

Мартыненко Лилия Александровна
студентка Санкт-Петербургского государственного университета,
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

МЕХАНИЗМЫ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ В СОЦИАЛЬНУЮ ПРОБЛЕМАТИКУ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ТОК-ШОУ

Аннотация: В статье рассматриваются механизмы эмоционального вовлечения зрителей в социальную проблематику на примере телевизионного ток-шоу «Мужское / Женское» (Первый канал). На основе анализа теоретических подходов к изучению вовлеченности, а также эмпирического материала – выпусков программы за 2025 год и интервью с шеф-редакторами ток-шоу – выделены ключевые механизмы: персонализация социальной проблемы, конфликтная драматургия, эмоционализация медиадискурса, эмоциональное заражение, интерпретационное воздействие и визуально-аудиальное оформление. Показано, что эмоциональное вовлечение не ограничивается реакцией на контент, а трансформируется в поведенческие изменения аудитории – от оказания помощи героям до формирования общественного запроса на справедливость. Автор приходит к выводу, что социальные ток-шоу выступают не только площадкой для обсуждения, но и инструментом реального социального воздействия.

Ключевые слова: эмоциональное вовлечение, социальная проблематика, телевизионные ток-шоу, «Мужское / Женское», аудитория, социальное поведение.

Abstract: The article examines the mechanisms of viewers' emotional engagement with social issues through the case study of the television talk show Male / Female broadcast on Channel One Russia. Based on an analysis of theoretical approaches to engagement, as well as empirical material comprising episodes aired

in 2025 and interviews with the talk show's senior editors, the study identifies the following key mechanisms: personalisation of social problems, conflict-based dramaturgy, emotionalisation of media discourse, emotional contagion, interpretative influence, and audiovisual presentation. The findings demonstrate that emotional engagement is not limited to the audience's immediate response to media content but may result in changes in audience behaviour, ranging from providing assistance to the programme's participants to forming a public demand for justice. The author concludes that social television talk shows function not only as platforms for public discussion but also as instruments of real-world social impact.

Keywords: emotional engagement, social issues, television talk shows, Male / Female, audience, social behaviour.

Проблема эмоционального вовлечения зрителей в обсуждение социальной проблематики приобретает особую значимость в условиях интенсивного развития медиасреды. Средства массовой информации все активнее участвуют в формировании общественной повестки и оказывают влияние на восприятие социальных проблем аудиторией. В этих условиях возникает необходимость более глубокого понимания механизмов, обеспечивающих погружение аудитории в процесс обсуждения общественно значимых тем.

Следовательно, появляется необходимость изучения факторов, влияющих на глубину и интенсивность эмоционального переживания зрителем социальной проблематики. Актуальным становится исследование роли эмоционального компонента в формировании взглядов и убеждений аудитории, поскольку именно эмоции становятся важнейшим инструментом убеждения и мотивации действий.

Одной из наиболее эффективных форм привлечения внимания аудитории стали телевизионные ток-шоу. Данный формат сочетает элементы журналистского анализа, общественной дискуссии и эмоционального

повествования, что позволяет не только информировать зрителей о существующих социальных проблемах, но и вовлекать их в обсуждение данных вопросов. Примером подобного формата является телевизионное ток-шоу «Мужское / Женское», выходящее на «Первом канале». Согласно данным Mediascope в 2024 году данная передача занимала третье по популярности место среди ежедневных неполитических/развлекательных программ¹. Она затрагивает широкий круг острых социальных проблем и вызывает значительный эмоциональный отклик аудитории.

В связи с этим особый интерес представляет исследование механизмов эмоционального вовлечения зрителей в обсуждение социальной проблематики и анализ того, каким образом подобные телевизионные форматы могут способствовать привлечению общественного внимания к социальным проблемам и соучастию аудитории в их решении. Цель данной статьи – выявить особенности и механизмы эмоционального вовлечения зрителей в социальную проблематику в телевизионном ток-шоу на примере программы «Мужское / Женское». Эмпирическую базу составили выпуски передачи за 2025 год, а также материалы интервью с шеф-редакторами программы Михаилом Житомиром и Маргаритой Каландаровой.

Исторически первым, базовым, подходом к определению понятия «вовлеченность» считается подход В. Кана, который рассматривал его как удовлетворение потребностей. Согласно данному подходу, вовлеченность понимается как полное погружение человека в исполнение своей рабочей роли, когда сотрудник максимально направляет свою когнитивную, эмоциональную и физическую энергию на выполнение рабочих задач². В качестве условий ее формирования Кан выделяет осмысленность, безопасность и доступ к ресурсам. В данном подходе вовлеченность

¹ «Россия 1» лидирует девятый раз подряд. Что изменилось в ТВ-рейтингах года // РИА Новости, 17.01.2025 [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20250109/tv-reytingi-1992817815.html> (Дата обращения 28.09.2025 г.).

² Kahn, W. A. Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work / W. A. Kahn // Academy of Management Journal. – 1990. – № 33. – P. 703.

трактуются как интегративное состояние активного участия субъекта. Более системный взгляд представлен в концепции А. Сакса, основанной на теории социального обмена. Его теория предполагает, что вовлеченность – это не отношение к чему-либо, а степень сосредоточенности и погруженности человека в выполнение своих обязанностей ³. В модели А. Сакса вовлеченность – это трехмерный конструкт: когнитивный компонент (осознанное понимание и принятие сотрудником своих задач), эмоциональный компонент (переживание глубоких чувств и привязанности к своей работе) и поведенческий компонент (действия, направленные на качественное выполнение обязанностей). Данная трехкомпонентная модель представляется методологически продуктивной для переноса в медиасферу, где объектом вовлечения становится символический контент, конструируемый средствами медиакommunikation.

Эмоциональное вовлечение в медиасреде рассматривается исследователями как аффективная включенность аудитории в медиаконтент, обеспечивающая глубину восприятия сообщения и его убеждающее воздействие ⁴. В отличие от рациональной переработки информации, эмоциональное вовлечение связано, прежде всего, с переживанием чувств и формированием эмоциональной связи с медиасюжетом. Эмоциональная вовлеченность не привязана к какой-либо конкретной эмоции, при этом неважно, являются ли чувства положительными или отрицательными⁵.

Развитие цифровых платформ усилило процессы эмоционализации публичного пространства. Термин «эмоционализация» исследователь Франко

³ Saks, A. M. Antecedents and Consequences of Employee Engagement / A. M. Saks // Journal of Managerial Psychology. – 2006. – № 7. – P. 602.

⁴ Schramm, H. The Role of Emotional Involvement and Trait Absorption in the Formation of Spatial Presence / H. Schramm, W. Wirth, M. Hofer // Media Psychology. – 2012. – Vol. 15. – P. 22.

⁵ Schramm, H. Ibid. – pp. 22-23.

Заппеттини обозначает как «интенсификацию и легитимацию эмоций и эмоционального дискурса в общественных сферах жизни»⁶.

В исследовании Ривера Отеро, Мо-Гроба и Винсенте Иглесиас эмоции рассматриваются как центральный механизм, определяющий взаимодействие аудитории с медиаконтентом⁷. Авторы выделяют функции эмоций в восприятии медиаконтента: мобилизационную (стимулируют поиск информации), фильтрующую (направляют выбор контента), функцию укрепления установок, формирование «эмоционального режима», конструктивную (участвуют в формировании коллективного понимания реальности) и функцию формирования общественного восприятия⁸. Таким образом, эмоциональное вовлечение в медиaprостранстве следует рассматривать как многоуровневый процесс, включающий когнитивные, аффективные и поведенческие компоненты. В рамках настоящего исследования под эмоциональным вовлечением понимается интегративный процесс аффективной включенности субъекта в медиаконтент, сопровождающийся переживанием значимых эмоций, идентификацией с персонажами или событиями и проявляющийся в когнитивной активности и поведенческом отклике.

Эмоционализация публичного пространства, о которой пишут исследователи, наиболее отчётливо проявляется в телевизионных форматах, ориентированных на обсуждение социальных проблем. Программа «Мужское / Женское» на «Первом канале» представляет собой характерный пример такого явления. С одной стороны, она выполняет функцию социальной журналистики, привлекая внимание к острым общественным проблемам. С другой стороны, драматургия выпусков, конфликтный характер обсуждения и

⁶ Заппеттини, Ф. Эмоционализация современного медиадискурса: исследовательская повестка дня / Ф. Заппеттини, Д. М. Понтон, Т. В. Ларина // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. – 2021. – №3. – С. 596.

⁷ Rivera Otero, J. M. Emotions and Media: Emotional Regime and Emotional Factors of Selective Exposure / J. M. Rivera Otero, D. Mo-Groba, G. Vicente Iglesias // Social Sciences. – 2023. – Vol. 12. – No. 10. – P. 2.

⁸ Rivera Otero, J. M. Op. cit. – pp. 5-7.

акцент на личных переживаниях героев делают программу частью эмоционально насыщенной медиакультуры. Обращение к данному материалу позволяет проследить, как теоретические механизмы эмоционального вовлечения находят своё практическое воплощение в современной телевизионной практике.

Тематика выпусков данного ток-шоу охватывает широкий спектр социальных вопросов: семейные конфликты, проблемы воспитания детей, нарушение прав детей, социальное неблагополучие, бедность, алкоголизм, жилищные трудности, мошенничество и другие острые проблемы общественной жизни⁹. Несменными ведущими проекта являются Юлия Барановская и Александр Гордон. В личном интервью шеф-редакторы ток-шоу Михаил Житомир и Маргарита Каландарова утверждают, что основная цель передачи – это помощь людям. Помогают героям как сами ведущие, которые привлекают внимание органов власти, так и приглашенные эксперты из разных областей. Один или два раза в год транслируются итоговые выпуски передачи, в которых герои возвращаются и рассказывают, какую помощь удалось оказать. Помимо помощи героям ток-шоу, редакторы выделяют следующие функции: просветительскую (предоставление актуальной правовой и социальной информации), развлекательную (привлечение внимания к ярким эмоциональным событиям), компенсаторную («эффект контраста») и социальную (обсуждение общественных вопросов). Отдельно можно выделить «эффект общественного резонанса», когда освещение социальной проблемы вызывает реакцию органов власти и приводит к принятию мер.

В ток-шоу «Мужское / Женское» эмоциональное вовлечение зрителей обеспечивается совокупностью речевых, содержательных, драматургических и аудиовизуальных механизмов.

⁹ Кардашян, Р. А. Социальная проблематика ТВ-шоу «Мужское / Женское»: особенности формы и содержания / Р. А. Кардашян // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы. – 2021. – С. 69.

Персонализация социальной проблемы выступает одним из базовых принципов построения выпуска. Любая социальная тема раскрывается через конкретную человеческую историю, что делает проблему наглядной и эмоционально доступной. Зрителю предлагается не отвлеченное обсуждение общественного явления, а личная драма, в которую он может эмоционально включиться. Значительную роль играет биографизация повествования: в начале выпусков зритель знакомится с героем через видеозарисовку, в которой раскрываются его жизненные обстоятельства. Например, в выпуске «Променяла на штаны» зрителю показывают видео о жизни героини и её внуков, акцентируя тяжелое физическое состояние пожилой женщины, её бытовые трудности¹⁰. Такая подача формирует эмпатию, поскольку аудитории легче сопереживать конкретному человеку, чем социальной абстракции.

Конфликтная драматургия делает происходящее в студии напряженным и эмоционально острым. Социальная проблема раскрывается через столкновение противоположных точек зрения. В студии встречаются герои, свидетели, эксперты, каждый предлагает собственную версию происходящего. Обсуждение приобретает форму конфронтации, в которой зритель наблюдает борьбу интерпретаций, обвинений и моральных оценок. Такой формат усиливает эмоциональное напряжение, поскольку аудитория оказывается включенной в процесс выбора между позициями сторон. Ведущие активно вмешиваются, задают острые вопросы и поддерживают высокий градус напряжения. Драматургия выпуска строится по нарастающей: от исходных обстоятельств к открытому столкновению и кульминации, связанной с эмоциональными признаниями или неожиданными подробностями.

Эмоционализация медиадискурса проявляется на уровне речевого оформления передачи. Ведущие и участники используют оценочную,

¹⁰ Променяла на штаны. Мужское / Женское. Выпуск от 10.12.2025 // Мужское / Женское. Первый канал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/promenyala-na-shtany-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-10-12-2025> (Дата обращения 20.04.2026 г.).

экспрессивную лексику, превращая нейтральное обсуждение в эмоционально-напряженное. Существенную роль играет акцент на чувствах и переживаниях героев. Слезы, страх, отчаяние усиливают воздействие на зрителей, делая каждую историю более живой и понятной. Кроме того, эмоционализация усиливается за счёт драматургии: акцент делается на наиболее болезненных и шокирующих деталях, что стимулирует внимание аудитории и удерживает его до финала программы. В ток-шоу переживания героев становятся источником эмоциональной реакции внешней и внутренней аудитории. В выпуске «Пьянка по любви» героиня, плача, показывает на видео, в каком плачевном состоянии находится её мать. Все присутствующие находятся в ужасе: ведущая пытается сдержать слёзы, эксперт прикрывает рот от удивления, зрители хватаются за сердце¹¹. Эмоция начинает «распространяться» внутри студии, и чем сильнее она проявляется, тем выше вероятность эмоционального отклика внешней аудитории.

Интерпретационное воздействие реализуется через речевое поведение ведущих. Они не ограничиваются ролью модераторов, а активно оценивают происходящее, направляя аудиторию. Зрителю предлагается не только информация о событии, но и определённая трактовка происходящего. В выпуске «Два валета для Виолетты» Александр Гордон прямо говорит героине: *«Вы чудовище! Ваше отношение к детям чудовищно!»*, задавая готовую моральную оценку¹². Кроме того, в конце ток-шоу последнее слово всегда за ведущими, благодаря чему именно они закрепляют основную оценку обсуждаемой ситуации и дают чёткие инструкции, что делать героям.

¹¹ Пьянка по любви. Мужское / Женское. Выпуск от 04.04.2025 // Мужское / Женское. Первый канал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/pyanka-po-lyubvi-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-04-04-2025> (Дата обращения 20.04.2026 г.).

¹² Два валета Виолетты. Мужское / Женское. Выпуск от 23.04.2025 // Мужское / Женское. Первый канал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/dva-valeta-violetty-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-23-04-2025> (Дата обращения 20.04.2026 г.).

Визуально-аудиальное оформление реализуется на уровне технических и выразительных средств. Камера фиксирует мимику, жесты, эмоциональные реакции участников, акцентируя внимание на наиболее напряжённых моментах крупным планом. В выпуске «Отдам внука добрым людям», когда бабушка начинает плакать, её показывают крупным планом, а на фоне играет грустная мелодия¹³. Монтаж, чередование кадров и смена планов позволяют выделить наиболее драматичные эпизоды и усилить напряжение. Звуковое сопровождение создаёт дополнительный эмоциональный фон.

Эмоциональное вовлечение зрителей не ограничивается кратковременным переживанием, а приводит к изменению их социального поведения. Наиболее социально значимым результатом эмоционального вовлечения аудитории ток-шоу является **активизация практической помощи людям**, чьи истории становятся предметом обсуждения. Эмоциональное потрясение нередко перерастает у зрителей в желание оказать реальную поддержку пострадавшей стороне – предложения материальной помощи, предоставлении жилья, оплате лечения или юридических услуг. В комментариях к выпуску «Ребенок на привязи» зрители выражали готовность помочь: *«Можно ли как-то мальчику передать/отправить подарок на новый год?»*¹⁴. Редакция программы сознательно демонстрирует, что проблема не остаётся без внимания, и в итоговых выпусках показывает, как изменилась жизнь героев. Вторым вектором изменения поведения выступает **рост правовой и социальной компетентности** зрителей. Наблюдение за тем, как эксперты комментируют ситуацию и предлагают пути её разрешения,

¹³ Отдам внука в добрые руки. Мужское / Женское. Выпуск от 26.08.2025 // Мужское / Женское. Первый канал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/otdam-vnuka-dobrym-lyudyam-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-17-02-2025> (Дата обращения 20.04.2026 г.).

¹⁴ Ребенок на привязи. Мужское / Женское. Выпуск от 09.12.2025 // Мужское / Женское. Первый канал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/rebenok-na-privyazi-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-09-12-2025> (Дата обращения 20.04.2026 г.).

позволяет зрителю усваивать алгоритмы действий в аналогичных обстоятельствах. В выпуске «Ресурсная семья» эксперт не только даёт оценку действиям органов опеки, но и формулирует конкретные инструкции для родителей ¹⁵. Зритель, столкнувшийся с подобной проблемой, получает готовую поведенческую схему. Эмоциональное вовлечение влияет и на психологическое состояние через **«эффект контраста»**. Как утверждает Маргарита Каландарова, *«когда человек смотрит такую программу, в душе у него все равно закрадывается мысль: "Фух, у меня еще не так плохо все в жизни"»*. Сравнение своей жизни с драматичными историями героев способствует переосмыслению собственных трудностей, снижению уровня бытовой тревожности. Наконец, эмоциональное вовлечение формирует коллективный запрос на справедливость и **привлекает внимание государственных органов**. Программа выступает катализатором общественного резонанса, принуждающего властные структуры реагировать на проблемы. Маргарита Каландарова указывает: *«После того, как программа выходит на орбите, то есть во Владивостоке, её начинают отсматривать специальные структуры, которые отправляют запросы в регионы»*. Многократное повторение сюжетов, в которых социальные проблемы решаются только после телевизионного вмешательства, формирует у аудитории устойчивое представление, что публичная огласка является действенным способом восстановления справедливости.

Таким образом, ток-шоу «Мужское / Женское» представляет собой многоуровневую площадку, где обсуждение острых социальных проблем сочетается с целенаправленным эмоциональным воздействием на аудиторию. Ключевыми механизмами эмоционального вовлечения выступают персонализация социальной проблемы, конфликтная драматургия, эмоционализация медиадискурса, эмоциональное заражение,

¹⁵ Ресурсная семья. Мужское / Женское. Выпуск от 17.10.2025 // Мужское / Женское. Первый канал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/resurnaya-semya-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-17-10-2025> (Дата обращения 20.04.2026 г.).

интерпретационное воздействие и визуально-аудиальное оформление. Эти механизмы работают во взаимосвязи: одни усиливают эмоциональное восприятие, другие задают направление интерпретации, третьи обеспечивают глубину сопереживания.

Эмоциональное вовлечение не ограничивается моментом просмотра – оно запускает поведенческие изменения сразу в нескольких направлениях: зрители включаются в оказание реальной помощи героям, усваивают транслируемые правовые модели, испытывают «эффект контраста», корректирующий повседневное поведение, и формируют общественный резонанс, заставляющий государственные органы реагировать на вскрытые проблемы. Проходя путь от частной человеческой истории к коллективному переживанию и далее – к гражданскому запросу, программа не только привлекает внимание к острым социальным проблемам, но и создаёт условия для их решения. Тем самым ток-шоу «Мужское / Женское» демонстрирует, как телевизионный формат, сочетающий социальную миссию и эмоциональную насыщенность, способен выполнять ключевые задачи социальной журналистики.

Список литературы

1. Kahn W. A. Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work // Academy of Management Journal. 1990. № 33. P. 692–724.
2. Rivera Otero J. M., Mo-Groba D., Vicente Iglesias G. Emotions and Media: Emotional Regime and Emotional Factors of Selective Exposure // Social Sciences. 2023. Vol. 12. No. 10. P. 1–28.
3. Saks A. M. Antecedents and Consequences of Employee Engagement // Journal of Managerial Psychology. 2006. № 7. P. 600–619.
4. Schramm H., Wirth W., Hofer M. The Role of Emotional Involvement and Trait Absorption in the Formation of Spatial Presence // Media Psychology. 2012. Vol. 15. P. 19–43.

5. Запеттини Ф., Понтон Д. М., Ларина Т. В. Эмоционализация современного медиадискурса // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2021. № 3. С. 586–610.

6. Кардашян Р. А. Социальная проблематика ТВ-шоу «Мужское / Женское» // Средства массовой коммуникации в многополярном мире. 2021. С. 68–71.

7. «Россия 1» лидирует девятый раз подряд // РИА Новости, 17.01.2025 [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20250109/tv-reytingi-1992817815.html> (дата обращения 28.09.2025).

Список эмпирических источников

1. Выпуск «Ребенок на привязи» от 09.12.2025 // Telegram-канал «Мужское/Женское». [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/manwoman1tv/1167> (Дата обращения 22.04.2026). Комментарии пользователей.

2. Два валета Виолетты. Мужское / Женское. Выпуск от 23.04.2025 // Первый канал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/dva-valeta-violetty-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-23-04-2025> (дата обращения 20.04.2026).

3. Итоги 2025. Часть 1. Мужское / Женское. Выпуск от 29.12.2025 // Первый канал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/itogi-2025-chast-1-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-29-12-2025> (дата обращения 22.04.2026).

4. Итоги 2025. Часть 2. Мужское / Женское. Выпуск от 12.01.2026 // Первый канал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/itogi-2025-chast-2-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-12-01-2026> (дата обращения 28.04.2026).

5. Отдам внука в добрые руки. Мужское / Женское. Выпуск от 26.08.2025 // Первый канал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/otdam-vnuka-dobrym->

lyudyam-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-17-02-2025 (дата обращения 20.04.2026).

6. Променяла на штаны. Мужское / Женское. Выпуск от 10.12.2025 // Первый канал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/promenyala-na-shtany-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-10-12-2025> (дата обращения 20.04.2026).

7. Пьянка по любви. Мужское / Женское. Выпуск от 04.04.2025 // Первый канал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/pyanka-po-lyubvi-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-04-04-2025> (дата обращения 20.04.2026).

8. Ресурсная семья. Мужское / Женское. Выпуск от 17.10.2025 // Первый канал [Электронный ресурс]. URL: <https://www.1tv.ru/shows/muzhskoezhenskoe/vypuski/resursnaya-semya-muzhskoe-zhenskoe-vypusk-ot-17-10-2025> (дата обращения 20.04.2026).