

УДК 070.654

## ИНТЕРВЬЮ В ПРЯМОМ ЭФИРЕ НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ И ВЛИЯНИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ЗРИТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИИ

© 2012 С.А. Мелешко

Липецкий Институт управления

Поступила в редакцию 24 февраля 2012 г.

**Аннотация:** В статье автор рассматривает опыт осуществления обратной связи с телезрителями на региональном телевидении на примере липецкой телекомпании ТВК. В качестве объекта исследования была взята программа «Точка зрения», представляющая собой интервью в прямом эфире на актуальную тему, в которой, помимо уже ставших привычными звонков зрителей в студию, используется и метод электронного голосования. Это позволяет отслеживать реакцию аудитории не только количественно, что важно для социологических служб, но и качественно. Таким образом, телекомпания становится настоящим рупором общественного мнения региона вещания и оперативно доносит эту информацию до государственной и муниципальной власти, общественных организаций.

**Ключевые слова:** региональное телевидение, жанр интервью, интервью в прямом эфире, общественное мнение, обратная связь, интерактивное телевидение, электронное голосование, функции телевизионной передачи.

**Abstract:** In the article the author considers the experience of the implementation of the feedback from the viewers on regional television in the example of lipetsk TV company TVK. As the object of study was taken program «Point of view», which is a live interviews on the topic, in which in addition to the already familiar call of the audience in the studio, is used and the method of e-voting. This allows you to monitor reaction of the audience is not only quantitatively, which is important for sociological services, but also qualitatively. Thus, the TV company becomes a real mouthpiece of the public opinion of the region of broadcasting and quickly brings this information to the state and municipal authorities, public organizations.

**Key words:** regional television, the genre of interview, live interviews, public opinion, feedback, interactive television, electronic voting, the functions of the television broadcast.

Жанр интервью является одним из наиболее востребованных с самых первых лет существования телевидения. Уже в шестидесятые годы прошлого века в информационно-публицистической программе «Эстафета новостей» приняли участие около трех тысяч гостей из самых разных сфер деятельности. И как отмечает А.Я. Юровский [1], «использование эффекта непосредственности означало прежде всего показ человека, находящегося перед телекамерой в момент передачи». Она выходила в прямом эфире и представляла аудитории людей, находящихся в центре внимания всего народа. Прямой эфир как способ передачи информации был в то время единственно возможным, так как видеозапись в СССР еще не была изобретена.

На российском телевидении жанр интервью в прямом эфире пережил второе рождение в начале

перестройки в конце 80-х – в начале 90-х годов 20 века. Наиболее ярко это проявилось в программах, которые, по сути, представляли зрителю не результат журналистской работы, а сам ее процесс [2]: «Час пик» В. Листьева и А. Разбаша, «Здесь и сейчас» А. Любимова, «Герой дня» С. Сорокиной. Эти программы неизменно вызвали огромный интерес зрителей тем, что в них обсуждались актуальные проблемы политики, экономики, общественной жизни.

Однако следует учитывать тот факт, что территория России занимает несколько часовых поясов, а это значит, что обеспечить одновременный показ телепрограммы центрального телевидения в прямом эфире невозможно. Более того, как раз зрители Европейской части России позже всех могут видеть программы, уже показанные с помощью системы спутникового вещания в Сибири или на дальнем Востоке. Нередко это даже обращивается тем, что с эфира Европейской части

© С.А. Мелешко, 2012

снимались программы или телефильмы, вызвавшие заметный резонанс зрителей.

Для местных телекомпаний — прямой эфир, явление, ставшее привычным так же с конца 80-х — в начале 90-х годов. Так, например, выпуски новостей в большинстве региональных телекомпаний с самого начала их деятельности выходят в прямом эфире, поскольку это позволяет сократить издержки на процедуру видеозаписи, и давать в новостях самую свежую информацию. Сама фраза ведущего новостей «К нам только что поступила информация о ...» сразу добавляет динамики и драматизма в уже сформированный выпуск информационной программы.

Жанровая палитра программ региональной телекомпании, как правило, представлена информационными выпусками и аналитической публицистикой, среди которых интервью в прямом эфире занимает значительное место. Интервью, согласно определению из учебника по телевизионной журналистике, это — жанр публицистики, представляющий из себя разговор журналиста с политическим, общественным или иным деятелем по актуальным вопросам [3]. Например, в Липецкой области в двух региональных телекомпаниях: ОТРК «Липецкое время» и ТК «ТВК» такие программы выходят практически каждый вечер и даже в одно и то же время в 19:30 и называются соответственно «Открытая студия» и «Точка зрения». Периодически программы в жанре интервью выходят и в эфире государственной телекомпании «Липецк», но все же основное время отдается информационным выпускам новостей несколько раз в день в рамках совместного вещания на канале «Россия 1».

Изначально в липецкой коммерческой телекомпании ТВК при создании программы в жанре беседы или интервью особое значение придавалось именно возможности для зрителей лично задать вопросы гостю студии и тут же получить на них ответы. Поэтому в 1992 году, когда подобная первая программа с названием «Ваш вопрос» появилась в эфире ТК ТВК, для ее создателей одной из наиболее существенных трудностей было находить таких гостей, которые не боялись бы любых вопросов и были при этом компетентны в теме разговора. Как правило, это были политики, чиновники, медики. Сегодня уже сложился целый круг персон, для которых регулярное участие в телевизионных программах, стало необходимой составляющей карьеры, профессиональной деятельности, средством формирования имиджа и влияния на общественное мнение. Сегодня возможность выхода в прямой эфир имеют все три липецких телекомпании, но наиболее эффективным, на наш взгляд, является в настоящее время не просто «прямой

эфир», а использование технических средств для более широкой обратной связи с телезритателями. В девяностые годы прошлого века самым распространенным приемом общения в телеэфире были звонки в студию зрителей и ответы на заданный вопрос гостей телестудии. Если программа идет в эфире полчаса, свои вопросы успевают задать от двух до десяти человек. Многие телезрители просто не успевают дозвониться и высказать свое мнение по теме программы. К концу девяностых в некоторых региональных телекомпаниях уже появляются технические новинки, позволяющие менять форму программы в прямом эфире и автоматически считать число звонков. Телепрограммы становятся по-настоящему интерактивными.

Следует отметить, что до сих пор в научной литературе нет четкого определения понятия «интерактивное телевидение». Само слово «интерактивное» произошло от слияния двух английских слов: *inter* — «между» и *active* — «деятельность, активность», т.е. активное взаимодействие между пользователем и источником информации. В чистом виде, система интерактивного телевидения — это система телевидения, обеспечивающая пользователю возможность выбора вида телепередачи и времени начала ее воспроизведения. Однако в настоящее время понятие интерактивного телевидения значительно расширилось и обычно классифицируется в зависимости от наличия дополнительных услуг, по архитектуре построения сети, по организации обратного канала, по скорости передачи данных в обратном канале, по степени интерактивности [4]. В нашем случае можно говорить об интерактивности телевидения как возможности каждому телезрителю донести свою точку зрения до тех, кто находится в телестудии.

В Липецке первым опытом поведения такой телепередачи были предвыборные дебаты во время избирательной кампании мэра Липецка в 1998 году в телекомпании ТВК. Эта программа строилась как пресс-конференция кандидатами в мэры с участием журналистов всех ведущих средств массовой информации Липецка. Параллельно телезрители могли позвонить по одному из трех указанных на экране телефонов и проголосовать за своего кандидата. В таком заочном голосовании победил один из конкурентов действующего мэра, поэтому результаты телепрограммы не понравились ни одному представителю власти, а через несколько лет подобные голосования вообще были запрещены новыми избирательными законами.

Подсчет голосов телезрителей сегодня используется и на федеральных телеканалах и в российской глубинке. Например, 26 февраля 2011 года при голосовании во время телешоу «Талисма-

ния. Сочи-2014. Финал» на «Первом» телеканале были окончательно выбраны талисманы Олимпийских и Паралимпийских Игр. Организаторы сообщили об учёте 1,4 млн. голосовавших, что является беспрецедентной активностью российских телезрителей, ведь обычные показатели подобных шоу (составляют) 18-30 тысяч [5]. Жюри объявило сразу трёх победителей, все белого цвета, соответствуя зимнему характеру олимпиады, которые и стали талисманами. Наиболее активно, на наш взгляд, в настоящее время возможности прямого эфира в общественно-политическом вещании на федеральных телеканалах использует только «Пятый канал» в программе «Открытая студия». Здесь для отражения общественного мнения ведётся электронное голосование по теме дня, фиксируются звонки с вопросами и высказываниями телезрителей. Эксперты в студии в Санкт-Петербурге и в Москве ведут достаточно жесткую дискуссию по самым актуальным темам. В ходе двухчасовой программы результаты голосования часто бывают непредсказуемыми даже для ведущих Ники Стрижак и Романа Герасимова.

В практике регионального телевидения подсчет голосов телезрителей за последние два года стал привычным атрибутом интервью в прямом эфире. И по количеству звонков уже можно судить об интересе телезрителей к той или иной теме, проблеме, гостю программы.

Для справки: программа «Точка зрения» выходит в эфир телекомпании ТВК с июля 2004 года, когда она была объединена с другой липецкой телекомпанией СТВ-7. Программа выходила в эфир по будням ежедневно в 19:30 до 20:00 сразу после информационного выпуска новостей. Ведущий программы, как это обычно бывает на провинциальном телевидении, является и автором, и продюсером, и редактором передачи. Поэтому подбор тем и гостей программы, разработка сценария также является его прерогативой. При выборе темы и проблемы для обсуждения автор ориентируется на её актуальность для максимального количества телезрителей, а также на выполнение функций, присущих телевизионной журналистике: информационная, культурно-просветительская, интегративная, социально-педагогическая, организаторская, образовательная, рекреационная. Примерно раз в месяц или чаще в программе принимают участие различные коммерческие структуры, чтобы донести до зрителей информацию о своей компании или с какой-либо другой целью. То есть рекламная функция в такой передаче также присутствует.

Нами были проанализированы выпуски программы «Точка зрения» на канале ТВК с 1 сентября 2010 года по ноябрь 2011 года на предмет отражения общественного мнения и зрительской

активности. Именно в это время опросы стали проводиться регулярно, как минимум раз в неделю или чаще. Следует отметить, что телевизионная аудитория не может являться полноценной выборкой с точки зрения социологов, но на наш взгляд, это достаточно устоявшая группа людей, для которых стало привычным вечернее времяпрепровождение у телеэкрана, с целью получения информации, а не развлечения. За тридцать минут, в течение которых идет программа «Точка зрения», в электронном голосовании обычно успевают принять участие от двухсот до шестисот или более зрителей. Для этого им необходимо лишь позвонить по одному из трех телефонных номеров, соответствующих его мнению.

Как и следовало ожидать, наибольший зрительский отклик получают такие темы, которые затрагивают максимально широкую часть аудитории: политика, жилищно-коммунальное хозяйство, налоги, деньги, здоровье, безопасность, проблемы молодежи. Именно в этих программах число участников опроса достигало максимального значения. Самым показательным стало обсуждение возможности введения прогрессивной шкалы подоходного налога 12 мая 2011 года. В этот день депутаты Липецкого областного Совета поддержали законодательную инициативу главы региона Олега Королева о введении прогрессивной шкалы налога на доходы физических лиц [6]. Предполагалось, что можно увеличить ставку налога до 35 % в зависимости от величины доходов налогоплательщика, и самый большой налог будут платить граждане, чей годовой доход превышает 30 млн. рублей. При этом предлагалось полностью освободить от взимания налога малоимущих граждан, чей годовой доход составляет менее 60 тыс. рублей.

В редакции телекомпании ТВК также решили обсудить это предложение вместе с телезрителями. При этом для увеличения аудитории было решено задать вопрос еще во время программы «ТВК-новости», которая начинается в 19:00. Вопрос для обсуждения звучал так:

Как вы относитесь к введению прогрессивного подоходного налога?

Положительно,  
отрицательно,  
мне все равно.

В программе «Точка зрения» в этот день принимал участие Валерий Власов — заместитель руководителя управления федеральной налоговой службы России по Липецкой области. Он рассказывал о том, какие финансовые результаты показали предприятия и предприниматели Липецкой области по итогам 2010 года. Естественно, были затронуты и вопросы налогообложения физических лиц. Результаты обсуждения к концу

программы были такие: положительно относятся к введению прогрессивной шкалы подоходного налога 650 человек, отрицательно – 172 человека, и равнодушно – 132. Такое число звонков в программу «ТВК-новости» и «Точка зрения» стало рекордным: девятьсот пятьдесят четыре звонка. Для социологических и других государственных или региональных структур эти результаты могли бы стать иллюстрацией отношения липчан к доходам богатых людей. Комментируя итоги, гость программы отметил, что налоговая служба сможет собрать и прогрессивный налог, если соответствующий закон будет принят.

Также активно липчане высказываются при обсуждении проблем в жилищно-коммунальном хозяйстве. В программах, посвященной этой теме, всегда большое количество не только звонков с вопросами, но и участников голосования. Так, 21 марта 2011 года был задан вопрос: что вас не устраивает в работе ЖКХ? И были получены следующие ответы:

- Непрозрачность тарифов – 382,
- Низкое качество работы – 143,
- Равнодушие к проблемам жителей – 212.

Гостем студии был человек, имеющий непосредственное отношение к этой сфере деятельности – Федор Жигаров, руководитель городского и партийного (партии «Единая Россия») проекта «Управдом», депутат Липецкого городского совета депутатов. В конце передачи гость студии всегда имеет возможность прокомментировать полученные результаты или же использовать их в своей работе.

Формулировка вопроса и ответов на него, как правило, это прерогатива ведущего программы, именно поэтому они составляются так, чтобы заинтересовать большую часть зрительской аудитории, заставить зрителя взять трубку телефона, набрать номер и ждать, как один голос повлияет на общий исход голосования. Как правило, в первой половине передачи скорость получения данных невысокая, но к концу передачи результаты голосования меняются несколько раз в секунду, а зачастую и общий итог отличается от того, что было в начале программы. Например, 14 ноября 2011 года обсуждались проблемы малого и среднего бизнеса в России и в Липецкой области с Сергеем Бугаковым – начальником управления по развитию малого и среднего бизнеса Липецкой области. Для сравнения с общероссийскими тенденциями был взят вопрос Всероссийского Центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) «Как Вы в целом относитесь к людям, которые занимаются частным предпринимательством (мелким и средним бизнесом)?» Социологи выяснили, что подавляющее большинство россиян, как и прежде, позитивно относятся к людям,

занимающимся предпринимательством (81 %); у 12 % опрошенных бизнесмены вызывают неодобрение [7].

Для телевизионной аудитории вопрос пришлось сформулировать более просто: как Вы относитесь к предпринимателям? При этом отношение липецкой аудитории к предпринимателям оказалось совершенно противоположным и настораживающим для представителей бизнеса: хорошо относятся к предпринимателям 122 респондента, равнодушно – 31 человек, и плохо – 231, т.е. 60 % активных телезрителей. Политикам, чиновникам, социологическим службам региона, да и самим предпринимателям такие оценки стоило бы тщательно проанализировать и сделать соответствующие выводы и действия.

Такую же настороженность в оценке проявления общественного мнения должны проявить и государственные и политические институты, анализируя отношение липчан к предстоящим выборам. В эфире 3 октября 2011 года с участием председателя городской избирательной комиссии Сергея Капцова на вопрос: Вы собираетесь принять участие в голосовании 4 декабря 2011 года? Были получены следующие ответы: да – 140, нет – 306, ещё не решил – 21. По мнению гостя программы, этот результат характеризует то, что избирательная кампания ещё только началась и ближе к выборам ситуация должна измениться.

Следует отметить, что уже накануне дня выборов 1 декабря 2011 г. была проведена еще одна программа «Точка зрения» с тем же собеседником и теми же вопросами для голосования, и ответы телезрителей изменились. Во-первых, возросла активность участников и изменился расклад мнений: за участие в голосовании высказались 347 телезрителей, отказались пойти на выборы – 377 человек и 30 человек еще не решили. То есть подобные опросы, на наш взгляд, являются не только отражением общественного мнения, но и характеризуют его изменение во времени, с тем допущением, что в них принимают участие, как правило, сами по себе активные люди и равнодушные зрители, ведь чтобы проголосовать, необходимо найти трубку телефона, набрать номер и увидеть, как один звонок меняет результаты опроса. Если же сравнить эти данные с официальными результатами избирательной комиссии, опубликованными после выборов 4 декабря 2011 г., то они вполне отразили объективное настроение избирателей. Так, в Липецке приняли участие в выборах главы администрации города 50,61 % избирателей. На телевидении об этом заявляли 46 % телезрителей, а если к ним добавить тех, кто тогда еще не решил, пойдет на выборы или нет, то это полностью совпадает с данными избирательной комиссии. Следовательно, использование метода

интерактивного голосования в телевизионных программах дает достаточно объективный срез мнений местной аудитории.

Мы уже отмечали выше, что деньги являются одной из наиболее интересных тем для обсуждения в эфире. Так, 18 августа 2011 гостем программы «Точка зрения» была Ольга Мосякина – начальник отдела реализации семейной и демографической политики департамента социальной защиты населения администрации г. Липецка. В эфире она рассказывала о мерах поддержки многодетных и малообеспеченных семей в Липецке и Липецкой области. А зрителям предлагалось ответить на вопрос: сколько Вы потратите на сборы ребенка в школу? Здесь варианты ответов зависели от суммы денежных расходов родителей на одного ребенка. Что же получилось? До пяти тысяч рублей готовы потратить 52 человека, от пяти до десяти тысяч рублей 57 человек, и больше десяти тысяч рублей собираются направить на сборы ребенка к школе 173 человека. В целом общее число позвонивших в эфир телекомпании ТВК не превысило трехсот человек, но, на наш взгляд, это говорит о том, что в голосовании принимала участие именно та аудитория, которой и предназначалась информация – родители школьников. А все остальные зрители узнали, что эти данные вполне соответствуют общероссийским. По данным ВЦИОМ, в этом году средняя российская семья потратила на подготовку своих детей-школьников 12728 руб. Это на 12 % больше, чем в прошлом году [8].

Еще одна из наиболее активно обсуждаемых тем в эфире – «Власть и общество». Здесь формат программы позволяет выдавать «глас народа» на наиболее значимые решения, действия или бездействие власти – местной, региональной, федеральной. Вот два характерных примера: 11 февраля 2011 года темой передачи были проблемы молодежи, ее трудоустройства, социальной адаптации в обществе. Стоит отметить, что программы, которые выходят в эфир в пятницу, всегда собирают меньше голосов, а значит и зрителей. Весной и летом это наиболее заметно, т.к. подавляющее большинство липчан уезжают в эти дни за город. На обсуждение был вынесен вопрос: Нужны ли молодые люди в органах власти? Оказалось, что молодежные проблемы оказываются интересны многим телезрителям и итоги таких опросов бывают непредсказуемыми. Двести двадцать семь зрителей проголосовали за ответ «да», большая часть зрителей (двести семьдесят четыре человека) высказалась отрицательно, а тех, кому все равно, было 22 человека. Здесь мы видим явную активность телезрителей и желание высказать свое мнение, к которому в идеале должны бы прислушиваться различные социальные институты и органы власти.

Иногда зрительское мнение идет вразрез с неоднозначными решениями органов власти, и телевидение его иллюстрирует. Или наоборот, власть с помощью прямого телеэфира имеет возможность разъяснить жителям региона смысл принятого непопулярного распоряжения или постановления. Так, 27 мая 2011 года в программе «Точка зрения» обсуждалось принятое постановление о рецептурной продаже в аптеках кодеинсодержащих препаратов. Программа с участием главного врача Липецкого областного наркологического диспансера Михаила Коростина в этот раз была посвящена современным технологиям лечения наркомании. Вопрос зрителям звучал так: Как Вы относитесь к запрету свободной продажи кодеинсодержащих препаратов? Итог зрительского голосования оказался предсказуемым – больше половины зрителей не одобрили этот запрет (итоги голосования были таковы: полностью поддерживаю – 176, отрицательно отношусь – 215, мне все равно – 16). В Липецкой области, кстати, одной из первых в России принявшей такой документ, его долго обсуждали и до, и после введения в действие. И, по мнению представителей региональной власти: «Одним из результатов такого запрета стало оздоровление наркоситуации области в целом. «Перестал действовать целый ряд «дезорморфиновых» притонов, меньше стало тех, кто его потребляет. «От жителей области в адрес органов власти постоянно поступают благодарности за действенные меры по предотвращению распространения дезорморфиновой наркомании», – подчеркнул Олег Королев». Эта цитата из сообщения информационного портала «Липецкие новости» от 8 ноября 2011 года [9].

Следует отметить, что регулярные программы в прямом эфире дают хорошую возможность возвращаться к темам, ранее обсуждавшимся с гостями, экспертами и можно наблюдать, как меняются и мнения зрителей.

23 сентября 2010 года в программе «Точка зрения» проводился опрос о профилактических прививках против гриппа. Тогда больше половины позвонивших в эфир телезрителей заявляли о том, что не будут делать такие прививки и ответы на вопрос «Вы будете делать прививку от гриппа в этом году?»: распределились так: да – 141, нет – 146, еще не думал – 85.

Через год, 6 октября 2011 года в аналогичной программе также был задан вопрос: «Как Вы готовитесь к приходу гриппа?» и ответы получились следующие: покупаю лекарства – 157, сделаю прививку – 210, укрепляю иммунитет – 120.

Таким образом, мы наблюдаем, что телевизионные программы в целом могут выполнять не только социальные функции распространения информации, просветительские, организатор-

ские, а также являются отражением социальных настроений зрительской аудитории, показателем интереса к повестке дня. На региональном телевидении возможность высказаться по актуальным проблемам политики, экономики, социальной жизни дают именно программы, идущие в прямом эфире. Причем результаты обсуждения ценны тем, что их видят моментально все заинтересованные стороны, тогда как результаты социологических опросов должны пройти обработку, публикацию, и даже частичные интерпретации в различных средствах массовой информации. При этом нам бы не хотелось противопоставлять эти методы изучения общественного мнения. Данные социологов, как правило, опираются на более широкие выборки населения, анкеты содержат больший объем вопросов и при их публикации всегда приводится размер погрешности. Телевизионный опрос строится так, чтобы за несколько секунд зритель смог понять суть вопроса, выбрать наиболее подходящий ответ из трех предложенных вариантов и позвонить, а значит, проявить гражданскую позицию. В то же время телезритель вполне может сделать и несколько звонков в поддержку того или иного ответа, или может высказаться и за несколько мнений сразу. Но все же опыт проведения и участия в таких про-

граммах, их анализ показывает, что чем большее количество звонков зарегистрировано, тем ближе общая совокупность мнений к тому, что принято называть «Глас народа» (лат. «Vox populi»).

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Телевизионная журналистика : Учебник. – 4-е изд. // Редколлегия : Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – М. : Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002. – С. 73.
2. Телевизионная журналистика : История, теория, практика : учеб. пособие / В.Л. Цвик. – М. : Аспект Пресс, 2004. – С. 277.
3. Телевизионная журналистика : История, теория, практика : учеб. пособие / В.Л. Цвик. – М. : Аспект Пресс, 2004. – С. 226.
4. Интерактивное телевидение. Статья о возможностях телевидения 21 века. – (<http://www.starlink.info/instr.php?tex=13.html>).
5. Талисманы ОИ-2014 в Сочи : мнения разделились. – (<http://www.ltv.ru/public/pi=19554>).
6. Депутаты поддержали инициативу Олега Королева о введении прогрессивной шкалы налога на доходы физических лиц. – (<http://www.lipetsknews.ru/today/?id=18565>).
7. Бизнесмен в России : образец для подражания или асоциальный тип? – (<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112074>).
8. День знаний – 2011 : на что и сколько потратили родители? – (<http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=111886>).
9. В Липецкой области резко снизилось число потребителей дезоморфина. – (<http://www.lipetsknews.ru/today/?id=20503>).

*Мелешко С.А.*

*Кандидат филологических наук, заведующая кафедрой рекламы Липецкого Института управления, член Союза журналистов России, ведущая программы «Точка зрения» телекомпании ТВК.*

*E-mail:meleshko\_s@mail.ru*

*Meleshko S.A.*

*Candidate of philological sciences.*

*Head of the department of advertising of Lipetsk Institute of management.*