії, де політики, що прийшли в шоу, повинні втрачати рейтинги і вибувати, але змагатися вони повинні не в словесних баталіях, а в реальних проектах розвитку держави (Л. Губіна, ведуча 5 каналу) [8].

Громадяни самі пропонують нові форми для народження істини. Новий формат відкритих дискусій Майдан Reload (Перезавантаження) запровадили в Харкові, реалізувавши ідею “ефірів відео-наживо-онлайн-обговорень”. З 5 лютого 2013 року щовівторка в культурному клубі “Інді” починається трансляція інтерактивного дискусійного клубу тривалістю 2,5 години. Тема оголошується у Фейсбук за 5 днів до початку. Доповідачі-експерти не тільки з Харкова, а й з інших міст. Аудиторія і декілька спікерів спілкуються в студії у Харкові, модератори дискусії з ноутбуками і камерами роблять включення спікерів з інших міст і оголошують свіжі коментарі до події з Фейсбуку, великий екран за їх спинами проектує онлайн доповіді. Усе це напряму транслюється по Youtube.

За словами організаторів, це не просто круглий стіл і не просто телеміст. Це своєрідне 3D. Три часи – минуле, сьогоднішнє, майбутнє. Обговорення за 5 днів до події, під час події, після події. Три медіа – обговорення текстами на форумі і в соцмережах, у клубі наживо, через відеочат. Три організатори – правонападники (Інформаційний центр “Майдан Моніторинг”), культутрегері (Незалежний Центр INDIE) і правозахисники (Харківська Правозахисна Група) [15]. Проте, яка б модернізація форми не відбулася, головним залишаються неординарні думки й цікаві точки зору. Головним



принципом обговорення є демонстрація всього спектру думок учасників і погляд на проблему ззовні.

Отже, політичні ток-шоу можуть бути представлені різними моделями, зокрема, інфотейменту, публічної презентації влади, політичного театру, медіагри, активного посередника в суспільному діалозі, дослідження яких ще потребують уваги науковців. На модель сучасного політичного ток-шоу впливають різні чинники: сучасні тенденції представлення політичної інформації, приналежність до певного жанрового різновиду (від чого залежить концепція і структура програми).

Запропонована сукупність характеристик принципів організації дискусії, обов'язкових компонентів програм цього жанру, структурних взаємозв'язків між ними дають можливість змодельовати образ сучасного політичного ток-шоу, який був би цікавий глядачу і задовольнив би професіоналів у середовищі українських медіа. У науковому і професійному середовищі постійно з'являються пропозиції стосовно вдосконалення програм цього формату, які б могли використати виробники для вироблення більш якісного продукту.

Перспективи дослідження: описати різні моделі сучасних політичних ток-шоу, враховуючи особливості національної адаптації формату і тенденцію дифузії жанрів.

#### Список використаної літератури

1. Габермас Ю. Важливо відчувати першим, або Чим відрізняється інтелектуал? [Електронний ресурс] / Юрген Габермас // Незалежний культурологічний часопис "І". – 2006. – № 45. – Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua/n45texts/habermas.htm> (дата звернення до сторінки – 10.04.2013)
2. Голоднікова Ю. А. Политическое токшоу как всеукраинская медиа-игра / Ю. А. Голоднікова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серия "Филология. Социальная коммуникация". – Т. 21 (60). – 2008. – № 1. – С. 268–276.
3. Довженко О. В поисках идеального ток-шоу [Електронний ресурс] / О. Довженко. – Режим доступу : [http://www.mediaport.ua/articles/68542/v\\_poiskah\\_idealnogo\\_tok-shou](http://www.mediaport.ua/articles/68542/v_poiskah_idealnogo_tok-shou) (дата звернення до сторінки – 15.04.2013)
4. Дружина Віталія Кличка на ток-шоу Велика політика заспівала пісню Чом ти не прийшов? [Електронний ресурс] // Кореспондент.net. – 2012. – 10. – 27. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/1413868-druzhina-vitaliya-klichka-na-tok-shou-velika-politika-zaspivala-pisnyu-chom-ti-ne-prijshov> (дата звернення до сторінки – 10.05.2013)
5. Зверева В. "Infotainment" на российском телевидении [Електронний ресурс] / В. Зверева. – Режим доступу : <http://culturca.narod.ru/INFO.htm>; Зручний формат [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2011. – 10. – 14. – Режим доступу : <http://www.osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/3638> (дата звернення до сторінки – 15.05.2013)
6. Лигачева Н. А если по гамбургскому счету? [Електронний ресурс] / Н. Лигачева // Телекритика. – 2006. – 05. – 23. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/nl/print/7027> (дата звернення до сторінки – 10.04.2013)
7. Лубчак В. "Формат політичного ток-шоу себе вичерпав" [Електронний ресурс] / В. Лубчак. – Режим доступу : <http://www.day.kiev.ua/uk/article/media/format-politichnogo-tok-shou-sebe-vicherpav> (дата звернення до сторінки – 20.04.2013)
8. Май М. Медіа-політика в інформаційному суспільстві / Манфред Май ; [пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник] ; за ред. В. Іванова. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. – 286 с.

9. Оксана Забужко: Успішний – той, хто більше вкрав. Який Стус? Який Шевченко? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://tvi.ua/program/2013/07/17/homo\\_sapiens\\_vid\\_17072013](http://tvi.ua/program/2013/07/17/homo_sapiens_vid_17072013) (дата звернення до сторінки – 17.07.2013)
10. Островська Н. В. Роль суспільно-політичних ток-шоу в передвиборчий період // Держава та регіони : науково-виробничий журнал. – Серія: Соціальні комунікації / гол. ред. О. В. Богуславський. – 2010. – № 2. – С. 57–61.
11. Поцелуев С. П. Политические парадиагоги : монографія / С. П. Поцелуев. – Ростов н/Д : Изд-во ЮФУ, 2008. – 392 с.
12. Савчук В. В. Интеллигент. Интеллектуал. Культурал [Электронный ресурс] / В. В. Савчук. – Режим доступа : <http://anthropology.ru/ru/texts/savchuk/kultural.html> (дата звернення до сторінки – 10.07.2013)
13. Свій до свого про своє [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2013. – 02. – 01. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/14846>
14. Щовівторка Майдан Reload (Перезавантаження) – відкриті дискусії з гострих питань [Електронний ресурс] // Майдан. – Режим доступу : <http://maidanua.org/2013/03/schovivtorka-majdan-reload-perezavantazhennya-vidkryti-diskusiji-z-hostryh-pytan/#!/prettyPhoto> (дата звернення до сторінки – 17.04.2013)
15. Gäbler B. “... und unseren täglichen Talk gib uns heute!“ Inszenierungsstrategien, redaktionelle Dramaturgien und Rolle der TV-Polit-Talkshows Herausgeber [Elektronische Ressource] / Bernd Gäbler. – Frankfurt/Main : Otto Brenner Stiftung, 2011. – 149 s. – Regime des Eingangs : [http://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx\\_mplightshop/2011\\_08\\_15\\_AH68\\_Talkshow\\_web.pdf](http://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/2011_08_15_AH68_Talkshow_web.pdf) (дата звернення до сторінки – 17.07.2013)
16. Schicha Ch. Die Theatralität der Politikvermittlung Medieninszenierungen am Beispiel der Wahlkampfkommunikation [Elektronische Ressource] / Christian Schicha. – In: Volker J. Kreyher (Hrsg.): Handbuch Politisches Marketing. Baden-Baden, 2004. – S. 113–128. – Regime des Eingangs : [http://www.schicha.net/fileadmin/user\\_upload/Texte/20050630/kreyerschicha1.pdf](http://www.schicha.net/fileadmin/user_upload/Texte/20050630/kreyerschicha1.pdf) (дата звернення до сторінки – 10.07.2013)
17. Schicha Ch. “Europa“ in politischen Fernsehgesprächssendungen. Eine exemplarische Betrachtung von “Sabine Christiansen“ und “Berlin Mitte“ [Elektronische Ressource] / Christian Schicha. – Regime des Eingangs : <http://schicha.projekt-wfw.de/fileadmin/schicha/Texte/Download/talkbits.pdf> (дата звернення до сторінки – 15.07.2013)

Стаття надійшла до редколегії 10.09.13

Прийнята до друку 08.10.13

## TYPICAL FEATURES AND CRITERIA OF POLITICAL TALK SHOWS MODEL

Natalija Ostrovska

*Zaporizhzhia National Technical University,  
Zhukovsky Str., 64, 69063, Zaporizhzhia, Ukraine,  
e-mail: n\_ostrovska@ukr.net*

In the article the concept “format of the political talk show” is subject to a critical understanding, the components of the programs in this genre are defined, structural links between them are characterized, an



optimal model of a political talk show is suggested, and the suggestions for improving programs of this format are summarized.

*Key words:* political talk show format, model, structure, infotainment.

## **ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ И КРИТЕРИИ МОДЕЛИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТОК-ШОУ**

**Наталья Островская**

*Запорожский национальный технический университет,  
ул. Жуковского, 64, 69063, г. Запорожье, Украина,  
e-mail: n\_ostrovsk@ukr.net*

В статье подвергается критическому осмыслению такое понятие, как “формат политического ток-шоу”, определены компоненты программ этого жанра, охарактеризованы структурные связи между ними, предложена оптимальная модель политического ток-шоу, обобщены предложения по совершенствованию программ этого формата.

*Ключевые слова:* политическое ток-шоу, формат, модель, структура, инфотейнмент.