ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

Долгова Юлия Игоревна, кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: YIDolgova@gmail.com

Пименова Марина Вячеславовна, редактор группы «Деловые новости» информационной программы «Сегодня» телекомпании НТВ, Москва, Россия; e-mail: pimenova1993@list.ru

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ В ПРОГРАММЕ «ПРЯМАЯ ЛИНИЯ С ВЛАДИМИРОМ ПУТИНЫМ» (2001–2018 гг.)

Программа «Прямая линия с Владимиром Путиным» – уникальный формат российского общественно-политического вещания, вызывающий стабильный интерес телевизионной аудитории. Вместе с тем передача провоцирует множество споров о том, насколько аутентично и интерактивно взаимодействие народа и власти, происходящее в прямом эфире. Целью данной статьи стало изучение интерактивных элементов, используемых для организации общения президента и народа в передаче, а также степени интерактивности данных элементов. Под интерактивными элементами понимаются вопросы зрителей, поданные в различной форме, и ответы президента – спровоцированное общение президента и телезрителей. В ходе первого этапа исследования были определены основные интерактивные элементы, на втором этапе согласно выделенным критериям исследована степень их интерактивности. Как и предполагали авторы, передача с первого до последнего выпуска строится на сочетании элементов с высоким и низким уровнем интерактивности, что позволяет создателям «прямой линии» решать целый ряд социально значимых задач. Исследование также показало, что увеличение количества интерактивных элементов не свидетельствует о повышении уровня интерактивности передачи.

Ключевые слова: *политическая журналистика, общественно-политическое вещание, интерактивность, медиаинтерактивность, «Прямая линия с Владимиром Путиным», политическая активность.*

Yulia I. Dolgova, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Television and Radio Broadcasting, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: YIDolgova@gmail.com

Marina V. Pimenova, Editor of the Business News group of the NTV television program "Today", Moscow, Russia; e-mail: pimenova1993@list.ru

INTERACTIVE ELEMENTS IN THE PROGRAM "DIRECT LINE WITH VLADIMIR PUTIN" (2001–2018)

"Direct Line with Vladimir Putin" is a unique format of Russian socio-political broadcasting provoking a steady interest of the television audience. At the same time, it causes a discussion about authenticity and interactivity of communication between people and authorities in a live phone-in. The purpose of this article was to study the interactive elements used to generate communication between the President and people in the programme, ways to combine them and the degree of interactivity of these elements. As interactive elements, we understand any question from viewers put in different forms and the President's answers. The article proposes the criteria of interactivity of these elements. During the first stage of the study, the interactive elements were identified, in the second stage, according to the selected criteria, the degree of their interactivity was determined. As expected by the authors, all the installments of the program are based on a combination of elements with high and low degree of interactivity, which allows the founders of the program to realize a range of socially important tasks. It was found that during the first three installments the share of the elements with high degree of interactivity was slightly higher than that of the elements with low degree of interactivity. The study also showed that the increase in the number of interactive elements does not indicate an increase in the level of interactivity of the "Direct Line".

Key words: *political journalism, socio-political broadcasting, interactivity, media interactivity, "Direct Line with Vladimir Putin", political activism.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2020.5978

Специфика программы «Прямая линия» и ее роль в политическом пространстве

Программа «Прямая линия с Владимиром Путиным»[1] является уникальным телевизионным форматом, который был разработан и запущен на российском телевидении в 2001 г., в начале первого президентского срока Владимира Путина. «Прямая линия» стабильно пользуется популярностью у телезрителей, показывая высокие значения рейтинга и доли, несмотря на тенденцию их снижения[2]. В 2018 г. передача, вышедшая в дневном эфире 7 июня, тем не менее заняла четвертое место в рейтинге «100 наиболее по-

пулярных программ среди россиян в возрасте старше 4 лет», уступив лидерство программам прайм-тайма «Пусть говорят» и «Время» («Первый канал») и «Местное время» («Россия 1») и первое место по доле среди передач, вошедших в топ-100, получив рейтинг 4% и долю 23,9%. В 2019 г. рейтинги передачи еще снизились: на этот раз «прямая линия» заняла 9 место с рейтингом 2,9% и долей 19,8%[3]. Однако показатели доли по-прежнему были самые высокие среди проектов, вошедших в топ-100. Данный факт свидетельствует о том, что, несмотря на то что меньшее количество людей стало смотреть «прямую линию», те, кто включает телевизор в это время, смотрит преимущественно ее.

Один из главных векторов обсуждения передачи связан со степенью ее подготовленности. С самого начала своего существования «прямая линия» вызывала недовольство публицистов[4] и исследователей за то, что телевизионный разговор президента с народом готовится заранее. Тот факт, что эфиру предшествует кропотливая работа по сбору вопросов, их отбору и общению с репликантами[5], не скрывается. Об этом говорил и президент во время одной из «прямых линий», и пресс-секретарь президента Дмитрий Песков[6]. В 2019 г. процессу предварительного изучения президентом вопросов, заданных гражданами различными способами, были посвящены специальные сюжеты в информационных программах накануне записи.

Мы считаем дискуссию вокруг данной темы малоконструктивной. Да, общение главы государства с гражданами в прямом эфире нуждается в предварительной подготовке. Стоит также отметить, что большинство разговорных телепередач записывается по сценарию, обозначающему круг вопросов, которые будут заданы героям в эфире (Кемарская, 2004; Кузнецов, 2004). Фокусирование внимания исследователей только на данной проблеме, на наш взгляд, мешает более детальному изучению «прямой линии» как информационного, коммуникационного, имиджевого ресурса современного политического пространства России, выявлению причин его дисфункциональности.

Отмечая важную роль данной передачи в современной политической системе (Балуев, Чекулаев, 2010; Долгова, 2014; Коротков и др., 2017), исследователи выделяют ряд выполняемых ею функций, среди которых «эффект общения» президента и рядовых граждан страны без посредников, интеграция, изучение общественного запроса, интерпретация политики правящей элиты для населения (Балуев, Чекулаев, 2010: 318–319).

Информирование граждан о позиции главы государства по актуальным проблемам; ответы на вопросы, волнующие население; создание «эффекта общения» – задачи, решение которых служит важной цели любого демократического государства – вовлечению граждан в политический процесс. К сожалению, низкая политическая активность, нежелание людей принимать участие в политической жизни общества – одна из актуальных проблем современного общества (Долгова, 2018; Brants, Voltmer, 2011; Kuhn, Nielsen, 2013; Papathanassopoulos, Negrine, 2015). Одновременно некоторые исследователи полагают, что телевизионные передачи диалогического характера могут рассматриваться как ресурс, способствующий созданию публичной сферы (Habermas, 1984, 1989), позволяющей всем сообща обсуждать актуальные проблемы (Livingstone, Lunt, 1994), особенно в современных условиях, когда телевизионная коммуникация обогащается возможностями мультимедийных технологий (McNair, Hibberd, 2003; Коханов, 2015; Лукина (ред.), 2013). К такого рода передачам мы относим и «прямую линию». Таким образом, изучение интерактивных элементов программы, способствующих созданию «эффекта общения» в данной передаче, считаем вопросом актуальным и значимым.

Интерактивные элементы телевизионной передачи

По форме организации материала «Прямая линия с Владимиром Путиным» ближе всего к телевизионному формату ток-шоу. Под ток-шоу мы понимаем формат телепрограммы, драматургия которого строится вокруг телевизионного разговора в студии, в котором принимают участие присутствующие на передаче и/или телезрители (Гуленко, Долгова, 2016: 107; Timberg, Erler, 2002: 21).

Американский исследователь Пэдди Сканнелл, основываясь на концепции парасоциального взаимодействия (Horton, Wohl, 1956), выделял два фактора, способствующих вовлечению телезрителей в коммуникацию. Первый – само поведение ведущего, его обращение непосредственно к зрителю, помогающее установлению контакта. Второй – наличие публики в студии, которая может восприниматься телеаудиторией как дублер/представитель (Scannell, 1996). Останавливаясь на втором моменте, необходимо отметить, что похожий феномен мы наблюдаем и в программе «Прямая линия с Владимиром Путиным», когда телезрители могут воспринимать себя на месте тех, кто задает вопрос и ведет диалог с президентом.

Интерактивность – параметр, часто используемый для анализа средств массовой информации, особенно на фоне широкого распространения Интернета, однако недостаточно теоретизированный (Bucy, 2004; Neuman, 2008; Sundar, 2004). В этом нет ничего удивительного: коммуникация посредством Сети – слишком молодой феномен. Многие явления, связанные с ней, например мультимедийность (Кульчицкая, 2018) или интерактивность, недостаточно хорошо изучены как в теоретическом, так и в практическом плане. При определении интерактивности выделяются подходы, рассматривающие интерактивность как параметр, связанный с процессом коммуникации, с восприятием коммуникации; а также являющийся характеристикой средства коммуникации (в первую очередь новых медиа) (Kiousis, 2002; McMillan, Hwang, 2002; Rafaeli, Ariel, 2007). Российским исследователям близок первый подход. Интерактивность не определяется как качество, присущее исключительно интернет-СМИ, однако в данном случае оно усилено новыми возможностями: общение разворачивается в одной физической среде, может принимать синхронный характер (Лукина (ред.), 2013).

Телевидение преимущественно рассматривается как однонаправленное средство массовой коммуникации (Neuman, 2008), тем не менее некоторые исследователи формата ток-шоу обращают внимание на элементы передачи, которые вовлекают публику в студии и телезрителей у экранов домашних приемников в разговор (Гуленко, 2016: 63), называя их интерактивными, а коммуникацию, организованную в ходе общения, антропоцентрической (Дугин, Куприянов, 2017: 87). Размышляя о воздействии новых технологий на процесс телевизионного потребления, все больше исследователей пишут о смене парадигмы взаимодействия телезрителя и производителя ТВ-контента, отмечая, что «цифра ведет к смене моделей коммуникации, переходу от «субъектно-объектных» к «субъектно-субъектным» отношениям» (Каратаев, 2017:150). Однако в реальном пространстве большого телевидения, которое стало предметом изучения в данной статье, таких изменений наблюдать пока не приходится.

Мы не считаем, что интерактивность присуща только новым средствам коммуникации. На наш взгляд, телевидение как раз то СМИ, которое способно вовлекать потребителей информации во взаимодействие. Именно телевидение, начиная с достаточно ранних этапов своего существования, стало активно привлекать телевизионных зрителей к созданию контента, не только предлагая звонить/писать в редакцию, но и приглашая на запись программы, где

аудитория в студии становилась непосредственным участником телевизионного действия (Кемарская, 2004; Кузнецов, 2004; Гуленко, 2016; Поберезникова, 2004). Современные средства связи значительно расширили возможности телезрителей по взаимодействию с героями телевизионных программ и ее ведущим, однако увеличили ли степень интерактивности данного взаимодействия?

Особенность телепередачи «Прямая линия с Владимиром Путиным» заключается как раз в возможности создать «эффект общения» простых граждан страны и первого лица государства. Однако, как было сказано выше, данная задача не является единственной. «Эффект общения» создается за счет обращения продюсеров к интерактивным элементам высокой степени интерактивности, тогда как наличие элементов низкой степени интерактивности позволяет решать другие задачи: интерпретация политики правящей элиты для населения, артикуляция актуальной повестки, создание положительного образа власти.

Методология

Целью исследования стало изучение интерактивных элементов, выделение параметров для оценки степени их интерактивности, а также анализ эволюции интерактивных элементов в программе «прямая линия». Под интерактивными элементам понимаются вопросы и ответы граждан, спровоцированное общение в передаче. Классификация интерактивных элементов создается на основе способа, определяющего характер дальнейшего взаимодействия. Для того чтобы определить удельный вес того или иного интерактивного элемента в передаче, было подсчитано общее количество вопросов, заданных тем или иным способом в ходе каждой «прямой линии», и определена их доля в передаче в процентах.

На первом этапе исследования мы определим способы, которыми осуществляется взаимодействие с телезрителем, в результате чего будут систематизированы используемые в проекте интерактивные элементы, а также долю данных интерактивных элементов в каждой программе. На втором – выявим уровень интерактивности выделенных элементов, чтобы выяснить, как сочетаются в передаче элементы высокой и низкой степени интерактивности, а также проследить эволюцию степени интерактивности передачи за годы ее существования.

Для исследования интерактивности мы будем основываться на характеристиках, которые традиционно выделяются исследователя-

ми медиа при описании/изучении интерактивности: двухстороннее общение (возможность диалога), общение в реальном времени, контроль над коммуникацией (McMillan, Hwang, 2002). Тем не менее мы предполагаем, что контроль над коммуникацией в телевизионной передаче принадлежит ее организаторам. Вместо этого вводится такой параметр, как «вопрос задается лично телевизионным зрителем», мы слышим или видим этого зрителя, судим об искренности его слов. Таким образом, для определения степени интерактивности использовались следующие характеристики, которым должно было удовлетворять общение президента и граждан: общение происходит в реальном времени; вопрос задается зрителем лично; присутствует возможность диалога президента и граждан.

В выборку эмпирического материала были включены все 16 выпусков программы, вышедших в период с 2001 по 2018 г. (в 2004 и 2012 г. программы в эфире не было). Были просмотрены полные записи телетрансляций, опубликованные на интернет-портале *YouTube*, также для более детального анализа контента авторами были изучены стенограммы указанных выпусков на сайте *kremlin.ru*.

В ходе подготовки исследования нами были сформулированы следующие гипотезы. Учитывая, что со временем в программах начали использоваться новые информационные технологии, мы предположили:

- авторы «прямой линии» стремятся к постепенному обогащению программы различными интерактивными элементами.

Так как у «прямой линии» богатая функциональная нагрузка, которая связана не только с созданием пространства для обсуждения важных вопросов внешней и внутренней политики, но и с актуализацией политической повестки, ее интерпретацией для граждан, созданием положительного образа власти, мы также предположили, что:

- несмотря на рост разнообразия интерактивных элементов, стоящие перед передачей цели и задачи будут определять наличие в ее сценарии элементов с низким и высоким уровнем интерактивности примерно в равных пропорциях независимо от вида данных элементов.

Эволюция интерактивных элементов 2001–2018 гг.

На первом этапе исследования мы выделили десять видов интерактивных элементов согласно форме, в которой задается вопрос гражданами: вопросы ведущих; вопросы, заданные в ходе

прямых включений; вопросы гостей в студии; заданные посредством телефонных звонков; пришедшие при помощи СМС и ММС; с сайта программы; из социальных сетей; предварительно записанные видеовопросы; прямая видеосвязь; без указания канала получения. Рассмотрим особенности данных интерактивных элементов и их использование при подготовке «прямых линий».

Первый из элементов – *вопросы ведущих*. Поскольку по своему жанру «Прямая линия с Владимиром Путиным» – это пресс-конференция, она нуждается в модераторе, который будет направлять дискуссию, предоставляя слово различным участникам общения. Несмотря на то что в данном случае вопрос задается не зрителем, ведущие выступают в качестве их представителей в телевизионной студии, поднимая те темы, которые затрагивали граждане в своих обращениях к президенту.

Большую долю эфира с первых выпусков программы занимают *прямые включения* из различных регионов Российской Федерации, в ходе которых граждане получают возможность поговорить с главой государства. Для записи вопросов потенциальных репликантов собирают в каком-либо знаковом месте. Вопросы участников прямого включения, как правило, звучат от лица группы, задействованной в коммуникации, представляя ее интересы, иногда касаются личных социальных проблем.

С первых выпусков зрителям предоставлена возможность использовать в качестве коммуникационного канала телефон. В рамках «прямой линии» россияне также могут обратиться к Владимиру Путину на сайте программы – *http://moskva-putinu.ru/*. В течение эфира их вопросы озвучиваются ведущими, если с точки зрения редакторского коллектива поднятые в них темы являются актуальными и значимыми для реализации целей проекта.

Начиная с первых выпусков передачи в ней присутствуют вопросы без указания канала получения – т. е. те, которые были заданы зрителями программы, но, озвучивая их, президент или ведущие не уточняют, какой технический способ связи был выбран телезрителем. К данному виду вопросов преимущественно относятся те, которые зачитываются президентом в конце «прямой линии» в форме дайджеста. Такой обзор позволяет охватить наибольшее количество тем и мнений за малую единицу времени.

Значительную долю эфира в первых программах занимают вопросы, заданные с помощью прямых включений. Например, в 2001 г. объем данного вида интерактивных элементов составил 47% (см. табл. 1).

Таблица 1

Интерактивные элементы в программе (%)

Год выпуска/ Виды вопросов	**2001**	**2002**	**2003**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Вопросы от ведущих	4	4	7	5	2	3	4	6	7	8	10	19	16	7	11	13
Прямые включения	47	44	42	45	55	54	18	20	19	10	12	19	18	14	22	21
Звонки по телефону	26	17	19	12	15	10	14	6	8	6	8	5	5	6	5	5
Сайт программы	9	10	7	5	6	3	1	11	-	11	6	1	1	4	3	3
СМС и ММС	-	-	-	3	6	14	6	4	11	4	8	6	10	6	5	1
Гости в студии	-	-	-	-	-	-	21	19	19	32	26	14	19	27	16	-
Записанные видеовопросы	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	6	6	3	7
Прямая видеосвязь	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5	3
Соцсети	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	3	4
Зачитанные ведущими и президентом без указания канала получения	15	25	24	30	17	16	35	35	35	29	30	31	24	25	27	43

В некоторых случаях показатели дают сумму 99% или 101%, поскольку в столбцах было применено округление в большую или меньшую сторону.

В 2005 г. зрители впервые получили возможность отправлять вопросы при помощи СМС и ММС. В силу своего формата СМС-реплики являются небольшими по объему. В них отсутствуют многословные рассуждения, дополнительная справочная информация. Как правило, данный вид интерактивных элементов предполагает разговор на общеполитические темы, не касающийся проблем социальных.

В этот период значительную долю интерактивных элементов в передаче по-прежнему составляли вопросы, заданные посредством прямых включений (45%), увеличилась доля вопросов без указания канала получения (30%).

В 2008 г. серьезно изменился формат «прямой линии»: в студии появилась публика, которая получила возможность задавать вопросы. В разные годы на эфир приглашались как немедийные личности (в частности, вице-президент Ассоциации полярников Николай Корнилов, студент Ростовского железнодорожного университета Евгений Абубакиров, жительница посёлка Береговой Алевтина Рапацевич), так и хорошо известные россияне (в частности, бывший министр финансов Алексей Кудрин, директор Государственного Эрмитажа Михаил Пиотровский, главный редактор радиостанции «Эхо Москвы» Алексей Венедиктов). Этих людей мы, так или иначе, можем отнести к лидерам мнений, точка зрения которых важна аудитории (Katz, Lazarsfeld, 1955). Вопросы гостей в студии сразу заняли весомую долю в программе (21%), отобрав эфирное время у традиционного лидера – прямых включений (18%).

В 2011 г. количество вопросов, заданных гостями в студии, достигло рекордных показателей (32%), опередив количество вопросов без указания канала получения (29%).

В 2014 г. в программе впервые были использованы современные видеотехнологии. Сначала появились вопросы, заданные в предварительно записанном видеообращении. Предполагалось, что зрители могут подготовить небольшие ролики, а затем отправить их через сайт *moskva-putinu.ru* или с помощью специального приложения «Москва, Путину» для смартфонов и планшетов. Однако данный вид контента занял незначительное место в программе (4%).

С 2016 г. «прямая линия» стала использовать для коммуникации между гражданами и Владимиром Путиным социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники». Вопросы из социальных сетей (4%) по уровню интерактивности похожи на интерактивный эле-

мент «вопросы с сайта программы»: мы не видим задающего вопрос, автор текста не может вступить в диалог с президентом.

В этот же период появились вопросы, заданные в ходе прямой видеосвязи с главой государства (всего 1% всех интерактивных элементов). В отличие от записанных видеовопросов, в этом случае Владимир Путин может вступить в беседу со зрителем.

В выпуске 2018 г. технология видеосвязи в прямом эфире использовалась для организации видеоконференции с губернаторами и профильными министрами, впервые с 2008 г. в студии отсутствовала публика. Зрители получили возможность наблюдать телевизионную реальность сразу в нескольких окнах на экранах телевизоров, что приблизило программу по стилистике к интернет-ресурсу. Основную массу интерактивных элементов составили вопросы без указания канала получения (43%).

Степень интерактивности элементов программы

Все выделенные элементы можно оценить по степени интерактивности по указанным параметрам: общение в реальном времени, вопрос задается зрителем лично, возможность диалога (см. табл. 2).

Таблица 2

Степень интерактивности выделенных элементов

Характеристики / Виды интерактивных	**Общение в реальном времени**	**Вопрос задается зрителем лично**	**Возможность диалога**
Вопросы ведущих (2001–2018)	–	–	–
Прямые включения (2001–2018)	+	+	+
Телефонные звонки (2001–2018)	+	+	–
СМС и ММС (2005–2018)	–	–	–
С сайта программы (2001–2018)	–	–	–
От гостей в студии (2008–2017)	+	+	+
Предварительно записанные видеовопросы (2014–2018)	–	+	–
Прямая видеосвязь (2016–2018)	+	+	+
Из социальных сетей (2016–2018)	–	–	–
Без указания канала получения (2001–2018)	–	–	–

Вопросы были распределены по группам в зависимости от степени интерактивности.

Первая группа – вопросы с высоким уровнем интерактивности (зритель задает вопрос напрямую президенту в реальном времени, присутствует возможность диалога). К данному виду можно отнести:

- вопросы, озвученные в ходе прямых включений;
- вопросы гостей в студии;
- вопросы, заданные по видеосвязи.

Вторая группа – вопросы с относительно высоким уровнем интерактивности (зритель сам озвучивает вопрос, но на экране его не видно; как правило, он не вступает в прямой диалог с президентом). К ним можно отнести:

- вопросы, заданные по телефону.

Третью группу составили вопросы со средним уровнем интерактивности (зритель сам озвучивает вопрос, но не вступает в диалог с президентом, общение происходит не в реальном времени):

- предварительно записанные видеовопросы.

Четвертая группа – вопросы с низким уровнем интерактивности (вопрос зрителя озвучивают ведущие или Владимир Путин). К этой группе были отнесены вопросы, полученные посредством:

- СМС и ММС;
- сайта программы;
- социальных сетей;
- без указания канала получения;
- вопросы ведущих.

Именно к третьей группе, характеризующейся низким уровнем интерактивности, было отнесено большее количество видов взаимодействия, осуществляемого в ходе эфира.

В результате систематизации вопросы с одинаковым уровнем интерактивности были объединены в соответствующие группы, что позволило проследить эволюцию интерактивных элементов в «прямой линии» (см. рис. 1)

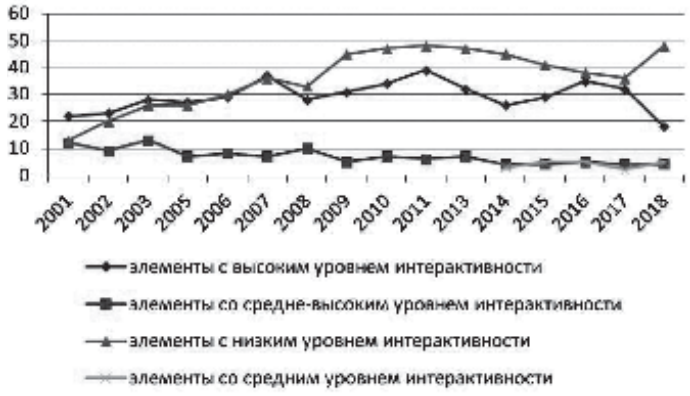


Рисунок 1. Эволюция интерактивных элементов в программе «Прямая линия с Владимиром Путиным»

Исследование показало, что первый выпуск «прямой линии» (2001) обладал высокой степенью интерактивности. С 2005 по 2007 гг. доля элементов с высоким и низким уровнем интерактивности была практически идентична, похожий период наблюдался в 2016–2017 гг. С 2008 г. начал расти разрыв между элементами с высоким и низким показателем интерактивности, со значительным преобладанием первых. Данная тенденция наблюдалась до 2014 г., затем отставание элементов с низким уровнем интерактивности стало сокращаться. Особо стоит отметить 2011 г., когда в период протестных настроений в России, телепроект характеризовался максимальным количеством элементов с высоким уровнем интерактивности и значительным количеством элементов с низким уровнем интерактивности при большом хронометраже телепередачи.

Стоит отметить, что последний анализируемый выпуск программы (2018), в котором вновь изменился формат диалога в студии, отличался значительным количеством элементов с низким уровнем интерактивности.

Интерактивные элементы: содержательный и технологический аспект

В ходе эфира «прямой линии» нельзя ожидать «субъектно-субъектного» взаимодействия телевизионных зрителей и президента или продюсеров программы, несмотря на активное обраще-

ние авторов к интернет-коммуникации, что и подтверждают результаты исследования. Анализ интерактивных элементов программы «Прямая линия с Владимиром Путиным», как и предполагалось в первой обозначенной гипотезе, продемонстрировал увеличение диапазона интерактивных элементов по мере развития современных информационных технологий. Расширился спектр способов, с помощью которых телевизионный зритель может взаимодействовать с президентом. Вместе с тем нельзя утверждать, что с диверсификацией интерактивных средств выросла и интерактивность самой передачи, о чем свидетельствует, например, эфир «прямой линии» 2018 г., созданный при помощи значительного количества элементов с низким уровнем интерактивности. Вопрос продуцирования данной программой «эффекта общения» лежит скорее в плоскости экономической и политической, чем технологической.

Была подтверждена и вторая гипотеза. Исследование показало, что все выпуски программы строятся на схожем количестве элементов с высоким и низким уровнем интерактивности. Очевидно, именно данная закономерность обеспечивает многофункциональность проекта, позволяя создавать «эффект общения» президента и граждан, актуализировать в программе важные темы политической повестки, создавать положительный образ власти.

Одновременно тема интерактивности передачи неизбежно возвращает наше внимание к проблеме доверия телевизионных зрителей к создаваемому в ней «эффекту общения», и этот вопрос требует дальнейшего изучения, возможно, с привлечением опросов общественного мнения. На наш взгляд, данный аспект проблемы связан не с разнообразием интерактивных элементов, а с качеством их использования. Анализ содержания выпусков передачи позволяет утверждать, что не всегда даже наличие элемента «высокой степени интерактивности» создает ощущение аутентичности взаимодействия и всего происходящего на экране. То, в чем упрекают критики авторов с самого начала существования «прямой линии», – искусственность беседы с героями, попытки скрыть очевидные вещи – по-прежнему встречается в ходе эфиров. И данные проблемы связаны не с президентом, а с командой, организующей общение. Например, на экране во время эфира мы видим, что корреспондент собирается взять интервью у главного врача поликлиники: он стучится в кабинет, входит, изображая удивление, что будущий его собеседник оказался на рабочем мес-

те. Стоит ли продюсерам инсценировать эмоции, в которые не поверят? О правилах искреннего поведения на экране было много написано великими теоретиками кино и телевидения, такими как Дз. Вертов (1966), И. Андронников (1975), В. Саппак (1988) и многие другие. На наш взгляд, именно вектор, связанный с анализом аутентичности взаимодействия президента и граждан в ходе эфира, перспективен для дальнейших исследований данного эфирного продукта. С точки зрения практико-ориентированного подхода важным также будет выявление причин, поиск путей устранения искажений «эффекта общения» в ходе передачи.

Примечания

[1] Первоначально передача имела название «Прямая линия с Президентом России». После избрания президентом России Дмитрия Медведева председатель правительства Владимир Путин продолжил отвечать в прямом эфире на вопросы граждан, программа была переименована в «Разговор с Владимиром Путиным. Продолжение», а с 2013 г. называется «Прямая линия с Владимиром Путиным». В статье анализируются все версии передачи под общим названием «Прямая линия с Владимиром Путиным», кратко – «прямая линия».

[2] *Фохт Е., Горяшко С.* Аудитория «прямой линии» Путина упала до шестилетнего минимума // Русская служба BBC news. 2018. 13 июня. Режим доступа: https://www.bbc.com/russian/news-44469305/ (дата обращения: 29.01.2020).

[3] Результаты исследований аудитории СМИ // Медиаскоп. Режим доступа: http://mediascope.net/services/media/ (дата обращения: 29.01.2020).

[4] *Филипов Д.* «Весь этот цирк»: Путин подвергается критике со стороны нищих, озлобленных россиян в прямом эфире // Иносми.ру. 2017. 15 июня. Режим доступа: https://inosmi.ru/politic/20170615/239595775.html (дата обращения: 29.01.2020).; Г*оряшко С., Козлов П.* «Засиделся на троне: неудобные вопросы Путину одобрили в Кремле // BBC. 2017. 20 июня. Режим доступа: https://www.bbc.com/russian/features-40341871 (дата обращения: 29.01.2020).

[5] Так в телевизионной индустрии принято называть людей, выступающих в программах с вопросами и комментариями.

[6] Песков: с участниками «прямой линии» проводят организационные встречи, но не репетиции// ТАСС. 2017. 14 июня. Режим доступа: https://tass.ru/politika/4335139 (дата обращения: 29.01.2020).

Библиография

Андроников И. Слово написанное и слово сказанное // Соч.: в 2 т. Т. 2. М., 1975.

Балуев Д. Г., Чекулаев Е. П. Информационная политика и формы интерактивного взаимодействия в современной России // Международные отношения. Политология. Регионоведение. Вестн. Нижегородск. ун-та имени Н. И. Лобачевского. 2010. № 5 (1). С. 317–321.

Вертов Д. Статьи. Дневники. Замыслы. М.: Искусство, 1966.

Гуленко П. В. Общественно-политическое ток-шоу на телеканале НТВ: проектирование формата // МедиаАльманах. 2016. № 4. С. 56–64.

Гуленко П. В., Долгова Ю. И. Проблемы классификации современных передач: сущностные характеристики формата «ток-шоу» // Вестн. РУДН. Сер.: Литературоведение. Журналистика. 2016. № 3. С.102–110.

Долгова Ю. И. Реализация общественного запроса в телепрограммах «Прямая линия с Президентом России» и «Разговор с Владимиром Путиным. Продолжение» // Социальные аспекты современного вещания в России. М.: Фак. журн. МГУ, 2014. С. 10–24.

Долгова Ю. И. Трансформация общественно-политического телевещания в постсоветский период: факторы, параметры, проблемы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2018. № 5. С. 62–83. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.6282

Дугин Е. Я., Куприянов О. А. Антропоцентрическая модель коммуникации в контексте ценностных предпочтений телевизионной аудитории // Гуманитарий Юга России. 2017. Т. 6. № 5. С. 82–91. DOI: https://doi.org/10.23683/2227-8656.2017.5.6

Каратаев Р. Ю. Последствия перехода в России на цифровое вещание для регионального ТВ // Вестн. КГУ. 2017. № 3. С. 150–154.

Кемарская И. Н. Телевизионный редактор. М.: Аспект Пресс, 2004.

Коротков П. А., Матвеева О. А., Рыжакова О. Е., Загайнова Е. А. Актуальность количественной оценки качества прямого взаимодействия граждан и власти // Государство и гражданское общество: политика, экономика, право. 2017. № 4. С. 199–207.

Коханов Е. Ф. Политические ток-шоу: диалогичность и интерактивность //Вопросы теории и практики журналистики. 2015. 4 (1). С. 50–59.

Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

Кульчицкая Д. Ю. Мультимедиа как коммуникационный феномен: анализ зарубежных исследований // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2018. № 6. С. 94–112. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2018.94112

Лукина М. М. (ред.) Интернет-СМИ: Теория и практика. М.: Аспект Пресс, 2013.

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

Саппак В. С. Телевидение и мы. М.: Искусство, 1988.

Brants K., Voltmer K. (2011) Mediatization and De-centralization of Political communication. In *Political Communication in Postmodern Democracy: Challenge the Primacy of Politics*. London: Palgrave Macmillan. Pp. 1–18. DOI: 10.1057/9780230294783

Bucy E. P. (2004) Interactivity in Society: Locating an Elusive Concept. *The Information Society* 20: 373–383. DOI: https://doi.org/10.1080/01972240490508063

Habermas J. (1984) The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964). *New German Critique* 3 Autumn: 49–55.

Habermas J. (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society.* Cambridge: MIT Press.

Horton D., Wohl R. R. (1956) Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry* 19 (3): 215–229. DOI: https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049

Katz E., Lazarsfeld P. F. (1955) *Personal Influence*. Glencoe, IL: The Free Press.

Kiousis S. (2002) Interactivity: a Concept Explication. *New Media and Society* 4 (3): 355–383. DOI: https://doi.org/10.1177/146144480200400303

Kuhn R. and Nielsen R. K. (eds.) (2013) *Political Journalism in Transition: Western Europe in a Comparative Perspective*. London: I. B. Tauris.

Livingstone S., Lunt P. (1994) *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*. London, New York: Routledge.

McMillan S. J., Hwang J. S. (2002) Measures of Perceived Interactivity: An exploration of the Role of Direction of Communication, User Control, and Time in Shaping Perceptions of Interactivity. *Journal of Advertising* 31(3): 29–42. DOI: https://doi.org/10.1080/00913367.2002.10673674

McNair B., Hibberd M. (2003) Mediated Access Political Broadcasting, the Internet and Democratic Participation. In *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Goteborg: Nordicom. Pp. 269–285.

Neuman W. R. (2008) Interactivity, Concept of. In *International Encyclopedia of Communication*. Pp: 2318–2322. DOI: https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieci043

Papathanassopoulos S., Negrine R. (2015) A Crisis in Political Communication? In *European Media in Crisis, Values, Risks and Policies*. New York: Routledge. Pp. 147–160.

Rafaeli S., Ariel Y. (2007) Assessing Interactivity in Computer-Mediated Research. In *Oxford Handbook of Internet Psychology*. Pp. 71–88. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0006

Scannell P. (1996) *Radio, Television and Modern Life. A Phenomenological Approach*. Oxford: Blackwell.

Sundar S. S. (2004) Theorizing Interactivity's Effects. *The Information Society* 20 (5): 387–391. DOI: https://doi.org/10.1080/01972240490508072

Timberg B. M., Erler R. J. (2002) *Television Talk: a History of the TV Talk Show*. Austin: University of Texas Press.

Notes

Filipov D. (2017) «Ves' etot tsirk»: Putin podvergaetsya kritike so storony nishchikh, ozloblennykh rossiyan v pryamom efire ["All this Circus": Putin is Criticized by the Angry Russians in the Live Broadcast]. *Inosmi* 15 June. Available at: https://inosmi.ru/politic/20170615/239595775.html (accessed: 29.01.2020).

Fokht E., Goryashko S. (2018) Auditoriya «pryamoy linii» Putina upala do shestiletnego minimuma [Putin's "Prymaya liniya" Audience Fell to a Six-year

Low]. *Russkaya sluzhba BBC news* 13 June. Available at: https://www.bbc.com/russian/news-44469305/ (accessed: 29.01.2020).

Goryashko S., Kozlov P. (2017) Zasidelsya na trone: neudobnye voprosy Putinu odobrili v Kremle ["Sat on the Throne": Tough Questions for Putin are Approved by the Kremlin]. *BBC* 20 June. Available at: https://www.bbc.com/russian/features-40341871 (accessed: 29.01.2020).

Peskov: s uchastnikami «pryamoy linii» provodyat organizatsionnye vstrechi, no ne repetitsii [Peskov: Organizational Meetings are Held with the "Pryamya Liniya" Participants, but not the Rehersals]. *TASS* 14 June. Available at: https://tass.ru/politika/4335139 (accessed: 29.01.2020).

Rezul'taty issledovaniy auditorii SMI [Results of Audience Survey]. *Mediaskop*. Available at: http://mediascope.net/services/media/ (accessed: 29.01.2020).

References

Andronikov I. (1975) *Slovo napisannoe i slovo skazannoe. V 2 t. T .2* [The Word Written and the Word Spoken. In 2 Vol. Vol. 2]. Moscow. (In Russian)

Baluev D. G., Chekulaev E. P. (2010) Informacionnaya politika i formy interaktivnogo vzaimodejstviya v sovremennoj Rossii [Information Policy and Forms of Interactive Communication in Modern Russia]. *Mezhdunarodnye otnosheniya. Politologiya. Regionovedenie. Vestn. Nizhegorodsk. un-ta im. N. I. Lobachevskogo* 5 (1): 317–321. (In Russian)

Brants K., Voltmer K. (2011) Mediatization and De-Centralization of Political Communication. In *Political Communication in Postmodern Democracy: Challenge the Primacy of Politics*. London: Palgrave Macmillan. Pp. 1–18. DOI: 10.1057/9780230294783

Bucy E. P. (2004) Interactivity in Society: Locating an Elusive Concept. *The Information Society* 20: 373–383. DOI: https://doi.org/10.1080/01972240490508063

Dolgova Yu. I. (2014) Realizaciya obshchestvennogo zaprosa v teleprogrammah «Pryamaya liniya s Prezidentom Rossii» i «Razgovor s Vladimirom Putinym. Prodolzhenie» [Implementation of Public Demand in TV Programs "Direct Line With the President of Russia" and "Conversation with Vladimir Putin. Continuation"]. In *Social'nye aspekty sovremennogo veshchaniya v Rossii* [Social Aspects of Modern Russian Broadcasting]. Moscow: Fak. zhurn. MGU. Pp.10–24. (In Russian)

Dolgova Yu. I. (2018) Transformaciya obshchestvenno-politicheskogo televeshchaniya v postsovetskij period: faktory, parametry, problemy [Transformation of Socio-Political Television Broadcasting in the Post-Soviet Period: Factors, Parameters and Challenges]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5: 62–83. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.6282 (In Russian)

Dugin E. Ya., Kupriyanov O. A. (2017) Antropocentricheskaya model' kommunikacii v kontekste cennostnyh predpochtenij televizionnoj auditorii [Anthropocentric Model of Communication in the Context of Value Preferences of

the Television Audience]. *Gumanitarij Yuga Rossii* 5 (6): 82–91. DOI: https://doi.org/10.23683/2227-8656.2017.5.6 (In Russian)

Gulenko P. V. (2016) Obshchestvenno-politicheskoe tok-shou na telekanale NTV: proektirovanie formata [Socio-Political Talk Show on the NTV Channel: Format Designing]. *MediaAl'manah* 4: 56–64. (In Russian)

Gulenko P. V., Dolgova Yu. I. (2016) Problemy klassifikacii sovremennyh peredach: sushchnostnye harakteristiki formata «tok-shou» [Problems of Classification of Modern Television Programs: the Essential Characteristics of the Talk Show Format]. *Vestn. RUDN. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika* 3: 102–110. (In Russian)

Habermas J. (1984) The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964). *New German Critique* 3 Autumn: 49–55.

Habermas J. (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: MIT Press.

Horton D., Wohl R. R. (1956) Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry* 19 (3): 215–229. DOI: https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049

Karataev R. Yu. (2017) Posledstviya perekhoda v Rossii na cifrovoe veshchanie dlya regional'nogo TV [Consequences of Transition to Digital Broadcasting in Russia for Regional TV]. *Vestnik KGU* 3: 150–154. (In Russian)

Katz E., Lazarsfeld P. F. (1955) *Personal Influence*. Glencoe, IL: The Free Press.

Kemarskaya I. N. (2004) *Televizionnyj redaktor* [Television Editor]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Kiousis S. (2002) Interactivity: a Concept Explication. *New Media and Society* 4 (3): 355–383. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444802004003 03

Kohanov E. F. (2015) Politicheskie tok-shou: dialogichnost' i interaktivnost' [Political Talk Shows: Dialogueness and Interactivity]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 4 (1): 50–59. (In Russian)

Korotkov P. A., Matveeva O. A., Ryzhakova O. E., Zagajnova E. A. (2017) Aktual'nost' kolichestvennoj ocenki kachestva pryamogo vzaimodejstviya grazhdan i vlasti [Relevance of Quantitative Assessment of the Quality of Direct Interaction Between Citizens and Authorities]. *Gosudarstvo i grazhdanskoe obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* 4: 199–207. (In Russian)

Kuhn R., Nielsen R. K. (eds.) (2013) *Political Journalism in Transition: Western Europe in a Comparative Perspective*. London: I. B. Tauris.

Kul'chickaya D. Yu. (2018) *Mul'timedia kak kommunikacionnyj fenomen: analiz zarubezhnyh issledovanij*. [Multimedia as a Communication Phenomenon: an Analysis of Foreign Scholarly Research]. *Vestn. Mosk. un-ta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6: 94–112. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2018.94112 (In Russian)

Kuznecov G. V. (2004) *Tak rabotayut zhurnalisty TV* [TV Journalist Work This Way]. Moscow: Izd-vo Mosk. un-ta. (In Russian)

Livingstone S., Lunt P. (1994) *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*. London, New York: Routledge.

Lukina M. M. (ed.) (2013) *Internet-SMI: meoriya i praktika* [Internet Media: Theory and Practice]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

McMillan S. J., Hwang J. S. (2002) Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role of Direction of Communication, User Control, and Time in Shaping Perceptions of Interactivity. *Journal of Advertising* 31 (3): 29–42. DOI: https://doi.org/10.1080/00913367.2002.10673674

McNair B., Hibberd M. (2003) Mediated Access Political Broadcasting, the Internet and Democratic Participation. In *Broadcasting and Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Goteborg: Nordicom. Pp. 269–285.

Neuman W. R. (2008) Interactivity, Concept of. In *International Encyclopedia of Communication*. Pp: 2318–2322. DOI: https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieci043

Papathanassopoulos S., Negrine R. (2015) A Crisis in Political Communication? // *European Media in Crisis, Values, Risks and Policies*. New York: Routledge. Pp. 147–160.

Pobereznikova E. V. (2004) *Televidenie vzaimodejstviya: Interaktivnoe pole obshcheniya* [Television of Interaction: Interactive Field of Communication]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Rafaeli S., Ariel Y. (2007) Assessing Interactivity in Computer-Mediated Research. In *Oxford Handbook of Internet Psychology*. Pp. 71–88. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0006

Sappak V. S. (1988) *Televidenie i my* [Television and We]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Scannell P. (1996) *Radio, Television and Modern Life. A Phenomenological Approach*. Oxford: Blackwell.

Sundar S. S. (2004) Theorizing Interactivity's Effects. *The Information Society* 20 (5): 387–391. DOI: https://doi.org/10.1080/01972240490508072

Timberg B. M., Erler R. J. (2002) *Television Talk: a History of the TV Talk Show*. Austin: University of Texas Press.

Vertov D. (1966) *Stat'i. Dnevniki. Zamysly* [Articles. Diaries. Ideas]. Moscow: Iskusstvo Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
08.07.19