Юлия Игоревна Долгова

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова*

yidolgova@gmail.com

**Интерактивные форматы общественно-политического вещания телеканалов первого и второго мультиплекса**

Рассматривается использование при продюсировании общественно-политического телевещания форматов с интерактивными элементами. Исследование, проведенное в апреле 2024 г., показало, что среди телевизионных продюсеров интерактивные телепередачи не являются востребованным форматом. Подобный контент был найден только на телеканалах ОТР и «Звезда».

*Ключевые слова*: политическая журналистика, общественно-политическое телевещание, интерактивная телепрограмма, интерактивный элемент, телевизионное продюсирование.

Интерактивные форматы считаются перспективной формой общественно-политического телевещания, так как содействуют созданию в телевизионном эфире публичной сферы в духе Ю. Хабермаса, а также способствуют максимальному вовлечению телезрителей в обсуждение общественно-политических проблем [3]. Однако вокруг понятия «интерактивность» применительно к телевидению присутствует ряд проблем. Одни из основных: можно ли применять термин «интерактивность» к телевизионному вещанию, а также что именно считать интерактивным контентом. При самом широком рассмотрении вопроса любую встречу аудитории с телевизионными текстами можно рассматривать как взаимодействие телезрителя и автора.

В данном исследовании мы согласны с исследователями, которые к интерактивным относят все опосредованные виды коммуникаций, в том числе и посредством телевидения [2]. Понятие «интерактивность» в российском научном поле применительно к телевидению впервые серьезно разрабатывала Е. В. Поберезникова, для автора ключевым в этой концепции оказывается взаимодействие коммуникатора со зрителем, которое «может быть реализовано как посредством компьютерных технологий, так и другими способами» [1: 7].

Для того чтобы оценить степень интерактивности, мы вводим такое понятие, как «интерактивный элемент», понимая под ним структурный элемент передачи, направленный на вовлечение обычных зрителей в происходящее в студии. На этапе становления телевидения два основных интерактивных элемента могли быть использованы в процессе продюсирования телевизионного продукта: участие в передаче публики в студии, а также звонки в студию телевизионных зрителей. Оба способа взаимодействия периодически использовались для продюсирования телевизионного контента. По мере развития, широкого распространения и удешевления сетевых коммуникаций и мобильной телефонии в качестве способов опосредованного взаимодействия стали использоваться интернет и смс-голосования, однако разнообразие способов интерактивного взаимодействия не изменило качественно суть опосредованного взаимодействия при помощи телевидения [3].

Для того чтобы выявить, являются ли интерактивные форматы характерными для российского общественно-политического телевещания, было проведено исследование телеканалов первого и второго мультиплекса с 8 по 14 апреля 2024 г. Рассматривалось все эфирное время за исключением ночного (т. е. с 5.00 до 1.00).

Часто к интерактивным форматам относят ток-шоу, с учетом возможности привлечения к участию в них телевизионных зрителей. Исследование показало, что общественно-политические ток-шоу являются распространенным форматов на главных универсальных телеканалах. Они занимают 36,6 % эфирного времени на Первом канале, 34,7 % на телеканале «Россия 1», 14,1 % на телеканале НТВ, 13,3 % на телеканале «Звезда». Общественно-политические ток-шоу выходят также на специализированных телеканалах «Матч», «Культура», «Россия 24», а также на телеканале ТВЦ. Но здесь их нельзя считать ключевым элементом эфирной сетки. Несмотря на большую долю данного вида передач в программной верстке, современные общественно-политические ток-шоу не имеют интерактивных элементов, способствующих вовлечению в разговор публики в студии.

Подлинно интерактивные форматы были найдены лишь на двух телеканалах: ОТР и «Звезда». На телеканале ОТР информационное шоу «Отражение» оказалось основным структурным элементом вещания, его главная особенность – возможность задать вопрос гостю в студии, прокомментировать обсуждение. Интерактивное информационное шоу «Здравствуйте, товарищи!» занимает меньше эфирного времени, но является одним из самых рейтинговых проектов телеканала «Звезда». Интерактивная телепередача не требует больших дополнительных финансовых ресурсов, так как предполагает лишь наличие специального редактора, занимающегося приемом звонков от телевизионной аудитории, но может быть эффектным драматургическим ходом, позволяющим повышать привлекательность телепроекта, а также способствовать решению социально значимых задач.

*Литература*

1. Поберезникова Е. В. Телевидение взаимодействия: интерактивное поле общения. М.: Аспект Пресс, 2004.

2. Bucy E. P. Interactivity in society: Locating an elusive concept // The Information Society. 2004. No 20 (5). P. 373–383.

3. Gulenko P., Dolgova Y. Evolution of interactive elements in socio-political talk shows in post-Soviet Russia // Global Media and Communication. 2021. Vol. 17, No 1. P. 25–43.