

Общественно-политические дискуссии на федеральных телеканалах в аспекте формирования общественного мнения

Научный руководитель – Гегелова Наталья Сергеевна

Мельникова Александра Вадимовна

Студент (магистр)

Российский университет дружбы народов, Филологический факультет, Москва, Россия

E-mail: sashavarshavka@gmail.com

В ходе исследования было просмотрено и проанализировано 200 выпусков программы, выходящих в эфир с 01.09.2019 г. по 31.12.2024 [5]. Проведен сравнительный анализ откликов телезрителей в Telegram-канале ток-шоу «Место встречи».

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, другие – «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.

В ток-шоу «Место встречи» соблюдены основные составляющие жанра, но есть и особенности, отличающие его от других передач подобного формата [3]. 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». На этом, можно сказать, и основан каждый выпуск программы [2]. Например, в первом часе программы, в основном, этим приемом 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».

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.

Сегодня программа явно стремится привлечь молодую аудиторию младше 35 лет, поэтому активно ведет свою страницу в телеграм-канале. По данным Mediascope, доля телесмотрения общественно-политических ток-шоу с 2020 года выросла от 7 до 12 % [4]. 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 [1]. 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.

Проведенное исследование позволило выявить специфические черты ведения общественно-политических дискуссий в программе «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 конкретных выводов, подкрепленных аргументами;

2) участники дискуссии, которые являются приглашенными экспертами часто делятся историями из жизни, что добавляет эмоциональную окраску дискуссии и помогает зрителям 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. Наличие знака вопроса подтверждает наличие проблемной темы, требующей ответов 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. Новый способ привлечения аудитории отражается и на рейтингах. Еженедельно, по данным Mediascope, ток-шоу попадает в топ-100 программ недели.

Можно сделать вывод, что ток-шоу «Место встречи» выводит гостей студии на диалог. 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.

Источники и литература

- 1) Ачкасова К. Медиапотребление 2024. // Медиаскоп. URL: <https://mediascope.net>
- 2) Рублева Е.В. Речевое поведение участников политической теледискуссии. // Вопросы филологических наук. - 2006 - № 3. - С. 106–108.
- 3) Рязанов А. В. Специфика жанра общественно-политического ток-шоу на российском телевидении // Медиа в современном мире. Молодые исследователи. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2019. С. 294–296.
- 4) Доля аудитории каналов в 2024 году: <https://mediascope.net/news/2718129/>
- 5) Официальный сайт телеканала НТВ: https://www.ntv.ru/peredacha/Mesto_vstrechi/m52562/o745880