

Ток-шоу в системе политической коммуникации

Ольга САВИНА

Политическая коммуникация в современном обществе всё чаще принимает медиапосредованные формы, утрачивая черты рационального диалога и приобретая характер спектакля, рассчитанного на массовое восприятие.

Одним из наиболее ярких проявлений этой тенденции являются общественно-политические ток-шоу на федеральных телеканалах России. Эти форматы программ, обладая высокой степенью зрелищности, претендуют при этом на аналитичность и экспертность, создавая у зрителя иллюзию участия в открытой политической дискуссии.

Телевидение является для значительной части российского общества основным источником информации, особенно в условиях геополитической турбулентности и информационной перенасыщенности. Несмотря на бурное развитие новых медиа, телевидение продолжает удерживать доверие, особенно среди граждан старшего возраста¹, ². В условиях нарастания внешнеполитического давления и внутренних социально-экономических вызовов власть обращается к проверенным инструментам воздействия на массовое сознание – публичным форматам, позволяющим одновременно мобилизовать, разъяснить и контролировать общественное мнение.

Представляет интерес выявление политической функции общественно-политических ток-шоу на российском телевидении как канала управляемой

САВИНА Ольга Вячеславовна – научный сотрудник Института стран СНГ. SPIN-код: 8845-9448, E-mail: savina.moskva@mail.ru

Ключевые слова: политическая коммуникация, ток-шоу, массовая культура, политтехнологии, общественное мнение.

¹ Телевидение в цифровую эпоху. 27.01.2025 // ВЦИОМ // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/televidenie-v-cifrovuju-ehpokhu>

² Новостная информация и телевидение. Источники новостной информации: доверие и предпочтение россиян. 27.02.2024 // ФОМ // URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14984>

коммуникации между государством и обществом. Это феномен постановочной квазидискуссии с ролевым распределением участников и эмоциональной стратегией вовлечения аудитории.

Политические ток-шоу на российских телеканалах представляют собой гибридную форму политического дискурса, в которой политтехнологические цели маскируются под аналитическую деятельность. Этот формат, являющийся элементом «символической политики»³, выполняет задачу трансляции идеологии и формирует поведенческие установки граждан, не допуская настоящей дискуссии и альтернативных точек зрения.

Эволюция жанра общественно-политического ток-шоу в России

Формирование жанра общественно-политического ток-шоу на телевидении – результат сложного взаимодействия медиатехнологий, идеологических задач и социокультурных трансформаций.

Первые попытки организации разговорных политических форматов в России начались в 90-х годах, однако на начальном этапе жанр не имел чёткой концепции и воспринимался скорее как экспериментальное поле телевизионной публицистики.

С конца первого десятилетия XXI в., особенно после событий 2011–2012 гг., связанных с протестной активностью и электоральным недоверием, политическое ток-шоу становится системным инструментом медиаполитики. В этот период формируются основные жанровые каноны:

- обязательное участие антагонистов;
- драматургия конфликта;

– ведущий-модератор с выраженной позицией;

– обязательное «зеркало» зрительской реакции – в виде аплодисментов, голосования, прямых включений и телефонных звонков.

Одной из наиболее очевидных черт жанра общественно-политического ток-шоу становится его ситуативная мобилизация – рост объёма и частоты вещания в периоды внешнеполитических и внутривнутриполитических кризисов.

Так, критической точкой в развитии жанра стал 2014 г. – год присоединения Крыма к России и начала конфликта на юго-востоке Украины. Осенью 2014 г. и весной 2015 г. произошёл резкий всплеск популярности ток-шоу, главным образом освещающих кризис на Украине: наблюдается как количественное увеличение таких программ, так и рост их рейтинговых показателей – особенно у передач, отражающих официальный взгляд на события⁴.

³ Силич Т.А. Политический телевизионный шоу-дискурс: понятие, место и значение в политической коммуникации // Образование. Наука. Научные кадры. 2017. № 3. С. 212–219.

⁴ Долгова Ю.И. Феномен популярности общественно-политических ток-шоу на российском ТВ осенью 2014 года – весной 2015 года // Вестник московского университета. Серия. 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 162–177.

В условиях геополитической турбулентности общественно-политические ток-шоу становятся необходимым каналом трансляции идеологических установок, актуализируя дихотомии «свой – чужой», «глобальное – национальное», «истина – заблуждение»⁵. При этом рост числа таких программ наблюдается именно в периоды острых международных и внутривнутриполитических кризисов – будь то события в Сирии, санкционная политика Запада, пандемия COVID-19 или начало специальной военной операции в 2022 г.

По мнению ряда исследователей, именно потребность во внешнеполитической мобилизации общества в такие периоды определяет рост их востребованности, что придаёт жанру ситуативный характер и привлекает его к конкретным политическим повесткам⁶.

Важно подчеркнуть, что рост популярности обусловлен не только усилиями вещателей или повесткой, но и реальным общественным запросом на интерпретации происходящего.

В условиях геополитической турбулентности и внутренней фрустрации зритель сознательно стремится к канонизированному, разъясняющему дискурсу, где границы «допустимого» и «враждебного» чётко обозначены. И ток-шоу выполняют функцию своеобразной «информа-

ционной стабилизации», предлагая зрителю структурированную, эмоционально окрашенную, но предсказуемую картину мира.

Такие передачи, как «Время покажет», «60 минут», «Поединок», «Вечер с Владимиром Соловьёвым», в указанный период удвоили частоту выхода в эфир.

Также запустились и новые проекты – например, «Структура момента» с Валерием Фадеевым или «Список Норкина» на НТВ.

Начало специальной военной операции в 2022 г. дало новый всплеск популярности этому жанру.

Подобные ток-шоу и сегодня остаются ключевым форматом российского телевидения. Они занимают 36% эфирного времени на Первом канале, 34% на телеканале «Россия 1», 14% на телеканале НТВ, 13% на телеканале «Звезда», а также выходят на специализированных телеканалах, таких как «Матч» и «Культура»⁷.

Таким образом, эволюция жанра общественно-политического ток-шоу показывает переход от либерально-информативной модели 90-х к политтехнологической и мобилизационной модели 2010-х и 2020-х годов.

Современное ток-шоу – это не только средство информирования, но и инструмент эмоционального и идеологического воздействия, оформленного в зрелищную и «легитимную» форму публичной дискуссии.

⁵ Коданина А.Л., Рязанов А.В. Роль и место общественно-политических ток-шоу на российском телевидении // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1(35). С. 151-157.

⁶ Марлин И.Д., Константинова М.В. Политические ток-шоу как информационный ресурс в политической системе современной России // Молодежь и наука XXI века. Общество, государство и право в историческом контексте. 2018. С. 15-16.

⁷ Долгова Ю.И. Интерактивные форматы общественно-политического вещания телеканалов первого и второго мультиплекса // Журналистика XXI века: социальный заказ. Материалы международной научно-практической конференции. СПб., 2024. С. 443-450.

Формат политического ток-шоу – квазидискуссия государства и общества

Современное политическое ток-шоу на российском телевидении существует на пересечении двух встречных интересов: со стороны государства – как инструмент формирования и направленного контроля над общественным мнением и со стороны общества – как канал, предоставляющий эмоционально насыщенную, пусть и не всегда объективную, но интерпретацию политической реальности.

Запрос со стороны власти обусловлен не только желанием влиять, но и необходимостью реагировать на тревожность, фрустрацию и когнитивную перегрузку общества. В условиях резкого роста числа информационных потоков и событий (спецоперация, санкции, обострение международной повестки) политическая элита сталкивается с задачей не столько диалога, сколько упорядочивания общественного сознания. В этом контексте ток-шоу выступает как инструмент «символического управления»⁸ – репрезентации власти в формате управляемой дискуссии.

Одной из центральных особенностей политического ток-шоу является его инсценированная природа, где дискуссия не предполагает поиска истины, компромисса или рационального согласования позиций.

Как подчёркивает профессор Е.Г. Пономарева, российская власть

использует телевидение не как платформу для обсуждения альтернатив, а как механизм трансляции и легитимации уже принятых решений, нуждающихся лишь в «разъяснении» для граждан⁹. Это квазидискуссия – псевдиалог, в котором почти каждая реплика заранее вписана в сценарный каркас. В этом смысле политическое ток-шоу становится аренной институциональной идеологической работы – контролируемого спектакля, где участники играют заданные роли.

Таким образом, политическое ток-шоу – это «репрезентация столкновения мнений при фактическом отсутствии свободы выражения, подчинённая законам драматургии, а не аргументации»¹⁰.

Главным структурным элементом такого шоу является ролевая модель: участники подбираются не по принципу экспертизы, а с учётом их способности эмоционально отыгрывать заранее заданные позиции:

- «Оппозиционер», как правило, должен выглядеть радикально, тем самым усиливая контраст со «здоровомыслящим» государственнымником;
- «Эксперт» не столько анализирует, сколько легитимизирует;
- «Модератор» (ведущий) выполняет роль дирижера – направляет ритм, управляет конфликтом, устанавливает «рамки допустимого».

⁸ Силич Т.А. Политический телевизионный шоу-дискурс: понятие, место и значение в политической коммуникации.

⁹ Пономарева Е.Г., Гузев М.С. Государственное телевидение в условиях глобальных трансформаций // Обозреватель–Observer. 2022. № 7-8. С. 5-21.

¹⁰ Кузнецова Н.Е. Специфические черты современных российских политических ток-шоу // Проблемы массовой коммуникации. Материалы международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью. Воронеж, 2019. С. 88-90.

Особенно это видно на примере таких ведущих, как В. Соловьёв или П. Толстой, которые активно включаются в полемику и формируют эмоциональную тональность.

Именно поэтому политические ток-шоу не предлагают новых знаний, а дают определённую интерпретационную рамку, эмоционально насыщенную и визуально оформленную¹¹. За счёт спектаклизации ток-шоу замещает политику драматургией. Это и есть основа механизма манипуляции: зрителю предоставляется иллюзия выбора при фактической недоступности альтернативных взглядов.

Интерактивные элементы (вопросы из зала, голосования, звонки) также носят симулятивный характер. Зрительский отклик заранее срежиссирован, а вопросы либо заготовлены редакцией, либо отобраны по принципу соответствия основной позиции шоу¹². Таким образом, взаимодействие с аудиторией сводится к подтверждению правильности транслируемой картины мира.

Подлинно интерактивные форматы существуют лишь в двух ток-шоу из всех главных телеканалов: в передачах «Отражение» на ОТР и «Здравствуйте, товарищи!» на «Звезде» есть возможность задать вопрос гостю в студии¹³.

Общепринятые постановки ток-шоу превращают их в особую форму ритуальной коммуникации, в которой

цели убеждения или обмена аргументами отходят на второй план, уступая место репетиции идеологических установок. Это уже не информирование, а медиаперформанс, в котором гражданин становится зрителем политического спектакля, а не участником политического процесса¹⁴.

Таким образом, современное политическое ток-шоу – это не средство коммуникации, а инструмент легитимации, оформленный в жанре зрелища. Оно не задаёт вопросы – оно даёт ответы. Не ищет истину – подтверждает веру. И именно поэтому его эффективность в условиях идеологической мобилизации столь высока.

Ещё одной особенностью жанра являются манипулятивные технологии и нарушение журналистских стандартов. Современные политические ток-шоу на телевидении функционируют в логике не информационной журналистики, а постжурналистики, в которой профессиональные стандарты: проверка фактов, баланс мнений, отделение комментария от факта – уступают место эффекту, эмоции и идеологической пользе. Это делает ток-шоу идеальным инструментом медийной манипуляции, особенно в условиях информационного напряжения и социального запроса на «простые ответы».

Формат ток-шоу склонен к нарушению базовых стандартов журналистики: преимущество даётся эмо-

¹¹ Долгова Ю.И. Феномен популярности общественно-политических ток-шоу на российском ТВ осенью 2014 года – весной 2015 года.

¹² Подобедова Д. А. Специфика общественно-политических ток-шоу в России // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2021. Том 6. №3. С. 65-79.

¹³ Долгова Ю.И. Интерактивные форматы общественно-политического вещания телеканалов первого и второго мультиплекса.

¹⁴ Лядова Е.В., Омельченко Н.А. Политический смысл массовой культуры как инструмента воздействия на гражданское общество // PolitBook. 2022. № 1. С. 55-75.

циям, а не рациональности; аргументы подменяются интонацией; противоположная точка зрения не представлена или дискредитирована заведомо¹⁵. Такая структура способствует формированию у зрителя не критического, а лоялистского сознания, что и требуется в рамках государственной медиаполитики.

Один из ключевых манипулятивных приёмов – эмоциональное давление, особенно через риторику страха, угроз и моральной мобилизации. Используются визуальные и звуковые маркеры тревоги (тревожная музыка, экстренные титры), а выступления гостей сопровождаются гиперболизированными оценками, обвинениями, аналогиями с войнами и национальной угрозой. Этот приём активно эксплуатируется в программах «60 минут» и «Вечер с Владимиром Соловьевым», где риторика часто подменяет анализ, а «враг» представлен как нечто безусловное и однозначное.

Другой приём – односторонность освещения, особенно в международной повестке. Альтернативные ин-

терпретации либо отсутствуют, либо дискредитируются через подачу от «сомнительных» или гиперболизированных персонажей¹⁶.

Важно и то, что редакционная политика ток-шоу предполагает отказ от беспристрастности в пользу сценарной драмы.

По данным Н.Е. Кузнецовой, подавляющее большинство ток-шоу создаются с использованием «жёсткого редакционного контроля», где даже поведение аудитории в студии – аплодисменты, вопросы, эмоции – строго регламентированы, вплоть до установки, кому и когда аплодировать¹⁷.

Таким образом, нарушая нормы профессиональной журналистики, политические ток-шоу создают высокоэффективную систему эмоционального и символического воздействия, которая позволяет мобилизовать лояльность, снизить критичность восприятия и встроить зрителя в заданную систему координат. Это и делает жанр столь привлекательным для власти в условиях острого политического давления.

Социологический аспект: аудитория, доверие и поведенческие реакции

Несмотря на развитие цифровых платформ и рост новых медиа, телевидение в Российской Федерации по-прежнему остаётся главным источником информации для значительной части населения стра-

ны, особенно для возрастной аудитории 55+.

Согласно исследованию *Mediascope*, после 24 февраля 2022 г. доля просмотров федеральных каналов заметно возросла, в частности, среди зри-

¹⁵ Гришин О.Е., Митрофанова А.Д. Политическое шоу как технология коммуникации // PolitBook. 2015. № 3. С. 117-133.

¹⁶ Долгова Ю.И. Феномен популярности общественно-политических ток-шоу на российском ТВ осенью 2014 года – весной 2015 года.

¹⁷ Кузнецова Н. Е. Проблема постановочности в российских политических ток-шоу (на примере телепередачи «Время покажет» на Первом канале) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 3. С. 98-100.

телей старше 60 лет, где уровень доверия к телевидению превышает 70%¹⁸.

По оценке экспертов, 43% россиян смотрят политические передачи ежедневно, а 63% считают телевидение главным источником информации, особенно в условиях геополитических вызовов и кризисов¹⁹.

Этот феномен объясняется тем, что телевидение в массовом сознании сохраняет статус «официального» источника, а ток-шоу – как наиболее яркий и экспрессивный формат, где можно «услышать правду» в форме доступной и эмоционально убедительной.

Значительное влияние оказывает также спектаклизация участия: реакция аудитории в студии, «народные вопросы», голосование и прямая линия со зрителями. Эти элементы создают у телезрителя иллюзию сопричастности, эмоционального включения в процесс. Именно этот эффект сопричастности и коллективного присутствия усиливает доверие к передаваемому нарративу и снижает уровень критического восприятия²⁰.

Особо важной является зависимость между доверием к телевидению и политической лояльностью.

Данные ВЦИОМ показывают, что граждане, получающие информацию преимущественно из ТВ-источников, демонстрируют высокий уровень

доверия к власти и государственным институтам, а также чаще поддерживают официальную внешнеполитическую повестку²¹.

Это превращает политические ток-шоу в канал не только коммуникации, но и легитимации режима.

Данный эффект усиливается в условиях информационного перенасыщения и когнитивной перегрузки, когда зритель интуитивно ищет «простые», эмоционально обоснованные объяснения сложных мировых процессов. В этом случае ток-шоу выступает как средство «психоэмоционального укрытия», предоставляющее чувство порядка и идентичности в хаотичном медиапространстве²².

Именно по этой причине можно прогнозировать не угасание, а расширение жанра политических ток-шоу через внедрение гибридных моделей, роста интерактива, кросс-медийных форматов, вовлечения зрителя через социальные сети, лайв-стриминг и цифровое голосование.

Современное ток-шоу уже не существует в рамках чистого жанра. Наблюдается его гибридизация – смешение с элементами документального кино, реалити-шоу, шоу-игр, журналистских расследований и даже стендапа. Цель этой трансформации – не только удержание

¹⁸ Медиаизмерения и тренды медиапотребления // Mediascope // URL: <https://img-cdn.tinkoffjournal.ru/-/television-stat-pdf.ucxfmo..pdf>

¹⁹ Подобедова Д.А. Специфика общественно-политических ток-шоу в России // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2021. Т. 6. №3. С. 65-79.

²⁰ Гуленко П.В. Общественно-политическое ток-шоу на телеканале НТВ: проектирование формата // Медиаальманах. 2016. № 4(75). С. 56-65

²¹ Телевидение в цифровую эпоху. 27.01.2025 // ВЦИОМ // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/televidenie-v-cifrovuju-ehpokhu>

²² Лядова Е.В., Омельченко Н.А. Политический смысл массовой культуры как инструмента воздействия на гражданское общество // PolitBook. 2022. № 1. С. 55-75.

внимания зрителя в условиях тотальной медиаконкуренции, но и повышение зрелищности при сохранении политтехнологической функции.

Российские телепродюсеры активно внедряют квазиигровые форматы, «геймификацию» дискуссий, элементы инсценировки, неожиданных включений, визуальной анимации²³. Всё это создаёт ощущение живого процесса, хотя фактически происходит управляемое воспроизведение заранее заданных смыслов. Эмоциональность – ключевой фактор: дискуссия не должна быть рациональной, она должна «качать».

Этот тренд также отражает реакцию телевидения на углубляющийся информационный шум и фрагментацию внимания. В эпоху *TikTok*, *Reels* и коротких видео ток-шоу вынуждены либо стать шоу в полном смысле слова, либо потерять аудиторию. Поэтому ведущие, такие как В. Соловьев или Б. Норкин, играют роль не просто модераторов, а медиаперсонажей, во круг которых строится идентификация зрителя.

Итак, политическое ток-шоу в России, как и во всём мире, трансформируется в гибкий инструмент управляемой медиакommunikации, встраивающейся в стратегию властного нарратива и удержания массовой лояльности в условиях нестабильности.

Таким образом, анализ политических ток-шоу позволяет утверждать, что это гибридная форма современной политической коммуникации, где аналитика, зрелище и идеология переплетены в управляемую медиамодель. Формально позиционируясь как площадка для публичной дискуссии, ток-шоу на практике воспроизводят сценарную структуру квазидialogа, служащего целям легитимации, мобилизации и внушения заданных смыслов.

Рост популярности таких форматов в периоды политической турбулентности (2014–2015, 2022 гг. и далее) подтверждает их востребованность как

С другой стороны, происходит встраивание ток-шоу в цифровую экосистему власти: цитаты из передач активно тиражируются в *Telegram*-каналах, используются в новостных выпусках, становятся «реперными точками» для политического повествования. Тем самым ток-шоу выходит за рамки телевизора и становится частью инфопотока, формирующего политическое сознание в онлайн-среде.

Прогноз дальнейшего развития жанра можно сформулировать следующим образом:

- сохранится ориентация на старшую аудиторию как основного носителя телевизионного доверия;
- возрастёт визуальная и эмоциональная насыщенность передач;
- увеличится количество кросс-медийных форматов с участием блогеров, военкоров, псевдоэкспертов;
- усилится идеологическая поляризация нарративов – ток-шоу будет играть роль символической границы между «своими» и «чужими»;
- разовьются интерактивные механизмы, в том числе псевдоучастие зрителей через цифровые платформы.

²³ Подобедова Д.А. Специфика общественно-политических ток-шоу в России.

со стороны государства – для управления общественным мнением, так и со стороны части общества – в стремлении к эмоциональному упрощению сложной реальности. При этом профессиональные стандарты журналистики в этих передачах системно нарушаются, уступая место эмоциональному давлению, односторонности подачи и упрощённым идеологическим схемам.

Телевизионное политическое ток-шоу – это не площадка для дискуссии, а форма символического управления, способная не только интерпретировать текущую повестку, но и программировать массовое поведение. Именно в этом его истинная политическая функция.

В условиях продолжающейся медиатизации и политизации всех сфер жизни можно прогнозировать дальнейшее развитие жанра: рост зрелищности, гибридные форматы, расширение интерактива и усиление кросс-платформенной представленности.

Таким образом, жанр общественно-политического ток-шоу не просто сохраняет свою актуальность, он становится ключевым механизмом управления смыслами в современной российской медиасреде, подменяя политику спектаклем, а аргумент – эмоцией.

Библиография • References

- Гришин О.Е., Митрофанова А.Д. Политическое шоу как технология коммуникации // PolitBook. 2015. № 3. С. 117-133.
- Гуленко П.В. Общественно-политическое ток-шоу на телеканале НТВ: проектирование формата // Медиаальманах. 2016. № 4(75). С. 56-65.
- Долгова Ю.И. Интерактивные форматы общественно-политического вещания телеканалов первого и второго мультиплекса // Журналистика XXI века: социальный заказ. Материалы международной научно-практической конференции. СПб., 2024. С. 443-450.
- Долгова Ю.И. Феномен популярности общественно-политических ток-шоу на российском ТВ осенью 2014 года – весной 2015 года // Вестник московского университета. Серия 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 162-177.
- Коданина А.Л., Рязанов А.В. Роль и место общественно-политических ток-шоу на российском телевидении // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1(35). С. 151-157.
- Кузнецова Н. Е. Проблема постановочности в российских политических ток-шоу (на примере телепередачи «Время покажет» на Первом канале) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 3. С. 98-100.
- Кузнецова Н.Е. Специфические черты современных российских политических ток-шоу // Проблемы массовой коммуникации: Материалы международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью. Воронеж, 2019. С. 88-90.
- Лядова Е.В., Омельченко Н.А. Политический смысл массовой культуры как инструмента воздействия на гражданское общество // PolitBook. 2022. № 1. С. 55-75.
- Марлин И.Д., Константинова М.В. Политические ток-шоу как информационный ресурс в политической системе современной России // Молодежь и наука XXI века. Общество, государство и право в историческом контексте. 2018. С. 15-16.

Пономарева Е.Г., Гужев М.С. Государственное телевидение в условиях глобальных трансформаций // *Обозреватель–Observer*. 2022. № 7-8. С. 5-21.

Силич Т.А. Политический телевизионный шоу-дискурс: понятие, место и значение в политической коммуникации // *Образование. Наука. Научные кадры*. 2017. № 3. С. 212-219.

Статья поступила в редакцию 11 августа 2025 г.

Статья принята к печати 14 августа 2025 г.

Уважаемые читатели!
Открыта подписка на 2026 год
на ежемесячный научно-аналитический журнал
«Обозреватель–Observer»

Подписка проводится:

- для корпоративных подписчиков «УП Урал-Пресс» по электронному каталогу на сайте **www.ural-press.ru**
- для индивидуальных подписчиков Агентством подписки «Деловая пресса» по электронному каталогу на сайте **<https://delpress.ru/catalog/>**
тел.: +7-495-951-22-25