

УДК 070.1:316.658

DOI: 10.26456/vtfilol/2025.1.136

ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕЛЕДИСКУССИИ В АСПЕКТЕ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ

Н. С. Гегелова, А. В. Мельникова

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва

Статья посвящена анализу особенностей ведения общественно-политических дискуссий на примере ток-шоу «Место встречи» на телеканале НТВ. Авторы исследуют такие способы подачи различных и часто противоположных точек зрения, как манипуляции, уловки и ухищрения. Первостепенная задача заключается выявить влияние политических дискуссий на общественное мнение.

Ключевые слова: дискуссия, ток-шоу, общество, политика, политическая дискуссия, общественное мнение, СМИ, телеканал.

Актуальность исследования определяется возрастающим интересом аудитории к общественно-политическим дискуссиям, поскольку сегодня большая доля эфирного времени на российских телеканалах отводится на освещение международных политических событий и их обсуждение в СМК и на телевидении в том числе. Цель работы состоит в выявлении характерных особенностей ведения общественно-политических дискуссий, направленных на формирование общественного мнения, в анализе роли ведущих и экспертов ток-шоу «Место встречи» на телеканале НТВ.

Жанр общественно-политических теледискуссий рассматривали Ю. И. Долгова [2], Е. В. Рублева [7], А. В. Рязанов [8], Е. В. Ключев [5] и другие. По мнению И. Д. Марлин, роль общественно-политических ток-шоу в сетке вещания возросла после событий 2014 года [6, с. 17]. Основными темами для обсуждения стали: Украина, сложные отношения между США и Россией, а также события, касающиеся внутренней и внешней политики Российской Федерации. Исследователи Е. В. Рублева и А. В. Рязанов определяют цель общественно-политических теледискуссий как формирование проблемно-тематического пространства публичной политики, которые ориентируют аудиторию на понимание политической повестки [8, с. 295]. По мнению Ю. И. Долговой, со стороны аудитории прослеживается высокий спрос на политический контент, интерес к которому заключается в желании разобраться с политической повесткой и сформировать мнение о происходящих геополитических событиях и най-

© Гегелова Н. С., Мельникова А. В., 2025

ти ему подтверждение со стороны экспертов [2, с. 175]. В своем исследовании Е.В. Ключев пишет, что высокий спрос на политический контент замечен не только со стороны аудитории, но и власти, интерес которой заключен в стремлении получить общественное одобрение действующего политического курса [5, с. 243].

В данной статье исследуются теледискуссии в общественно-политическом ток-шоу «Место встречи» на телеканале НТВ в период с 01.09.2019 г. по 31.12.2024. Общественно-политическое ток-шоу «Место встречи» впервые вышло в эфир 29 февраля 2016 года. В каждом выпуске в прямом эфире ведущие и эксперты студии обсуждают самые острые и актуальные политические и общественные темы. Ведущие Андрей Норкин и Иван Трушкин сосредотачиваются на причинах тех или иных событий в стране и мире. Задача общественно-политического ток-шоу заключается в активизации внимания зрителей для восприятия содержания, которое предоставлено на телеэкране в форме живого диалога между лидерами общественного мнения и модераторами (ведущими).

В ходе исследования было просмотрено и проанализировано 200 выпусков программы, проведен сравнительный анализ откликов телезрителей в Telegram-канале на данное ток-шоу. В процессе исследования был использован метод длительного наблюдения с целью понимания динамики взаимодействия участников программы и выявления аспектов их поведения. Описательный метод позволил провести анализ программы и выявить ее специфические черты. Сравнительно-сопоставительный метод был необходим для выявления различий и сходств в восприятии программы среди телезрителей. Социологический метод позволил собрать количественные данные, отражающие мнения участников и отзывы телезрителей, а также определить место ток-шоу в рейтинге программ российского телевидения.

Формат программы «Место встречи» – открытая дискуссия с ведущими. На передачу приглашают не более 15 экспертов из разных сфер. Располагают их по кругу и делят на две группы. Одна выступает «за» обсуждаемую проблему в выпуске программы, другая – «против». Каждый выпуск ток-шоу начинается с небольшого анонса программы, который задает тему обсуждения. Далее следуют вступительные слова ведущих и начинается трансляция видеосюжетов, посвященных теме выпуска. Они состоят из высказываний политиков, а на экране демонстрируются данные официальных источников, например, ВЦИОМа или ведомств (МИД РФ, Администрация Президента РФ и т. д.) По частоте тем в выпусках программы лидирует Украина – 121 выпуск посвящен политике Киева (отношениям с Россией и ЕС); 54 выпуска – США, предвыборной гонке сначала Байдена и Харрис, затем Трампа и Харрис, 34 выпуска – Евросоюзу и его нападкам на Россию [1].

В спектре тем программы также социально-бытовые вопросы, например, «Россияне массово подсели на БАДы и гомеопатию» (эфир от 18 ноября 2024 года). Самым просматриваемым видео, согласно исследованиям *Mediascope*, стало обсуждение Андреем Норкиным и его соведущим Иваном Трушкиным вопроса о запрете квадроберов в России (эфир от 08.10.2024). Видеофрагмент выпуска набрал больше 45 тысяч просмотров.

Дискуссия ведется среди приглашенных экспертов. Частые гости – известные журналисты, политологи и экономисты. Среди них – политолог Геворг Мирзаян, редактор раздела «Общество» интернет-портала «Аргументы и факты» Андрей Сидорчик, телеведущий и политолог Антон Хащенко и т. д.

В ток-шоу «Место встречи» соблюдены основные составляющие жанра, но есть и особенности, отличающие его от других передач подобного формата. В завершении программы ведущие дают возможность всем присутствующим высказаться на тему выпуска и кратко подвести итоги. Последнее слово за собой оставляют ведущие. При этом к концу программы нет победившей стороны и единого мнения по обсуждаемой проблеме.

Сенсационность и срочность – самый частый прием в ток-шоу «Место встречи» [5, с. 15]. На этом, можно сказать, и основан каждый выпуск программы. Например, в первом часе программы этим приемом чаще пользуется Иван Трушкин, который в кадре читает новости и позже переходит к обсуждению внешней политики с экспертами студии. Все новости в его новостном блоке – актуальные, происходящие «здесь и сейчас».

Известно, что теледискуссии способствуют формированию и корректировке общественного мнения [2, с. 175]. Существенно влияет на это не только формат коммуникации, работа ведущего, но и современные формы обратной связи и интерактивные инструменты для ее осуществления, которые сегодня широко используются СМК. Благодаря новым техническим возможностям и развитию интернета, ток-шоу привлекает большее внимания не только потенциальных телезрителей, но и интернет-пользователей. Ток-шоу «Место встречи» использует такие способы интерактивности, как официальный сайт телеканала НТВ, где можно посмотреть фрагменты выпусков, которые прошли в эфире, а также страницы в социальных сетях и мессенджерах («Одноклассники», «Яндекс.Дзен», «Telegram»).

Широкие возможности для интерактива дает платформа «Telegram». У программы есть официальный телеграм-канал, где можно посмотреть выпуски программы и отдельные фрагменты передач по тематике. Кроме того, с декабря 2023 года программа развивает отдельную рубрику – опросы в *Telegram*-канале. На данный момент их количество составляет 130. В программе «Место встречи» телезрителей вовлекают привлекают к участию в обсуждении с помощью интернет-голосования

в *telegram*-канале ток-шоу или на официальном сайте телеканала НТВ. Опросы используются для вовлечения аудитории в интернет-пространство, где сегодня традиционные СМИ, в частности телевидение, пытаются найти свое место.

По данным *Mediascope*, доля телесмотрения общественно-политических ток-шоу с 2020 года выросла от 7 до 12 % [1]. Среди телевизионных программ этой тематики уверенно лидирует общественно-политическое ток-шоу «Место встречи». В феврале 2024 года доля просмотра ток-шоу составила 13 % среди россиян и 17 % – среди москвичей [3]. Можно предположить, что такой рост вызван влиянием масштабных политических событий, а успех общественно-политических дискуссий на российском телевидении обусловлен необходимостью информационного и коммуникационного сопровождения внутренней и внешней политики государства [5, с. 15].

По статистическим данным официального аккаунта программы «Место встречи» в *Telegram*, самым популярным стал опрос: «Считаете ли вы правильным разоблачение культа Сталина» от 02.10.2024. Он собрал 27 тысяч 203 голоса и 4674 комментария. Вторым по популярности стал опрос на тему «Есть ли место в России для сексуальных развлечений?» от 07.10.2024. Он собрал 24 тысячи 230 голосов и 9594 комментария. Исходя из данных, представленных телеканалом на *Mediascope*, прирост новых подписчиков в текущем году составил 2,5 тысячи человек. Это рекорд, учитывая, что обычно прирост составляет всего 20-25 подписчиков. Третье место разделили два опроса: «Как вы считаете, откуда произошел человек?» от 27.09.2024 и «Как вы считаете, нужно ли лишить артистов-иноагентов имущества?» Они собрали по 23 тысячи голосов и 7 тысяч комментариев.

Итак, проведенное исследование позволило выявить специфические черты ведения общественно-политических дискуссий в данной программе. В ток-шоу «Место встречи» на телеканале НТВ:

1) отсутствует четкий вывод в конце программы. Ведущие и гости студии не приходят к единому мнению. Часто программа ориентирована на массовую сублимацию критики, а не на формирование конкретных выводов, подкрепленных аргументами;

2) участники дискуссии, которые являются приглашенными экспертами, часто делятся историями из жизни, что добавляет эмоциональную окраску дискуссии и помогает телезрителям лучше понять обсуждаемые проблемы;

3) связующим звеном ток-шоу являются тематические видеосюжеты, после просмотра которых происходит обсуждение и обмен мнениями экспертов. Дополняют видеоряд графические элементы (таблицы, статистические данные). Это помогает участникам дискуссии аргументировать свои ответы;

4) в названии каждого выпуска программы всегда присутствует знак вопроса. Например, выпуск от 23 октября 2023 года называется «Западные лидеры приравняли Россию к ХАМАС и призвали бороться с обеими угрозами сразу. Смогут ли США угнаться за двумя зайцами?» [4] Вопрос подтверждает наличие проблемной темы, требующей ответы от экспертов. Гости в студии стараются их найти в прямом эфире;

5) в ток-шоу активно используют интерактивные элементы для обратной связи с телезрителями в видео опросов и голосований в телеграм-канале. Это создает возможность для интеграции и консолидации аудитории по всей России и за ее пределами. Новый способ привлечения аудитории отражается и на рейтингах. Еженедельно, по данным *Mediascore*, ток-шоу попадает в топ 100 программ недели.

Сегодня программа явно стремится привлечь аудиторию младше 35 лет, поэтому активно ведет свою страницу в телеграм-канале.

Можно сделать вывод, что ток-шоу «Место встречи» поднимает актуальные политические, экономические, социальные и культурные проблемы. Программа рассчитана на диалог гостей студии. Такой формат публичной дискуссии способен ориентировать население в сложных вопросах и помогать формировать собственное мнение о важных проблемах страны и мира. Однако пока у программы нет четкого формата ведения политической дискуссии, поэтому часто гости в студии и ведущие перебивают друг друга и даже переходят на личности, превращая серьезный разговор в беспорядочные крики.

Список литературы

1. Ачкасова К. Медиапотребление 2024 [Текст: электронный] // Медиаскоп. URL: <https://mediascope.net> (дата обращения: 16.12.2024).
2. Долгова Ю.И. Феномен популярности общественно-политических шоу на российском ТВ осенью 2014 года – весной 2015 года // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 175–176.
3. Доля аудитории каналов в 2024 году [Текст: электронный] // Медиаскоп. URL: <https://mediascope.net/news/2718129/> (дата обращения: 16.12.2024).
4. Западные лидеры приравняли Россию к ХАМАС и призвали бороться с обеими угрозами сразу. Смогут ли США угнаться за двумя зайцами? [Электронный ресурс] // Официальный сайт телеканала НТВ. URL: https://www.ntv.ru/peredacha/Mesto_vstrechi/m52562/o745880 (дата обращения: 18.11.2024).
5. Ключев Е.В. Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публичного политического взаимодействия. Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2016. 263 с.
6. Марлин И.Д. Политические ток-шоу как информационный ресурс в политической системе современной России // Молодежь и наука XXI века. Общество, государство и право в историческом контексте. Красноярск : Красноярский государственный педагогический университет, 2018. С. 15–16.

7. Рублева Е. В. Речевое поведение участников политической теледискуссии // Вопросы филологических наук. 2006. № 3. С. 106–108.
8. Рязанов А. В. Специфика жанра общественно-политического ток-шоу на российском телевидении // Медиа в современном мире. Молодые исследователи. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2019. С. 294–296.

SOCIO-POLITICAL TV DEBATES IN THE ASPECT OF PUBLIC OPINION FORMATION AND AUDIENCE ENGAGEMENT

N. S. Gegelova, A. V. Melnikova

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow

The article is devoted to the analysis of the specifics of conducting socio-political discussions using the example of the talk show "Meeting Place" on the NTV channel. The authors explore ways of presenting different and often opposing points of view, such as manipulation, subterfuge, and subterfuge. The primary task is to identify the impact of political discussions on public opinion.

Keywords: *discussion, talk show, society, politics, political discussion, public opinion, mass media, TV channel.*

Об авторах:

ГЕГЕЛОВА Наталья Сергеевна – доктор филологических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы (117198 Москва, ул. Миклухо-Маклая 6), e-mail: mikhail10001@mail.ru.

МЕЛЬНИКОВА Александра Вадимовна – студент магистратуры кафедры массовых коммуникаций Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы (117198 Москва, ул. Миклухо-Маклая 6), e-mail: sasha.varshavskaya@inbox.ru.

About the authors:

GEGELOVA Natalia Sergeevna – Doctor of Philology, Professor of the Department of Mass Communications at the Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba (6 Miklukho-Maklaya str., 117198 Moscow), e-mail: mikhail10001@mail.ru.

MELNIKOVA Alexandra Vadimovna – Graduate Student at the Department of Mass Communications of the Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba (6 Miklukho-Maklaya str., 117198 Moscow), e-mail: sasha.varshavskaya@inbox.ru.

Дата поступления рукописи в редакцию: 09.02.2025 г.

Дата подписания в печать: 14.03.2025 г.