

УДК 124.2

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТОК-ШОУ: ЦЕЛИ, АРГУМЕНТАЦИЯ, СМЫСЛ¹

Рыскельдиева Л. Т., Коротченко Ю. М., Шапиро О. А.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Российская Федерация.

E-mail: ryskeldieval@gmail.com; yuliyakor03@gmail.com; shapiro.olha@gmail.com

В статье рассматривается жанр политического ток-шоу как одна из форм публицистического формата текста в современной текстовой культуре. Несмотря на популярность междисциплинарных исследований этого явления, авторы полагают, что ток-шоу должно стать предметом именно философского осмысления. Диахроническое исследование ток-шоу позволяет проследить линию формирования жанра от античных публичных политических речей через средневековые диспуты и публичную переписку XIX–XX веков к современной форме ток-шоу. Синхроническое исследование представляет собой жанровый и аргументативный анализ ток-шоу. В результате авторы приходят к выводу, что формально ток-шоу является наследником античной политической риторики, однако содержательно оно существенно отличается от нее: если во всех ранних формах политической публицистики смысл текста заключался в убеждении читателей, формировании у них определенной позиции по обсуждаемому вопросу, то цель ток-шоу – развлечение зрителя, заполнение его свободного времени. И хотя привлекательность ток-шоу обеспечивается как харизмой ведущего, так и специфической ролью зрителя (как собеседника, соавтора и одновременно судьи), оно тем не менее остается за пределами пространства смысла, создавая только его иллюзию.

Ключевые слова: аргументация, полемика, политический диалог, публицистика, публичная коммуникация, смысл, формат текста.

Устав от работы и удобно расположившись у телевизора, зритель оказывается в виртуальном мире, где собралась компания активных и словоохотливых людей. Среди этих людей он находит человека, как бы выражающего ее собственное мнение, представляющего его самого в публичном пространстве виртуальной коммуникации. Этот человек называет вещи теми же именами, находит правильные слова для выражения неартикулированной, недодуманной мысли. Это виртуальное пространство, манящее возможностью «как бы участия», – современное политическое ток-шоу. Что представляет собой жанр ток-шоу с точки зрения смысла, каково его место в огромной массе продуктов средств массовой коммуникации, какую роль оно играет?

¹ Исследование выполнено при поддержке РГНФ, грант № 16-03-00120 «Влияние форматирования на смысл: изменения в текстовой культуре и трансформация коммуникации»

Первая часть слова – «talk» – отсылает к разговору, беседе, вторая – «show» – к представлению или показу, термин «жанр» – к одному из видов литературы или искусства. На первый взгляд, мы имеем дело с новым видом творчества, возникшего в самой гуще межличностной коммуникации и призванного сделать из нее предмет эстетического восприятия. Мы, однако, полагаем, что в случае политического ток-шоу имеет место абберация предполагаемого нами смысла этого события и как результат – трудноопределимый феномен с каким угодно смыслом или вообще без него. Даже будучи продуктом телекоммуникационных технологий, любое событие намеренно публичной речи с максимально широким адресатом, тем более непосредственно касающейся вопросов власти, следует назвать феноменом политического дискурса, имеющего так или иначе обнаруживаемые классические истоки. Отыскание классических истоков феномена и изучение моментов трансформации совокупности первоначальных значений и цели, имевшихся у него, может быть одним из репрезентативных способов рассуждений о смысле.

Античная риторика, которая наряду с философией сыграла значительную роль в становлении самосознания эллинов и формировании основ греческой пайдеи, может считаться таким истоком для любых публичных выступлений и в наши дни. Каковы цель и смысл публичных политических выступлений? Кто может взяться отвечать на эти вопросы? Ответ со всей очевидностью следует ждать от того, кто задает вопрос – от философии, ибо смысл есть то, что в наши дни становится темой размышлений, которая может объединить разрозненные господствующим ныне принципом междисциплинарности философские исследования.

Истоки классической античной риторики мы находим в мастерстве софистов, которые, по выражению А.-И. Марру, совершили в свое время «педагогическую революцию», взявшись учить нетрадиционному виду агона, учить побеждать не на олимпийском поприще, а в споре, в рассуждении, в диалектике. Среди них Протагор – первый учитель *πολιτικῆ τέχνης*, политического искусства как искусства убеждать посредством речи. В эпоху истинного расцвета **политическая публицистика** вступает вместе с Исократом, в деятельности которого софистическая «полиматия» (всезнайство) получила понятное и нужное применение, когда он сознательно и ярко **валюативно**² окрасил ораторское искусство, дал ему ясное ценностное наполнение: «Его красноречие не безразлично к морали; в особенности ему свойственны пафос гражданский и патриотический» [8, с. 126]. Риторика Исократа имела очевидную валюативную действенность, его «Панегирик» остался образцом текста, принадлежащего автору политически зрелому, морально ответственному и граждански активному именно за счет его открытости по отношению к ценностям, героям и целям его Родины, ее возрождению и будущему процветанию. Автор «Панегирика» предельно близко подошел к той позиции, с которой Платон устами Сократа бескомпромиссно

² Валюатив представляет собой обобщающую модель интерпретационной активности коллективного сознания – коллажный конструкт, объединяющий в себе «продукты» интерпретации социального мира коллективным субъектом [3, с. 154]. «Валюативно окрашенный» – это всегда интерпретация, явно выражающая ценностно-целевое и идеологическое отношение.

критиковал софистическое искусство красноречия – к идее блага, призвав ораторов не тратить силы на «судебные залоговые речи», но говорить «о делах, свершение которых освободит и их самих от затруднений, и для других окажется причиной великих благ» [1, с. 459].

Однако, несмотря на это обстоятельство, риторика вообще и политическая риторика в частности так и не получили единодушного одобрения у греческих философов. И Платон, непримиримо судящий о делах и речах с позиций высшего блага, видит в риторике лишь разновидность *κολακείμα* («колакейма») – **угодничества**, обратной стороны истинного искусства. Его Сократ в «Горгии» говорит о двух, можно сказать, типах и двух формах технэ: относящиеся к телу гимнастика и врачевание, а также относящиеся к душе государственное дело и правосудие. Все четыре, в свою очередь, имеют свою перверсию: «за врачеванием, повторяю, прячется поварское угодничество, за гимнастикой, таким же точно образом, – украшение тела: занятие зловерное, лживое, низкое, неблагородное, оно вводит в обман линиями, красками, гладкостью кожи, нарядами и заставляет гнаться за чужой красотой, забывая о собственной, которую дает гимнастика» [10, с. 281]. Риторика-колакейма, как говорил Сократ, «охотится за безрассудством», одурачивает и заманивает его каждый раз «желанным наслаждением», на деле являясь вовсе не искусством-технэ, а лишь его призраком-фантомом. Таким образом, в красноречии нас привлекает ложный блеск, делающий ее фантомом правосудия, тогда как софистика, породившая риторику, является фантомом государственного дела – политики. Не имеет ли эта позиция Сократа силы, проясняющей для нас место и роль всех социальных явлений, которые не могут обойтись без красноречия, не помогает ли нам греческая практика публичной жизни понять смысл нашей?

Современные ток-шоу представляют собой один из ярких примеров использования красноречия в медиасреде. За последнее время их анализу в научной литературе уделялось довольно много внимания.

В отечественной филологии сегодня защищены ряд диссертаций, посвященных ток-шоу: диссертация 2004 года Лариной Е. Г. на тему «Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса», диссертация 2016 г. Ковериной М. С. «Стратегии и тактики жанра телевизионного ток-шоу», диссертация 2016 г. Салихова А. Ю. «Лингвопрагматические особенности дискурса ток-шоу» и пр. Содержательные акценты филологические исследования делают на популярности ток-шоу и его интерактивности, причем популярность жанра обеспечивается в первую очередь социальной остротой поднимаемых проблем и уже только во вторую – мастерством и харизмой ведущего. Среди коммуникативных особенностей жанра отечественный исследователь ток-шоу Е. Ф. Коханов, например, выделяет следующие: 1) ток-шоу представляет собой социально-коммуникативную ситуацию, в рамках которой наблюдается соединение межличностной и массовой коммуникации; 2) межличностная коммуникация при этом является гибкой, максимально приближенной к повседневному общению и 3) при этом в наличии высокий уровень обратной связи с аудиторией [4, с. 55–57]. Отметим, что приближенность к повседневной коммуникации и вовлеченность в

нее аудитории здесь – видимость: публичная коммуникация всегда связана с необходимостью влияния не только на собеседника, но и на аудиторию, а «включенность зрителя» – просто игра, так как в реальности он не участвует в диалоге, но должен переживать этот диалог *как будто* является его участником. Возможность звонков и СМС-сообщений в студию, непосредственное обращение к телезрителям – скорее уловки, нежели реальные признаки участия зрителя в диалоге. Особая роль в ток-шоу отводится фигуре ведущего, и исследования лингвистов зачастую направлены на то, чтобы дать практические рекомендации для ведущих, стремящихся к успеху.

Логические исследования ток-шоу связаны преимущественно с поиском аргументативных ошибок и анализом способов влияния на оппонентов в рамках современной *informal logic*. Речь идет здесь о попытках приложить разработанные в рамках различных направлений неформальной логики образцы идеальной аргументации к эмпирическому материалу публичных дискуссий и выяснить, насколько эти дискуссии способны выдержать «проверку на рациональность» (см., например, статью Е. Н. Лисанюк [7]). Обратим внимание, что специфика жанра ток-шоу и политическая тематика не учитываются авторами; а вот особенности восприятия аргументации при посредничестве телевидения исследуется: например, Л. Лангсдорф указывает на снижение критичности восприятия аргументации при просмотре телепередач по сравнению с восприятием печатного текста или непосредственным участием в аргументативном дискурсе, поскольку телепередачи воспринимаются нами как «всего лишь развлечение» [17, с. 158].

Кроме того, ток-шоу успешно пополняет класс объектов, подлежащих междисциплинарному изучению. С. П. Поцелуев пишет: «Обращает на себя внимание явно междисциплинарный статус темы. Для осмысления политического диалога требуется участие сразу нескольких наук – политологии, лингвистики, логики, риторики, психологии... <...> “политической семиотики” и “политической дискурсологии”» [11, с. 17]. Применение этого подхода, однако, имеет свои методологические риски, среди которых, с одной стороны, фрагментарность эклектичного соединения разных аспектов предмета изучения, с другой – редукционизм как сужение предмета до его отдельного аспекта представляются нам серьезными помехами в деле создания целостного образа сложного социокультурного объекта. Преодолеть эти «подводные камни» междисциплинарности оказывается возможным, включив такой объект в сферу философской рефлексии. Мы полагаем, что рассмотрение ток-шоу как целостного явления в связи с его функцией производства общественно значимых смыслов – дело более существенное, чем попытки привести к общему знаменателю коннотативно различную терминологию и порой плохо коррелирующие между собой подходы в рамках разных научных направлений.

Ток-шоу – один из наиболее популярных сегодня способов организации полемики в публицистическом тексте. При этом публицистику мы понимаем как особый формат публичного текста (т.е. способ организации текста, подразумевающий определенные обстоятельства порождения, коммуникативную ситуацию между автором и адресатом и форму выражения [13]), адресованного

обществу в целом, публике [14]. Публицистический формат предполагает намеренную публичность текста, появляющегося в результате значимых социальных событий, претендующих на трансформацию публичной сферы, написанного на особом языке и выносимого на суд общественности в особой форме – через СМИ, Интернет, посредством открытой публикации; публикуемого (явно или неявно) от лица социальной общности «для ее адептов, против ее врагов и во имя сохранения ее целостности перед лицом внешних вызовов» [14, с. 166].

Использование жанра ток-шоу придает публицистическому формату специфические черты: смена формы текста здесь влечет за собой изменения и остальных базовых параметров формата.

Первое ток-шоу в истории телевидения выходит в 60-х гг. XX в. Жанр возник стихийно из публичного интервью: у Фила Донахью однажды закончились вопросы, и он решил делегировать роль спрашивающего зрителям, находившимся в студии [9]. Однако мы полагаем, что идейным предшественником ток-шоу были не интервью, а различные формы публичных дискуссий: интервью как жанр предполагает одного интервьюируемого, который просто излагает свою точку зрения по поводу предлагаемых вопросов и при этом не имеет полемического характера, что несимметрично с точки зрения выражения позиций и не предоставляет зрителю/читателю выбора между этими позициями. Ток-шоу же предполагают всегда несколько главных персонажей, публично вступающих между собой в полемическое противоборство. По-видимому, куда ближе (нежели интервью) жанру ток-шоу публичные университетские диспуты в Средние века и публичная политическая полемика, которой изобилует пресса XIX–XX веков и которую мы склонны интерпретировать как разновидность публичной переписки.

Средневековый диспут был явлением многогранным, преследующим целый спектр целей – от дидактической до воспитательной. Однако процедура его проведения напоминает нам именно современные ток-шоу, так как диспут имел: а) ведущего (профессора), который объявлял тему диспута заранее и как бы «модерировал» его проведение, б) аудиторию, которая имела возможность задавать вопросы и вступать в полемику, в) как бы «гостя студии» – бакалавра, который должен был отвечать аудитории. На втором этапе диспута ведущий-профессор давал также и свое решение обсуждаемого вопроса [6, с. 214]. И если академическая сторона этой процедуры трансформировалась в современную защиту квалификационных работ, то формальная сторона как раз напоминала знакомые нам развлекательные виды полемики.

Публичная переписка – иная форма того же явления. Только «ведущий» (теперь – редактор издания, на страницах которого ведется полемика) и аудитория как бы остаются в тени, фактически продолжая выполнять свои функции. Реконструируя публичные дискуссии, которыми были наполнены отечественные периодические издания XIX – начала XX века и которые имеют преимущественно политическую окраску [2], мы можем сопоставить их со стенограммой современных ток-шоу (если оставить только содержательные реплики гостей студии, убрав «рамку» диалога, задаваемую ведущим и зрителями) и найти много общего.

Сходство столь различных феноменов – средневекового диспута, публичной переписки и современного ток-шоу – обусловлено совпадением ключевых аспектов базовых параметров формата. Так, обстоятельства порождения текста во всех трех случаях предполагают: 1) наличие спорного тезиса 2) попытку убедить не только (и не столько) оппонента, но аудиторию и 3) публичный интерес к полемике. Коммуникативная ситуация во всех трех случаях ставит адресата полемики перед выбором между защищаемыми позициями: читатель/зритель не может остаться нейтральным, он должен принять одну из сторон. Таким образом, мы полагаем, что античная риторика «прорастает» в ток-шоу через средневековый диспут и публичную полемику XIX века. Однако что происходит с публицистическим форматом в этой исторической трансформации?

Первое, что нам необходимо прояснить, – это причины и цели ток-шоу как специфического жанра публичной политической коммуникации. Синтез причины и цели мы будем называть **«обстоятельствами порождения»**.

Сегодня политические ток-шоу мы можем считать ядром политически активной публичной сферы. Это связано, в первую очередь, с их популярностью, а следовательно, максимальным охватом зрительской аудитории и высоким уровнем эффективности при формировании общественного мнения. Напомним, что журналисты считают популярность этого жанра его существенным признаком. Это в первую очередь связано с полемической формой трансляции информации; как писал У. Липпман, «политика интересна только тогда, когда она оборачивается дракой или сопряжена с проблемной ситуацией. А для того, чтобы сделать политику популярной, проблемные ситуации должны быть найдены, даже если различия в суждениях, принципах или фактах не приводят к стычке между оппонентами» [5, с. 169]. Таким образом, одна из задач ток-шоу – не только развлечение, но и привлечение общественного внимания к политическим проблемам.

Исследуя публичную сферу, где господствуют СМИ, Ю. Хабермас ставит вопрос: «В какой мере она позволяет изменять, новаторски совмещать и критически фильтровать спектр ценностей, тем и доводов, канализированных под внешним влиянием?» [15, с. 43]. Действительно, если мы обратимся к эмпирическому материалу, то какими бы ни были изначально заявленные темы ток-шоу, ключевой вопрос в них всегда оказывается в сфере ценностей: именно в аксиологической терминологии всегда формулируется язык валюатива, на котором принято говорить в рамках публичной политической коммуникации. Именно на нем говорят герои ток-шоу, апеллируя к интерпретации зрителем тех или иных социально-значимых событий и явлений.

Ценности оказываются ядром общественного мнения, формирование которого возможно «благодаря прямому участию в публичной коммуникации» [15, с. 42]. При этом «этично-политическое позиционирование того, как мы хотим жить в качестве членов определенного коллектива, должно быть по крайней мере созвучно с моральными нормами. В основе переговоров должен лежать обмен аргументами» [15, с. 36]. Ясно, что особенно популярными ток-шоу становятся в преддверии социально значимых событий (напр., выборов). Таким образом, ток-шоу представляет собой коммуникативное действие, где в результате аргументации у

массового зрителя якобы должна сформироваться (или закрепиться?) устойчивая позиция по поводу тех или иных общественно значимых вопросов. Здесь мы имеем дело с «двойным дном» коммуникации: на первом уровне перед нами – классическая ситуация публичного спора, когда его участники в форме дискуссии друг с другом представляют аргументы, нацеленные не на оппонента, но на аудиторию; на втором уровне перед нами хорошо отрежиссированная ситуация, в которой заведомо известны выигравшие и проигравшие; в случае непредвиденных поворотов в дискуссии ее направляет в нужное русло ведущий, который может прерывать ее участников, комментировать сказанное ими, задавать провокационные вопросы и пр.

Что касается первого уровня, то хороший пример его исследования на конкретном эмпирическом материале – анализ ток-шоу “К барьеру!”, сделанный Е. Н. Лисанюк [7]. В этой дискуссии «ни одна из сторон не считает ни свою позицию, ни свои аргументы приемлемыми для другой стороны по существу и в качестве доводов» [7, с. 219], что противоречит базовому правилу приемлемости, которое принимают все исследователи аргументации, независимо от их теоретических позиций и предпочтений. Е. Н. Лисанюк в своей статье придерживается прагма-диалектического подхода; мы же сошлемся на П. Рикёра: «хороший аргумент есть тот аргумент, который в идеальном случае будет не только понят, принят за правдоподобный, но и приемлем всеми заинтересованными сторонами» [12, с. 136]. При этом сам Рикёр подчеркивает близость своей позиции к теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса. Однако Е. Н. Лисанюк приходит к выводу, что мы все-таки можем считать дискурс ток-шоу рациональным – в том случае, если мы примем аудиторию как третьего участника дискуссии, все видимые нарушения принципов рациональной аргументации нивелируются, принцип кооперации (закрывающийся в приемлемости аргументации для другой стороны) можно считать соблюденным.

Что касается второго уровня, то здесь все менее прозрачно, но и более тонко с точки зрения используемых аргументативных стратегий. С одной стороны, ведущий (автор) шоу подбирает состав участников теледискуссии соответственно поставленной цели, определяет порядок их выступления и пр. Например, в ток-шоу «Шустер live» от 4.11.2016 мы видим в качестве приглашенных участников – набор «типажей»: блоггер, ветеран, генерал, доброволец АТО, юрист. При этом каждый из них ведет себя соответствующим образом: доброволец АТО постоянно использует «лозунговые слова», генерал неоднократно повторяет фразу «я аргументирую» – хотя аргументов он на самом деле не приводит, блоггер пытается выйти на уровень обобщений и абстракций. Т. е. ведущий шоу подбирает для участия персонажей «валюативной дуги», оцениваемых в рамках валюатива как герои, мученики, иногда – враги. При этом для исследуемого шоу характерно отсутствие реальной дискуссии: мы наблюдаем скорее несколько параллельных монологов, в целом не связанных друг с другом, хотя формально относящихся к общей теме. Обратим внимание на то, что попытки участников полемики чаще всего пресекаются модератором: так, например, в выпуске «Шустер live» от 26.01.2017 Н. Савченко

делает попытки ответить остальным участникам шоу, но ведущая все время пытается перенаправить ее реплики, предлагая другие вопросы для ответа.

Другую стратегию мы встречаем в ток-шоу В. Соловьева «Поединок», однако и там мы можем отметить практически архетипический подбор участников. Например, в шоу от 2.02.2017 участвуют В. Ковтун и С. Кургинян, олицетворяющие собой две полярные позиции по отношению к вопросам, связанным с ситуацией в Украине; такую же оппозицию представляют в шоу от 26.01.2017 С. Кургинян и Г. Амнуэль: их диалог будто инсценирует столкновение острой оголенности современных проблем (Кургинян все время возвращается к проблеме Украины) с романтизацией памяти прошлого (Амнуэль сопоставляет все происходящее с революцией 1917 года).

Псевдоаргументативность и псевдодиалогичность ток-шоу заставляет задаться вопросом: в какой мере манипулирование общественным мнением в результате валюативного влияния на общественное сознание в наши дни является главной целью СМИ, реализуемой с помощью ток-шоу? Не оттесняется ли она на второй план их развлекательным, игровым, постановочным характером?

Развлекательность ток-шоу напрямую связана с ими порождаемой коммуникативной ситуацией. Развлекательная функция ток-шоу реализуется благодаря, с одной стороны, «остроте» тематики и одновременно полемической остроте передачи, а с другой стороны – той роли, которая отводится зрителю. Эта роль двояка: зритель является «как бы» участником дискуссии – «безмолвным партнером по диалогу, в лучшем случае предлагающим альтернативы “в своей голове”» [17, с. 159]; но и одновременно судьей, стоящим «над» участниками коммуникативного процесса.

Роль судьи оказывается для зрителя эмоционально привлекательной и при этом не требует от него интеллектуальных или эмоциональных затрат. Она может быть явной (например, в ток-шоу «К барьеру!» победитель в споре определяется путем зрительского sms-голосования) или не явной, но в любом случае зритель, смотрящий ток-шоу, оценивает его с позиций своей валюативной картины мира. Т. е. обычно в самом ток-шоу не выносятся окончательных вердиктов: акт завершения коммуникации должен совершить зритель, который принимает решение, кто из политиков был более убедителен. Это решение – не плод рациональной аргументации, не результат большей обоснованности позиции одного из гостей шоу. Главным критерием вынесения вердикта является изначальная установка зрителя, т. е. (перефразируя слова У. Эко) понимание идеологических структур ток-шоу зависит от идеологических пристрастий зрителя, а определенная идеологическая установка зрителя может привести или к восприятию, или, наоборот, к полному невосприятию идеологических структур этой передачи [16, с. 45]. Однако в таком случае судья оказывается в некотором смысле соавтором – если не автором! – текста, т. к. именно он вкладывает определенный смысл в дискурс политического диалога в рамках ток-шоу.

Именно здесь кроется сущность трансформации публицистического формата от античных речей через диспуты и публичные споры к ток-шоу. Античный оратор произносит речь с целью побудить слушателей к некоторому действию или

изменить (возможно – сформировать) их точку зрения по тому или иному вопросу; публичная переписка старается привлечь внимание общественности к социально-значимым вопросам и склонить читателя к той или иной позиции, но в обоих случаях смысл публичного выступления – в убеждении. Ток-шоу же оказывается «вырожденным» отпрыском публицистического формата: не убеждая, не формируя позицию, оно развлекает и заполняет собой пустоту, т. е. оказывается в пространстве «квазисмыслов». Шоу – это и не искусство, и не политика; апелляция к рейтингу, учет вкусов и интересов публики – все, что делается «на потребу», здесь не требуют осуждения, так как консьюмеристская интенция выражена явно. Современная «колакейма» здесь – лишь перверсия классического «технэ», которая может использоваться организаторами в своих целях. Достижение ими этой цели есть своеобразная «плата» смотрящих за то, что им показывают, обслуживая и угождая.

Подведем итоги. Мы полагаем, что, не смотря на свое ситуативное происхождение из интервью, ток-шоу является наследником античной риторики, в котором публичность, угодничество и развлекательный характер подчинили себе аргументативные цели. Глядя на этот факт сквозь призму структуры формата, мы видим, что если в античности доминирующую роль играли обстоятельства порождения текста, стержневыми в которых были аргументативные цели античной речи, то теперь на первый план вышла коммуникативная ситуация, в которой зритель чувствует себя «как бы участником» и одновременно «как бы судьей». Этот перекосяк, нехарактерный для античной риторики, ставит ток-шоу в особое положение среди других публицистических текстов, задачами которых (как и всего СМИ) принято сегодня считать формирование общественного мнения. Ток-шоу не способно сформировать позицию зрителя; оно отмежевывается от смысла, служит для заполнения пустоты и с помощью иллюзии создает ощущение отвлеченности от бессмысленности.

Список литературы

1. Исократ. Панегирик / Исократ // Хрестоматия по античной литературе для вузов в 2-х томах. Том 1. Греческая литература / сост. Дератани Н.Ф. и Н.А. Тимофеева. – М.: Просвещение, 1965. – С. 459.
2. История русской журналистики XVIII–XIX веков / под ред. Западова А. В. – М.: Высшая школа, 1973. – URL: <http://evartist.narod.ru/text3/01.htm>
3. Коротченко Ю. М. Валюативное моделирование коллективного сознания / Ю. М. Коротченко // Философия науки и техники. – 2016. – Т. 21. – № 1. – С. 152–168.
4. Коханов Е. Ф. Политические ток-шоу: диалогичность и интерактивность? / Е. Ф. Коханов // Вопросы теории и практики журналистики. – 2013. – Т. 4. – № 1. – С. 50–59.
5. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман; пер. с англ. Т. В. Барчуновой. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
6. Лисанюк Е. Н. Средневековый диспут / Е. Н. Лисанюк // Логико-философские штудии. – 2006. – № 4. – С. 212–227.
7. Лисанюк Е. Н. Является ли политическая дискуссия аргументативной? (На материале ток-шоу «К барьеру») / Е. Н. Лисанюк // Мысль: Аргументация: Сб. статей / под ред. А. И. Мигунова, Е. Н. Лисанюк. – СПб.: Издательство С.-Петербург. ун-та, 2006. – С. 218–229.
8. Марру А. И. История воспитания в античности (Греция) / А. И. Марру ; пер. с франц. А. И. Любжина – М.: Греко-латинский кабинет Ю. А. Шичалина, 1998. – 413 с.
9. Могилевская Э. Ток-шоу на ТВ: происхождение, разновидности, приемы манипулирования / Э. Могилевская // RELGA (Научно-культурологический журнал). – 2006. – №15.(137) [Электронный

ресурс] / Э. Могилевская – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1114&level1=main&level2=articles>

10. Платон. Сочинения в трех томах. Т. I. / Платон ; под общ. ред. А. Ф. Лосева и В. Ф. Асмуса – М.: Мысль, 1968. – 623 с.

11. Поцелуев С. П. Политические парадialogи / С. П. Поцелуев. – Ростов-н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. – 392 с.

12. Рикер П. Справедливое / Рикер П.; пер. с фр. Б. Скурагова, П. Хицкого. Послесловие Э. Шлоссер. – М.: Гнозис, Логос, 2005. – 304 с.

13. Рыскельдиева Л. Т. Текстовая культура как объект историко-философских исследований / Л. Т. Рыскельдиева // Философский журнал. – 2017. – Т. 10. – № 1. – С. 136–153.

14. Рыскельдиева Л. Т., Коротченко Ю. М. Текстовый подход в социальной философии / Л. Т. Рыскельдиева, М. Ю. Коротченко // Эпистемология и философия науки. – 2017. – Том 51. – № 1. – С. 153–170.

15. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: исследования относительно категории буржуазного общества. С предисловием к изданию 1990 года / Хабермас Ю.; пер. с нем. В. В. Иванова. – М.: Весь мир, 2016. – 344 с.

16. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко; пер. с англ. и итал. С. Д. Серебряного. – СПб.: Симпозиум, 2007. – 502 с.

17. Langsdorf L. Dialogue, Distanciation, and Engagement: Toward a Logic of Televisual Communication / L. Langsdorf // Informal Logic. – 1988. Vol 10. – №3. – pp. 151–168.

Ryskeldieva L.T., Korotchenko Y.M., Shapiro O.A. Political Talk-Show: Purposes, Argumentation and Sense // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philosophy. Political science. Culturology. – 2017. – Vol. 3 (69). – № 3. – P. 42–52.

The article considers political talk-show genre as a one of the form of publicistic format in the modern textual culture. Despite the popularity of interdisciplinary studies of this phenomenon (linguistics, psychology, political science, logic etc. are interested in the subject), the authors believe that the talk-show should be the subject of philosophical reflection. The diachronic study of talk-show allows tracing the line of genre formation from ancient public political speeches through medieval disputes and public correspondence of the XIX-XX centuries to the modern form of talk-shows. Synchronous research is a genre and argumentative analysis of talk-shows. The authors conclude that formally talk-show is an ancient rhetoric heir, but it differs significantly from ancient texts: the purpose of the all of the ancient political publicistic texts, medieval disputes and public correspondence was conviction of readers, creation a certain position on the issue under discussion, but talk-show purposes are entertainment of viewer, filling his free time. And although the attractiveness of the talk-show is ensured both by the charisma of an anchorperson and by the specific role of a viewer (as an interlocutor, co-author and at the same time a judge), it nevertheless remains outside the space meaning, but creates only its illusion.

Key words: argumentation, polemics, political dialogue, publicism. public communication, purpose, text format.

References

1. Isokrates. Panegirik [Panegyricus]. Khrestomatiya po antichnoy literature dlya vuzov v 2-kh tomakh. Tom 1. Grecheskaya literature [Anthology on Ancient Literature for Universities in 2 Volumes. Volume 1. Greek Literature] / sost. Deratani N.F. i N.A. Timofeeva. Moscow, Prosveshchenie, 1965, P. 459
2. Istorija russkoj zhurnalistiki XVIII-XIX vekov [History of Russian Journalism of the XVIII-XIX Centuries]. Moscow, Vysshaja shkola, 1973. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/01.htm>
3. Korotchenko Yu.M. Valyuativnoe modelirovanie kollektivnogo soznaniya [Valuative Modeling of Collective Consciousness]. Filosofiya nauki i tekhniki [Philosophy of Science and Techniques]. 2016, T. 21, № 1, pp.152-168.
4. Kokhanov E.F. Politicheskie tok-shou: dialogichnost' i interaktivnost'? [Political Talk Shows: Dialogue and Interactivity?]. Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki [Issues of Theory and Practice of Journalism], 2013, T.4, № 1, pp. 50-59.

5. Lippmann U. Obshchestvennoe mnenie [Public Opinion]. Moscoq, Institut Fonda "Obshchestvennoe mnenie", 2004, 384p.
6. Lisanyuk E.N. Srednevekovyy disput [Medieval Dispute]. Logiko-filosofskie shtudii [Logical and Philosophical Studies], 2006, № 4, pp. 212–227.
7. Lisanyuk E.N. Yavlyaetsya li politicheskaya diskussiya argumentativnoy? (Na materiale tok-shou "K bar'eru") [Is the Political Argument Argumentative? (On the Material of the Talk Show "To the Barrier")] Mysl': Argumentatsiya [Thought: Argumentation]. Sankt-Petersburg, Izdatel'stvo S.-Peterb. un-ta, 2006, pp. 218–229.
8. Marru A.-I. Istoriya vospitaniya v antichnosti (Gretsiya) [History of Education in Antiquity (Greece)], Moscow, «Greko-latinskiy kabinet Yu.A. Shichalina», 1998, 413p.
9. Mogilevskaya E. Tok-shou na TV: proiskhozhdenie, raznovidnosti, priemy manipulirovaniya [Talk Show on TV: Origins, Varieties, Manipulation Techniques]. RELGA(Nauchno-kul'turologicheskij zhurnal) [RELGA (Scientific and Cultural Journal)], 2006, №15. (137). Available at: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1114&level1=main&level2=articles>
10. Plato. Sochineniya v trekh tomakh. T. I. [Works in Three Volumes. Vol.1], Moscow, Mysl', 1968, 623 p.
11. Potseluev S.P. Politicheskie paradialogi [Political Paradialogues] Rostov-on-Don: Izd-vo YuFU, 2008, 392p.
12. Rikoeur P. Spravedlivoe [The Fair]. Moscow, "Gnozis", "Logos", 2005, 304p.
13. Ryskel'dieva L.T. Tekstovaya kul'tura kak ob#ekt istoriko-filosofskih issledovaniy [Textual Culture as an Object of Study in the History of Philosophy]. Filosofskij zhurnal [Philosophical Journal], 2017, T. 10, № 1, pp. 136–153.
14. Ryskel'dieva L.T., Korotchenko Ju.M. Tekstovyy podhod v social'noj filosofii [Textual Approach in Social Philosophy]. Jepistemologija i filosofija nauki [Epistemology & Philosophy of Science], 2017, Tom 5, № 1, pp. 153–170.
15. Habermas Ju. Strukturnoe izmenenie publichnoj sfery: Issledovaniya otnositel'no kategorii burzhuaznogo obshhestva. S predislovиеm k pereizdaniyu 1990 goda [The Structural Transformation of the Public Society. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. With the preface to the 1990 re-issue]. Moscow, «Ves' mir», 2016, 344p.
16. Eco U. Rol' chitatelya. Issledovaniya po semiotike teksta [The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Text]. Sanct-Petersburg, Simpozium, 2007, 502p.
17. Langsdorf L. Dialogue, Distanciation, ade Engagement: Toward a Logic of Televisual Communication / L. Langsdorf // Informal Logic. – 1988. Vol 10. – №3. – pp. 151–168.