

ПОЛІТИЧНІ ТОК-ШОУ ЯК АРЕНА ПОЛЯРИЗАЦІЇ: РИТОРИЧНІ СТРАТЕГІЇ, ЕМОЦІЙНІ НАРАТИВИ ТА ВПЛИВ НА СУСПІЛЬНИЙ РОЗКОЛ

Д. Землянов

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи 4, 61022, Харків
Dan.z.2000.ua@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-7643-5648>

У статті розглядається політичне ток-шоу як особливий медіафеномен, що виступає ареною суспільної поляризації в умовах політичної нестабільності та інформаційної війни. Метою дослідження є аналіз риторичних стратегій, емоційних наративів і дискурсивних механізмів, які використовуються у ток-шоу для конструювання політичних позицій та формування суспільного розколу.

У межах статті акцент робиться на ролі політичних ток-шоу як майданчика, де відбувається інтенсивне зіткнення ідеологій і цінностей через драматизацію конфліктів, персоналізацію політичних процесів та апеляцію до емоційних тригерів. Проаналізовано теоретичні підходи, зокрема теорії встановлення порядку денного, фреймінгу, які пояснюють, як медіа формують інформаційний простір і впливають на когнітивні та емоційні установки аудиторії.

Особлива увага приділена досвіду українських ток-шоу у воєнний період, зокрема прикладам використання бінарних опозицій, стратегій «othering», а також емоційних наративів страху, гніву та гордості, що слугують інструментами медіамобілізації й посилення соціальної фрагментації.

У статті підкреслюється, що такі риторичні практики, попри мобілізаційну функцію, призводять до звуження простору для раціонального діалогу та сприяють посиленню суспільної конфліктності, що має важливі наслідки для демократичних процесів і соціальної згуртованості. Водночас вони формують середовище, де домінують емоційні аргументи, а складні суспільні питання подаються у спрощених дихотомічних схемах.

Акцентується необхідність подальшого дослідження механізмів медіа-впливу задля розвитку інформаційної безпеки та медіаграмотності в суспільстві, зокрема створення освітніх програм, здатних формувати критичне мислення та стійкість громадян до маніпуляцій.

Ключові слова: політичне ток-шоу, поляризація, риторичні стратегії, емоційні наративи, медіадискурс, суспільна мобілізація.

Постановка проблеми. У сучасному світі мас-медіа виконують не лише функцію інформування, але й виступають потужними агентами соціалізації, формування ціннісних орієнтацій та політичних уподобань громадян. З розвитком цифрових технологій та зростанням конкуренції за увагу аудиторії відбувається трансформація форматів подачі інформації: від традиційної аналітики до емоційно насичених і видовищних форм комунікації. Одним із найбільш впливових форматів, що концентрує ці тенденції, є політичне ток-шоу.

В українському медіапросторі після 2014 року, а особливо з початком повномасштабної війни 2022 року, формат політичного ток-шоу зазнав суттєвих змін. Він став інструментом інформаційного спротиву, мобілізації населення та зміцнення національної ідентичності і водночас посилив суспільну поляризацію, ускладнив діалог і підмінив складні політичні дискусії емоційно зарядженими, а досить часто і конфліктними виступами.

У міжнародному досвіді політичні ток-шоу часто розглядаються як чинники, що підсилюють суспільні поділи та конфлікти. Дослідники [8, 11, 13] відзначають, що подібні формати мають схильність до загострення ідеологічних відмінностей, драматизації конфліктів та персоналізації політики, коли увага зміщується від обговорення структурних чи інституційних проблем до протистояння окремих політичних акторів. Така специфіка створює сприятливий ґрунт для маніпуляцій, підміни раціональних аргументів емоційними тригерами та формування спрощених бінарних схем.

Український контекст має власні особливості: поєднання низького рівня довіри до державних інституцій із тривалим досвідом інформаційної війни робить політичні ток-шоу особливо вразливими до конфліктності та використання поляризаційних стратегій. Зростання емоційності та конфліктності ток-шоу обумовлює актуальність дослідження риторичних стратегій і емоційних наративів, які формують політичні позиції та впливають на соціальні ідеології.

У науковому плані проблема полягає в тому, що більшість досліджень українських ток-шоу зосереджується на контенті та тематичному наповненні програм, тоді як питання риторичних стратегій, механізмів емоційного впливу та їхнього впливу на суспільну поляризацію залишаються недостатньо розробленими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Політичні ток-шоу формують простір для політичного дискурсу, одночасно конструюючи й посилюючи соціальні ідеології та колективні ідентичності (Д. Бондарев, Б. Геблер, С. Поцелуєв, Й. Теншер, А. Дьорнер, В. Кулик, М. Май, О. Прасюк, Х. Шиха). Значна кількість досліджень присвячена аналізу риторичних та комунікативних стратегій, які використовуються в ток-шоу для мобілізації аудиторії, формування емоційних наративів та впливу на політичну поляризацію (Д. Сахал, В. Патрушев, Н. Шангареева, І. Поліщук, Е. Могилевська).

Теоретичні рамки статті базуються на концепціях agenda-setting (М. Мак-Комбс, Д. Шоу) для пояснення, як медіа визначають порядок денний суспільних дискусій; теорії фреймінгу (І. Гофман) для аналізу способів подання політичних подій через певні інтерпретаційні рамки; теорії емоційної публічної сфери (П. Лютц) для розуміння ролі емоцій у формуванні публічного дискурсу; критичного дискурс-аналізу (Р. Водак, Т. ван Дейк) для виявлення ідеологічних складових, що приховані у мовних практиках політичних ток-шоу.

Таким чином, існуючі наукові підходи дозволяють розглядати політичні ток-шоу як важливу арену медіаполітичної боротьби, де риторичні стратегії й емоційні наративи не лише відображають, але й формують суспільний розкол, що має вагомі наслідки для демократичних процесів і соціальної згуртованості.

У науковому плані проблема полягає в тому, що більшість досліджень політичних ток-шоу в Україні зосереджується на контенті й тематичному наповненні програм, тоді як питання риторичних стратегій, емоційних наративів та механізмів впливу на суспільну поляризацію залишаються недостатньо розробленими.

Метою даної статті є аналіз політичних ток-шоу як арени поляризації суспільства, зокрема виявлення риторичних стратегій, емоційних наративів та специфіки дискурсивних прийомів, що використовуються для формування певних інтерпретацій соціально-політичних подій. Такий підхід дозволяє оцінити, як медіафеномен ток-шоу впливає на громадську думку та соціальну згуртованість в умовах війни й інформаційної нестабільності.

Виклад основного матеріалу. Історично жанр ток-шоу виник у США в середині XX століття, коли журналіст Філ Донах'ю вперше поєднав інтерв'ю в прямому ефірі з активним залученням студійної аудиторії. Така інтерактивність створила ефект публічного діалогу й водночас заклала основу для драматизації конфліктів. Згодом з'явилися інші формати – «Шоу Опри Уїнфрі», «Larry King Live», які поєднували особисті історії, політичні дискусії та елементи видовищності.

В Україні розвиток жанру умовно поділяють на два етапи. Перший характеризувався поєднанням соціальної та політичної проблематики у форматі публічного обговорення. Другий ознаменувався активним запозиченням західних форматів. Українські ток-шоу перейняли характерні риси західної телевізійної культури: роль ведучого як шоумена, інтерактивність, видовищність і водночас поступово комерціалізувалися. Це зумовило зміщення фокусу від аналітики до емоційності, від складних суспільно-політичних дискусій до драматизації конфліктів.

У сучасних умовах ток-шоу дедалі частіше постають як «арени» зіткнення ідеологій, цінностей та інтересів. Вони не лише відображають суспільні процеси, але й активно їх конструюють, перетворюючи політичну дискусію на видовищну боротьбу за увагу та легітимність. Формат стимулює драматизацію та конфлікт, а не пошук компромісів, що підвищує ризик формування комунікативних «анклавів» – замкнених інформаційних середовищ, де зростає когнітивна упередженість та зменшується готовність чути альтернативні позиції [10].

Структура ефіру часто вибудовується так, щоб підтримувати напругу: теми підбираються з урахуванням потенціалу для конфлікту, запрошуються полярні опоненти, а манера ведення сприяє емоційним вибухам та персональним звинуваченням [19]. У такому форматі медіа не лише інформують, а й активно моделюють суспільну реальність, посилюючи розмежування та стереотипи [18].

Виконуючи функцію публічного видовища, ток-шоу трансформують складні соціальні процеси в драматичний сюжет, де глядач стає емоційно залученим учасником. Ця емоційна участь формує ідентичність і політичні переконання через співпереживання та співучасть у конфлікті.

Зокрема, після початку повномасштабного вторгнення політичні ток-шоу в Україні зазнали глибокої трансформації. Більшість із них зникли з ефіру, а поодинокі спроби повернення виявили кардинально різні підходи до подачі контенту та організації дискусій [2]. Попри ці зміни, ток-шоу зберігають значення важливого інструменту публічного діалогу. В умовах війни їхній вплив на громадську думку визначається передусім вибором риторичних стратегій.

Політичні ток-шоу становлять унікальний тип медіаплатформи, де дискусія розгортається в прямому або квазіпрямому ефірі та орієнтована на масову аудиторію. Вони поєднують елементи журналістського розслідування, дебатів та розважального шоу, створюючи умови як для залучення, так і для маніпуляцій. Роль ток-шоу у конфліктних ситуаціях може бути не лише неконструктивною, але й відверто деструктивною, особливо коли ефірний час використовується для

роздмухування існуючих протиріч [4].

Сучасні дослідження фіксують, що громадяни часто перебільшують рівень поляризації суспільства, сприймаючи його більш розділеним, ніж воно є насправді. При цьому оцінка «інших» груп зазвичай спотворена сильніше, ніж сприйняття власних однодумців [12]. Така особливість суспільного мислення робить політичні ток-шоу чутливим майданчиком для посилення чи зменшення відчуття соціального розколу. Адже медіа здатні забезпечувати доступ до ширшого спектра політичних поглядів, ніж міжособистісні розмови. Водночас механізми вибіркового споживання інформації та безособовий характер комунікації в медіапросторі сприяють закріпленню поляризованих позицій [16].

Саме ця двобічність політичних ток-шоу проявляється у формуванні гострої дилеми між двома протилежними позиціями, що віддзеркалюють глибинні соціальні чи політичні розлами в суспільстві. Така дихотомія візуалізується через чітке протиставлення учасників: «захисників» і «критиків», «героїв» і «опонентів», що підсилює поляризаційний ефект та зміщує увагу аудиторії на конфліктні аспекти публічного дискурсу. Подібна побудова дискусії не лише активує емоції, а й стає інструментом медіамобілізації, посилюючи стратегічну поляризацію через механізми маркування та витіснення «інших».

Для ілюстрації принципів медіамобілізації та емоційного впливу обрано ток-шоу «Новий відлік» – незалежний дискусійний майданчик Суспільного, призначений для обговорення ключових подій сьогодення та перспектив розвитку України. Програма залучає до участі представників громад із різних регіонів, а також топпосадовців і лідерів думок, які у прямому ефірі аналізують головні теми тижня, порушують актуальні питання та шукають шляхи вирішення як локальних, так і національних проблем. Ведучими ток-шоу є Андрій Діхтяренко та Власта Лазур, серед гостей – народні депутати, військові експерти та регіональні лідери думок. Для дослідження обрано випуск від 12 червня 2025 року [3], зосереджений на питаннях безпеки та оборони, що дає можливість проаналізувати механізми медіамобілізації, емоційного впливу та формування суспільної ідентичності.

Цей ефір чітко ілюструє дію класичної теорії встановлення порядку денного (agenda-setting) М. Мак-Комбса та Д. Шоу [15]. Політичні ток-шоу відіграють значну роль оскільки вони висвітлюють найновіші та найгарячіші теми для привернення уваги [9]. Згідно з нею, медіа не нав'язують, що думати, але визначають, про що думати, формуючи ієрархію значущих тем. Протягом програми постійно повторювалися три ключові питання: окупація нових територій Росією, загроза Сумщині та мобілізація в Україні. Використання драматичних формулювань («Російська армія захопила близько 200 км²...», «На кордоні Сумщини зосереджено до 70 тисяч військових...») підсилювало відчуття невідкладності та пріоритетності цих тем, закріплюючи їх у суспільному порядку денному.

Не менш показовим є використання теорії фреймінгу [6, 7], що пояснює, як вибір інтерпретаційних рамок спрямовує когнітивне сприйняття аудиторії. Медіа систематично віддають перевагу одній політичній перспективі на шкоду іншій (це явище називають упередженістю) [5]. Випуск побудований на бінарній опозиції «захисники» (військові, депутати, волонтери) – «скептики» (критики мобілізації та фортифікацій), що підсилювалося як вербально, так і візуально (картами, графічними акцентами, монтажем). Це, своєю чергою, підкреслювало контраст між офіційними та альтернативними оцінками.

Аналіз крізь призму критичного дискурс-аналізу [17] виявляє активне використання політики страху. Відбувається перетин мови та ідеології [1]. Твердження на кшталт «59% громадян бояться окупації свого міста» або «Росія може захопити Лівобережжя до 2026 року» виконували функцію емоційних тригерів, активуючи інстинкт самозбереження та стимулюючи підтримку оборонних рішень. Ця стратегія перегукується з концепцією «емоційних публічних сфер» П. Лютца [14], де публічний дискурс дедалі частіше структурується навколо емоцій, а не лише раціональних аргументів. Емоційно насичений та перебільшений наратив може сприяти формуванню екстремальних поглядів та зменшувати толерантність до протилежних точок зору [8].

Помітною є й стратегія «othering» – виокремлення «своїх» і «чужих», де перші символізують героїзм і патріотизм, а другі – загрозу єдності. Приклади на кшталт «Не може бути 6 мільйонів ухильників» чи «В Ізраїлі діти політиків воюють нарівні зі звичайними солдатами» формують моральний імператив участі в обороні. Важливу роль відіграє й персоналізація політики – фокус на конкретних постатях як символах успіху чи провалу. Згадки про генерала Галушкіна, водночас героя фронту та фігуранта судових процесів, а також активна присутність депутатів надають ефіру драматургійності, переводячи суспільні проблеми в площину особистих історій.

Емоційні наративи ефіру вибудовуються у трьох взаємопов'язаних вимірах: страх, який мобілізує аудиторію через повторювані згадки про загрози та використання соціологічних даних, що фіксують зростання тривожності; гнів, спрямований проти корупції та бюрократичних перепон, що виконує функцію делегітимації опонентів; гордість, яка виступає контрбалансом негативним емоціям, акцентуючи увагу на героїзмі Збройних сил України та волонтерського руху.

Таким чином, «Новий відлік» поєднує класичні й сучасні медіатехніки – від встановлення порядку денного та фреймінгу до політики страху, дихотомічного дискурсу й персоналізації. Це поєднання підвищує емоційну насиченість, водночас посилюючи поляризацію та мобілізаційний ефект.

Отже, концептуалізація політичних ток-шоу як «арени поляризації» дає змогу краще зрозуміти їх роль у сучасному медіапросторі: вони є не лише майданчиком для обміну думками, але й інструментом, здатним або поглиблювати соціальні розколи, або сприяти їх подоланню – залежно від застосованих комунікативних стратегій.

Висновки. Політичні ток-шоу в сучасному українському медіапросторі дедалі частіше виконують функції, що виходять за межі традиційного майданчика для обговорення суспільно важливих тем. Вони перетворюються на потужні інструменти емоційної мобілізації, активно формуючи та посилюючи процеси соціальної поляризації.

Автор показує, як змінилися функції ток-шоу – від аналітичного інформування до інструментів інформаційного спротиву. На прикладі ток-шоу «Новий відлік» автор демонструє конкретні механізми медіамобілізації, драматизації конфліктів та формування ідентичності. Такий детальний кейс-аналіз є цінним внеском, оскільки показує, як теоретичні концепції реалізуються у сучасній українській практиці.

Аналіз риторичних стратегій і емоційних наративів показав, що ток-шоу сприяють конструюванню бінарних опозицій («патріоти» vs. «зрадники») і підвищують рівень суспільної конфліктності через експлуатацію емоцій страху,

гніву та гордості. Внаслідок цього звужується простір для раціонального та конструктивного діалогу, що є необхідною умовою функціонування демократичного суспільства.

Водночас ефіри містять і позитивні емоційні стратегії, що виконують функцію підтримання соціальної стійкості. Зокрема, простежується апеляція до відчуття надії та колективної сили («ми разом зможемо подолати загрози», «суспільство тримається єдиним фронтом»), що знижує рівень тривожності та створює відчуття причетності глядачів до спільної боротьби. Проте психологи застерігають, що постійне використання сильних емоцій як негативних, так і позитивних може призводити до емоційного вигорання, коли аудиторія перестає реагувати на драматичні меседжі. Однак, риторичні практики, орієнтовані на драматизацію конфліктів і персоналізацію політичних протистоянь, посилюють внутрішні розколи та можуть знижувати критичне мислення аудиторії, створюючи сприятливе середовище для маніпуляцій і поляризації.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на комплексний аналіз впливу політичних ток-шоу на довгострокові політичні уподобання громадян і їхню активність. Особливої уваги потребують новітні цифрові платформи та стрімінгові формати, які здатні по-новому впливати на медіаспоживання та політичну соціалізацію населення.

Майбутнє політичних ток-шоу значною мірою залежатиме від їх здатності інтегруватися у цифровий простір та пропонувати нові форми комунікації, що можуть або посилювати, або пом'якшувати суспільні розколи.

Таким чином, дослідження медіадискурсу політичних ток-шоу є стратегічно важливим для розуміння сучасних тенденцій розвитку українського суспільства та побудови ефективних комунікаційних стратегій, спрямованих на подолання соціальної поляризації і зміцнення демократичних інститутів.

Використана література:

Корнієлева, Ю. В. (2022). Політичний дискурс: основні тенденції та підходи. *Записки з романо-германської філології*, 2(49), 189–196. [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2\(49\).268194](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2(49).268194)

Морський, О. (2025). Українські токшоу у 2025 році. Вимирання динозаврів? *Детектор медіа*. <https://detector.media/kritika/article/240867/2025-05-14-ukrainski-tokshou-u-2025-rotsi-vymyrannya-dynozavriv/>

Новий відлік. (2025). Росія почала окупацію нових територій: ЗСУ готові? Сумщина, буферна зона, мобілізація. <https://www.youtube.com/watch?v=0L8zvy2kyHI>

Awais, S., Iqbal, S., Chishti, K. Z., Honey, S., & Tareen, M. K. (2021). Resolving or creating conflicts: A case of TV political talk shows. *Xi'an Shiyou Daxue Xuebao (Ziran Kexue Ban)/Journal of Xi'an Shiyou University, Natural Sciences Edition*, 11(12). <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/WZNTV>

Berrocal-Gonzalo, S., Waisbord, S., & Gómez-García, S. (2023). Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y en la sociedad. *Profesional De La información*, 32(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.22>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press. [https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/1147813/mod_folder/content/0/Frame%20Analysis%20An%20Essay%20on%20the%20Organization%20of%20Experience%20by%20Erving%20Goffman%2C%20Bennett%20Berger%20\(z-lib.org\).pdf?forcedownload=1](https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/1147813/mod_folder/content/0/Frame%20Analysis%20An%20Essay%20on%20the%20Organization%20of%20Experience%20by%20Erving%20Goffman%2C%20Bennett%20Berger%20(z-lib.org).pdf?forcedownload=1)

Goyal, S., & Goyal, M. (2023). Impact of Social/Traditional Media on Political Polarization. *Journal of Student Research*, 12(2). <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v12i2.4296>

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

Kim, Y. (2011). The contribution of social network sites to exposure to political difference: The relationships among SNSs, online political messaging, and exposure to cross-cutting perspectives. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 971–977. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.12.001>

Kubin, E., & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: A systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188–206. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>

Levendusky, M. S., & Malhotra, N. (2016). (Mis)perceptions of partisan polarization in the American public. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 378–391. <https://doi.org/10.1093/poq/nfv045>

Livingstone, S. (2005). On the relation between audience and textual interpretation: An analysis of political talk shows. *Media, Culture & Society*, 27(1), 41–58. <https://doi.org/10.1177/0163443705049994>

Lutz, P. (2005). The Jerry Springer Show as an emotional public sphere. *Media, Culture & Society*, 27(1), 59–81. <https://doi.org/10.1177/0163443705049058>

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>

Mutz, D., & Martin, P. S. (2001). Facilitating communication across lines of political difference: The role of mass media. *American Political Science Review*, 95(1), 97–114. <https://doi.org/10.1017/S0003055401000223>

Wodak, R. (2021). *The politics of fear: The shameless normalization of far-right discourse* (2nd ed.). London: SAGE. <https://doi.org/10.1017/S0047404521000579>

Wodak, R., & Chilton, P. (2005). *A new agenda in (critical) discourse analysis: Theory, methodology and interdisciplinarity*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/dapsac.13>

Wojcieszak, M. E., & Mutz, D. C. (2009). Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement? *Journal of Communication*, 59(1), 40–56. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01403.x>

References:

Korneliaieva, Y. V. (2022). Political discourse: Main trends and approaches. *Zapysky z Romano-Hermans'koi Filolohii*, 2(49), 189–196. [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2\(49\).268194](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2(49).268194)

Morskyi, O. (2025). Ukrainian talk shows in 2025: Extinction of dinosaurs? *Detector Media*. <https://detector.media/kritika/article/240867/2025-05-14-ukrainski-tokshou-u-2025-rotsi-vymyrannya-dynozavriv/>

Novyi vidlik. (2025). Russia has started occupying new territories: Are the Armed Forces ready? Sumy region, buffer zone, mobilization. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=0L8zvvy2kyHI>

Awais, S., Iqbal, S., Chishti, K. Z., Honey, S., & Tareen, M. K. (2021). Resolving or creating conflicts: A case of TV political talk shows. *Xi'an Shiyou Daxue Xuebao (Ziran Kexue Ban)/Journal of Xi'an Shiyou University, Natural Sciences Edition*, 11(12). <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/WZNTV>

Berrocal-Gonzalo, S., Waisbord, S., & Gómez-García, S. (2023). Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y en la sociedad. *Profesional De La información*, 32(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.22>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press. [https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/1147813/mod_folder/content/0/Frame%20Analysis%20An%20Essay%20on%20the%20Organization%20of%20Experience%20by%20Erving%20Goffman%2C%20Bennett%20Berger%20\(z-lib.org\).pdf?forcedownload=1](https://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/1147813/mod_folder/content/0/Frame%20Analysis%20An%20Essay%20on%20the%20Organization%20of%20Experience%20by%20Erving%20Goffman%2C%20Bennett%20Berger%20(z-lib.org).pdf?forcedownload=1)

Goyal, S., & Goyal, M. (2023). Impact of Social/Traditional Media on Political Polarization. *Journal of Student Research*, 12(2). <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v12i2.4296>

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

Kim, Y. (2011). The contribution of social network sites to exposure to political difference: The relationships among SNSs, online political messaging, and exposure to cross-cutting perspectives. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 971–977. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.12.001>

Kubin, E., & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: A systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188–206. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>

Levendusky, M. S., & Malhotra, N. (2016). (Mis)perceptions of partisan polarization in the American public. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 378–391. <https://doi.org/10.1093/poq/nfv045>

Livingstone, S. (2005). On the relation between audience and textual interpretation: An analysis of political talk shows. *Media, Culture & Society*, 27(1), 41–58. <https://doi.org/10.1177/0163443705049994>

Lutz, P. (2005). The Jerry Springer Show as an emotional public sphere. *Media, Culture & Society*, 27(1), 59–81. <https://doi.org/10.1177/0163443705049058>

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>

Mutz, D., & Martin, P. S. (2001). Facilitating communication across lines of political difference: The role of mass media. *American Political Science Review*, 95(1), 97–114. <https://doi.org/10.1017/S0003055401000223>

Wodak, R. (2021). *The politics of fear: The shameless normalization of far-right discourse* (2nd ed.). London: SAGE. <https://doi.org/10.1017/S0047404521000579>

Wodak, R., & Chilton, P. (2005). *A new agenda in (critical) discourse analysis: Theory, methodology and interdisciplinarity*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/dapsac.13>

Wojcieszak, M. E., & Mutz, D. C. (2009). Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement? *Journal of Communication*, 59(1), 40–56. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01403.x>

**POLITICAL TALK SHOWS AS ARENAS OF POLARIZATION:
RHETORICAL STRATEGIES, EMOTIONAL NARRATIVES, AND THEIR
IMPACT ON SOCIAL DIVISION****D. Zemlianov**

V. N. Karazin Kharkiv National University,
4 Svobody Square, 61022, Kharkiv, Ukraine
Dan.z.2000.ua@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-7643-5648>

The article examines political talk shows as a distinctive media phenomenon that functions as an arena of social polarization under conditions of political instability and information warfare. The aim of the study is to analyze the rhetorical strategies, emotional narratives, and discursive mechanisms employed in talk shows to construct political positions and contribute to social division.

The article highlights the role of political talk shows as platforms where ideologies and values collide through the dramatization of conflicts, the personalization of political processes, and appeals to emotional triggers. Theoretical approaches are explored, in particular agenda-setting theory and framing theory, which explain how the media shape the informational space and influence both the cognitive and emotional attitudes of the audience.

Special attention is devoted to the experience of Ukrainian talk shows during wartime, with examples of binary oppositions, strategies of “othering,” and emotional narratives of fear, anger, and pride that serve as tools of media mobilization and intensify social fragmentation.

The article emphasizes that such rhetorical practices, despite their mobilizing function, narrow the space for rational dialogue and foster social conflict, with significant implications for democratic processes and social cohesion. At the same time, they create an environment dominated by emotional arguments, in which complex social issues are simplified into dichotomous schemes.

The need for further research into the mechanisms of media influence is underscored, particularly for the development of information security and media literacy in society, including educational programs designed to strengthen critical thinking and citizens’ resilience to manipulation.

Keywords: political talk show, polarization, rhetorical strategies, emotional narratives, media discourse, social mobilization.

Стаття надійшла до редколегії 04.09.2025
Прийнята до друку 12.10.2025