

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Уральский гуманитарный институт
Департамент «Факультет журналистики»

Кафедра телевидения, радиовещания и технических средств
журналистики

**«ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ЭКРАНА
КАК ЭЛЕМЕНТЫ МАНИПУЛЯТИВНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ
(НА ПРИМЕРЕ НОВОСТНЫХ ПРОГРАММ
ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ)»**

Допустить к защите:
Заведующий кафедрой
телевидения, радиовещания и
технических средств
журналистики, дневного отделения

профессор Зиновьев И.В

Выпускная квалификационная
работа
студента V курса
заочного отделения

Гатауллина Альберта
Илгизовича

Нормоконтролёр:

Сумской П.Ф

Научный руководитель:
доцент кафедры телевидения,
радиовещания и технических

средств журналистики

Сумской П.Ф.

Екатеринбург
2019

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава I. ТЕОРЕТИКО-ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТЕЛЕНОВОСТЯХ.....	9
1.1 Манипуляции в СМИ: теория вопроса.....	9
1.2. Телевизионные новости: теория, классификация,.....	17
1.3. Выразительные средства экрана, используемые в телевизионных новостях.....	31
Глава II. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКО- ИЗРАИЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЙ В НОВОСТНЫХ ПРОГРАММАХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ КАНАЛОВ.....	41
2.1. История Первого канала и новостной программы «Воскресное время».....	41
2.2. История канала Россия-24 и Вести Недели.....	46
2.3 Практический анализ сюжетов федеральных каналов, освещающих российско-израильские отношения с использованием манипулятивных технологий.....	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	57
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	60
ПРИЛОЖЕНИЕ	
1.....	62

ПРИЛОЖЕНИЕ	
2.....	65
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	
...70	
ПРИЛОЖЕНИЕ	
4.....	75
ПРИЛОЖЕНИЕ	
5.....	78

Введение

Человек во все времена был заинтересован в получении информации, которая позволяла бы ему конструировать собственную картину мира, ориентироваться в общественных и межличностных отношениях. В новейшей истории СМИ выступают как ядерный источник информации в обществе, осведомляя его о происходящих событиях в самых разных сферах: экономике, политике, культуре, науке – то есть во всем неисчерпаемом многообразии реальной действительности. Сегодня в России федеральные и региональные телекомпании, ориентируясь на высокий рейтинг, начинают уделять особое внимание именно источникам новостей, так как именно они в какой-то степени адекватно отражают процессы, происходящие в обществе. Данные источники могут активно формировать разные картины мира, используя язык экрана для манипулирования общественным сознанием.

Федеральные телевизионные новости по-прежнему остаются на ведущих позициях в передаче социально значимой информации и играют важнейшую роль в формировании телевизионного и информационного пространства России. Они в значительной степени формируют языковую картину мира, мировоззрение отдельного человека, в том числе и через выразительные средства экрана, неся в себе ядерную информативную функцию – всё это определяет **актуальность** данной работы.

Изучение выразительных средств экрана сегодня освещается многими учёными лишь в частных аспектах, но исследований, в которых раскрывались бы общие многоуровневые и системные особенности данных средств, выявляемые через их функции, структуру и способы порождения, не наблюдается – это определяет **новизну** данной работы.

Также согласно данным ВЦИОМ (опрос от 7 августа 2017г)¹: «Сегодня более двух третей всех опрошенных (69%) практически постоянно используют в качестве источника новостей и знаний центральное телевидение (снижение с 78% в 2012 г.), еще 44% – региональное (с 52%)»².

В среднем российском доме телевизор бывает включен более 7 часов в сутки (свыше 8 часов – в домах, где имеется кабельное и абонентское телевидение), причем среднестатистический взрослый или ребенок смотрит телевизор от 2 до 3 часов ежедневно; из повседневных видов

¹ Пресс выпуск «Телевидение VS интернет: спор поколений» [Электронный ресурс]- Режим доступа <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116341>. (дата обращения: 8.05.19).

²Там же.

деятельности больше всего времени человек тратит только на работу и сон. Среди молодежи телевидение популярностью не пользуется, однако 2/3 населения России все еще слишком зависимы от данного вида информации, и большинство из них – это люди старше 24 лет. Именно они являются самой экономически и политически активной аудиторией страны.

Аудиовизуальные технологии, в т.ч. телевизионные – чрезвычайно мощный инструмент воздействия на подсознание человека и здесь, на наш взгляд, заложена возможность недобросовестного использования языка экрана и его выразительных средств в качестве элементов возможных манипулятивных технологий: искушение, экономя силы и средства, перейти от поиска истины к прямому «программированию» необходимого той или иной стороне результата.

Степень научной разработанности. Исследование использования выразительных средств, задействованных при создании зрелищ – известно с древнейших времен. Первые упоминания, например, о важности композиции излагаются еще в «Поэтике» Аристотеля. основополагающие принципы режиссерской работы, использующие законы организации зрелища, помимо режиссеров - практиков, описаны в работах Г.Д. Грачева, В.И. Карпа, В. Баркова, Я.С. Воскобойникова, Н.Л. Горюновой. Практическое применение выразительных средств экрана подробно разобрано в работах С.Г. Карамурзы, Л. Фелонова, И. М. Мееровича, К.В. Гаврилова, Г.Д. Грачева. И хоть данные работы посвящены, в основном, постановкам театрального характера или киноиндустрии,

приемы, описанные в данных работах, повсеместно используются при создании ТВ-программ.

Исследования на тему манипулирования общественным мнением в СМИ мы находим в работах Г. Шиллера, Б.Н. Лозовского, С.Г. Кара-Мурзы, Е.Л. Доценко, С.А. Зелинского. Несмотря на то, что работ по данной тематике опубликовано уже достаточно много, авторы не уточняют конкретных примеров и свои теоретические разработки методов манипуляции не проецируют на какой-либо конкретный телеканал/передачу/работу отдельно взятого журналиста, а большинство из них вообще не рассматривает новостные – программы площадку в контексте массовой манипуляцией сознанием.

Объектом исследования являются выразительные средства экрана в федеральных телевизионных новостях.

Предмет: особенности и специфика использования выразительных средств экрана в федеральных выпусках новостей в качестве средств манипуляции.

Цель: изучение проявления выразительных средств экрана как средств манипуляции в федеральных выпусках новостей.

Для достижения данной цели мы решаем следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретическую базу манипулятивных технологий, применяемых в СМИ, а также изучить историю данного вопроса.

2. Обобщить специфику телевизионного новостного вещания.

3. Рассмотреть конкретные выразительные средства, применяющиеся в новостной телевизионной практике.

4. Разобрать историю развития анализируемых каналов и новостных проектов.

5. Провести практический анализ сюжетов федеральных каналов, созданных с использованием манипулятивных технологий.

6. Обобщить результаты исследования, сделать выводы.

При разработке данной темы использовались **методы:** описательный и контент-анализ, сравнительно-сопоставительный.

Эмпирическая база. Конкретной базой исследования послужили выпуски федеральных новостных программ «Воскресное время» на Первом канале за период с 13.05.18 по 30.09.18 и «Вести Недели» на Россия 1 за аналогичный период с 13.05.18 по 30.09.18. Временной отрезок был взят нами в связи с тем, что именно в это время в СМИ широко освещение получил инцидент со сбитым российским самолетом-разведчиком ИЛ-20. Вину за данный инцидент Россия возложила на израильские ВВС. Таким образом, российско-израильские отношения оказались динамично развивающимся эпизодом, позволяющим, на наш взгляд, достаточно ярко продемонстрировать приемы манипуляции общественным сознанием отечественной телеаудитории.

Новизна выпускной квалификационной работы заключается в том, что предпринята попытка практического анализа использования различных средств экрана в практике их применения в новостных программах федеральных

каналов с целью манипулятивного влияния на массовое сознание.

Теоретическая ценность заключается в попытке систематизировать основные приемы манипулирования, построенные на использовании различных выразительных средств экрана, используемых в телевизионных новостях.

Практическая значимость работы состоит в том, что работа может послужить практическим базисом оценки применения и практического использования различных выразительных средств экрана в новостной тележурналистике.

Структура исследования обусловлена поставленными целями и задачами. Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников и литературы. Структура имеет законченный последовательный характер, построенный на принципе обратной пирамиды. Вначале разбираются самые основные, базовые определения: манипуляция, новостные выпуски федеральных каналов, аудиовизуальные средства экрана, проходящие «красной линией» через всю работу. В последующих главах разбираются особенности их применения на практическом анализе реальных новостных выпусков.

Во введении обусловлена актуальность исследуемой темы и ее научная новизна; определена цель и содержание поставленных для ее реализации задач, установлены объект и предмет исследования, теоретическая и методологическая основа работы; описана практическая значимость, эмпирическая база исследования.

Первая глава «Теоретико-исторический аспект манипулятивных технологий в отечественных теленовостях» разделена на три параграфа.

В первом параграфе рассматривается вопрос использования и внедрения способов и принципов манипулятивного воздействия на общественное сознание.

Во втором – обозначены теоретические и исторические аспекты вопроса, касающегося развития телевидения и новостных программ федерального телевидения.

В третьем – обобщена теория выразительных средств экрана, используемых при создании федерального новостного контента.

Вторая глава «Анализ использования манипулятивных технологий на примере освещения российско-израильских отношений в новостных программах федеральных каналов», так же поделена на три параграфа

В первом параграфе кратко разбирается история создания и развития программ «Время» и «Воскресное время» на Первом канале.

Во втором параграфе кратко разбирается история создания и развития программ «Вести» и «Вести недели».

Третий параграф состоит из анализа выпусков новостных программ «Воскресное время» и «Вести недели», приводятся полученные выводы.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТЕЛЕНОВОСТЯХ

1.1. Манипуляции в СМИ: теория вопроса

Обратимся к толкованию термина «Манипуляция». В современном Оксфордском словаре английского языка манипуляция в самом широком своем значении определена как «обращение с объектами со специальным намерением, особенной целью, как ручное управление, как движения, производимые руками, ручные действия. Например, в медицине — это освидетельствование, осмотр некой части тела с помощью рук или лечебные процедуры. Специально отмечается наличие ловкости, сноровки при выполнении действий-манипуляций»³. Как мы видим, дано нейтральное определение, где манипуляция представляет собой действие вне негативных оценок, характеризуя манипуляцию как «воздействие на что-либо». Также из данного определения можно понять, что манипуляция носит направленный характер.

Более ранние исследования связывают манипуляцию с фокусами, и «основанную преимущественно на ловкости рук, умении отвлечь внимание зрителя от того, что должно быть от них скрыто»⁴. То есть манипуляция, связана в т.ч. с переносом внимания с важного объекта, на необходимый манипулятору.

Некоторые исследователи в рамках развития темы дают негативное определение манипуляции, говоря, что «данное явление заменяет ранее бытовавший политологический термин «Макиавеллионизм» – т.е. государственная политика,

³ Оксфордский словарь английского языка[Электронный ресурс]-Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com> (дата обращения 20.04.2018).

⁴ Советский энциклопедический словарь/ ред. Прохоров, А.М.: Советская Энциклопедия. М.: 1983. С.561.

основанная на пренебрежении нормами морали и права». И в пренебрежительном контексте определяют манипуляции, как «скрытое управление и обработка»⁵.

И совсем негативный контекст данного явления описывает в своей работе С.Г. Кара-Мурза «Манипуляция сознанием», связывая манипуляцию с «воздействием, которым [мы] недовольны, которое побудило нас сделать такие поступки, что мы оказались в проигрыше, а то и в дураках»⁶, утверждая, что итог манипуляции – формирование противоестественных выводов о событии или явлении.

В рамках данной работы понятие манипуляция будем толковать следующим образом: манипуляция – это вид психологического воздействия, направленного на побуждение адресата к совершению определенных манипулятором действий в результате скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, установок, не совпадающих с теми, которые адресат мог бы сформировать самостоятельно.

Из нашего определения следует, что объектом манипулятивного воздействия является общественное мнение. «Под общественным мнением понимают состояние массового сознания, заключающее в себе отношение к общественным событиям, к деятельности различных организаций или личностей. Выражает позицию одобрения или осуждения по тем, или иным общественным проблемам, регулирует поведение индивидов, социальных групп и институтов, насаждает определенные нормы общественных

⁵ Е.Л. Доценко. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.- Москва, 1997. С.214.

⁶ С.Г Кара-Мурза «Манипуляция сознанием» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul3.htm> (дата обращения 10.05.18).

отношений»⁷. Следовательно, можно сказать, что цель манипуляции – имеет определенные объект воздействия. В дальнейшем исследовании мы обозначим такой объект как массовое сознание, так как общественное мнение, а также другие приведенные объекты воздействия являются частью массового сознания.

При исследовании основным каналом воздействия на массовое сознание мы обозначим СМИ. Ведь согласно определению, данному в Законе РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» в СМИ входят: «периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием»⁸, то есть новостные программы, которые мы проанализируем во второй главе.

Принято считать, что СМИ манипулируют сознанием и эмоциями общества в большей степени. Действительно, СМИ рассчитаны на широкую разнообразную аудиторию, испытывающую к ним определенное доверие, следовательно, СМИ удобный канал для воздействия на массовое сознание.

Г. Шиллер в своем труде «Манипуляторы сознанием» описывает манипулятивное общение между СМИ и читателями. Ученый выделяет ряд мифов, связанных с манипуляцией со стороны СМИ.

Назовем несколько из них:

⁷ Там же.

⁸ Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации».[Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4 (Дата обращения 21.04.18).

«Миф о нейтралитете. Говоря о социальных конфликтах, СМИ могут настаивать, что их цель – просто информировать читателей о происходящем. И в то же время они постоянно дают негативную информацию, сведения об острых конфликтах»⁹.

«Миф об индивидуализме и личном выборе. СМИ выгодно поддерживать мысль, что каждый из читателей может сам выбрать "свое" издание. На самом же деле газеты, журналы, телевидение стараются угодить как можно большему количеству людей сразу, например, с помощью расширения рубрик»¹⁰.

«Миф о неизменности природы человека». Г. Шиллер утверждает, что «каждому человеку присуща тяга к негативному, плохим новостям и гадким поступкам. СМИ только выполняют социальный заказ, демонстрируя отрицательные явления жизни»¹¹.

Для того, чтобы понять, как происходит манипуляция сознанием, можно условно разделить их на виды:

Осознанные – в данном случае человек четко понимает, что и для чего он делает, а также какова конечная цель.

Неосознанные – конечная цель очень расплывчатая, а сам манипулятор даже не задумывается о методах, к которым он прибегает для достижения результата. Остальные виды манипуляций являются уточнением одного из выше перечисленных.

Коммуникационные (лингвистические) – для психологического давления используется речь, в связи с чем иногда можете услышать название «Речевая манипуляция».

⁹ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. - М.: «Мысль», 1980. С. 40.

¹⁰ Там же. С. 42.

¹¹ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. - М.: «Мысль», 1980. С. 44.

Во время диалога с помощью лингвистических приемов мы пытаемся заставить собеседника, выполнить необходимое нам действие.

Поведенческие – отличаются от лингвистических тем, что здесь управление сознанием происходит с помощью действий и поступков – без использования речи. В них диалог несет вспомогательную, а не основную функцию.

Разумеется, не только журналисты манипулируют сознанием общества. Потенциалом психологического манипулятивного воздействия обладают реклама, кинематограф, театр, цирк, литература, массовые мероприятия, Интернет, компьютерные игры, обучающие программы в школах и т. д. Но по эффективности манипулирования обществом именно СМИ занимают первое место.

СМИ играют решающую роль в непрерывной фиксации реальности и в поставке информации для принятия решений обществом. Стоит также отметить, что СМИ не только отражают политическую, экономическую и культурную реальность, но и участвуют в ее формировании и даже в создании новой реальности. Для достижения данных целей СМИ пользуются следующими способами манипуляции, изложенными в книге С.К. Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием»¹².

1. Фабрикация фактов. Манипуляторы говорят правду только тогда, когда сведения могут быть легко проверены. В остальных случаях они стараются преподнести материал в нужном им ключе. Манипулирование происходит в

¹² Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо: Алгоритм. 2000. С. 486.

результате небольших отклонений, используемых при подаче материала, но действующих всегда в одном направлении.

2. Отбор материала. Манипулирование строится на выборе особого материала для подачи адресату. При этом допускается деятельность оппозиционных источников, но она должна быть контролируемой и не выходить за рамки разрешаемого им вещания.

3. «Черная» информация. С. Кара-Мурза говорит о продуманной информации, поданной нам через СМИ для деградации массового сознания, подрыва политической и социальной структуры страны, и недееспособности государства как следствие данного способа.

4. Большая толпа. При всеобъемлющей манипуляции в СМИ аудитория все больше превращается в управляемую толпу – людей, не способных поставить какие-либо барьеры восприятия при встрече с манипулятивным воздействием.

5. Утверждение и повторение. С помощью повторения информация внедряется в глубины сознания, туда, где зарождаются мотивы последующих действий человека. Чрезмерное повторение притупляет сознание, заставляя любую информацию практически без изменений откладываться в подсознании.

6. Дробление и срочность. Информация дробится на фрагменты, чтобы адресату было трудно сложить их в единое целое и самостоятельно осмыслить проблему.

7. Упрощение, стереотипизация. СМИ ориентированы на массовое сознание. Именно наличие широкой аудитории вынуждает СМИ говорить максимально простым языком и стремиться к однозначности оценки подаваемой информации

у аудитории. Из-за этого очень много информации подгоняется под стереотип – чтобы человек воспринимал ее без внутреннего анализа.

8. Сенсационность. Самые сенсационные и центральные новости имеют не только самый большой интерес у аудитории, с их помощью можно «прикрыть», умолчать о какой-либо новости.

После определения способов манипуляции при их реализации СМИ переходят к подбору и осуществлению конкретных приемов их осуществления.

Подробно приемы манипуляции, применяемые на телевидении, исследованы в работе Е.В. Гориной «Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности». Автор разделяет их на 6 больших блока¹³.

1. Манипуляция словами-амебами. Прием, построенный на применении слов с весьма размытым или общим толкованием. Слова-амебы приводят к двусмысленности. С одной стороны, читатель понимает что-то, а с другой стороны, он не понимает главного. «Слово-амеба блокирует логическое мышление адресата, притягивая все внимание на себя, элегантно и незаметно уводя внимание реципиента от сути вопроса за счет привлекательной и благозвучной формы»

2. Манипуляция при помощи контраста и обобщения. Манипулирование за счет объединения в одном тексте противоположных сведений очень распространено.

¹³ Е.В. Горина «Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности»[Электронный ресурс] – Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/42384/1/978-5-7996-1807-0_2016.pdf (дата обращения 8.06.19).

Дискредитировать, раскритиковать, негативно оценить что-то или, наоборот, возвысить, сделать желанным, превратить в фетиш можно при помощи специально подобранных контрастирующих данных. Например, один известный вариант контраста встречается в политической журналистике: авторы в своих материалах создают образы хищных, алчных, лживых политиков, наживающихся на несчастных, беспомощных, незащищенных пенсионерах, инвалидах или детях.

Контраст часто создается при помощи иллюстраций. Подборка фотографий, фотожаб, карикатур приводит к формированию определенного отношения, мнения. Например, социальные сети, поисковые программы, форумы полны иллюстрированных сообщений.

3. Манипуляция с помощью подмены понятия. Подмена понятия – это умение выдать одно понятие за другое, заменить понятие (уменьшить объем понятия), чтобы изменить контекст, вызвать определенную реакцию, изменить отношение к чему-либо.

4. Манипуляция критикой. Критический взгляд, подчеркивание отрицательных сторон чего-либо, выделение негативного смысла – все эти действия имеют манипулятивный потенциал, поскольку плохие новости априори обладают притягательной силой. Критику не всегда дают «залпом», предлагая аудитории массу отрицательной информации. Если объект дискредитации новый, не критиковался ранее, не обладает ярко выраженными негативными сторонами, то используется «наращиваемая» критика. Манипулирование происходит с учетом реакций

адресата: если аудитория приняла определенную дозу критики, то в следующий раз эту дозу можно увеличить. В качестве дискредитирующего, критикующего материала часто используются слова самого объекта дискредитации.

5. Манипулятивное обращение к идентичности. Манипулирование человеком возможно и на этапе формирования идентичности, и на этапе, когда она сформирована. Идентификация человека с группой – важный момент манипуляции. Группа может быть любой. Например, коллектив предприятия, земляки, одноклассники, представители какой-либо профессии. Прием опять же ориентируется на массовое сознание.

6. Манипуляция столкновением смыслов. Информационное пространство вокруг человека включает в себя множество тем различного характера: политического, рекламного, бытового, научного, спортивного, экономического, развлекательного и т. д. Обычно каждой из тем в СМИ посвящается отдельный текст, однако средства массовой коммуникации используют манипулятивный прием построения составного текста. Суть приема сводится к тому, что происходит наложение одной темы на другую, наложение одного смысла на другой.

Использование указанных приемов в совокупности, например, в одном телевизионном материале, для дополнения и развития друг друга, для большего эффекта воздействия, исследователи называют «манипулятивной технологией». Это словосочетание обозначает систему (совокупность) принципов и методов (текстовых, аудио, визуальных, психологических и др.), последовательное и

взаимосвязанное применение которых позволяет добиться целенаправленно спланированных реакций и поведения индивидов, социальных групп, организаций¹⁴.

1.2. Телевизионные новости: теория, классификация, история

Новостные программы на ТВ – один из информационных жанров журналистики. Информационный жанр включают в себя новость, то есть сообщение, содержащее информацию, ранее неизвестную аудитории. Сущность любой новости образует факт – нечто, имевшее место во времени и пространстве. Слово «новость» толковые словари объясняют в общем значении – как «нечто новое, недавно полученное известие»¹⁵.

Говоря об информационном разделе телевидения, заметим, что более емким по содержанию и более точным в

¹⁴ Лозовский Б. Н. Кто и как манипулирует журналистами. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации / Б. Н. Лозовский.— Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2011[Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://os.x-pdf.ru/20bezopasnost/284326-1-kto-kak-manipuliruet-zhurnalistami-manipulyativnie-tehnologii-vliya.php> (дата обращения 9.05.19).

¹⁵ С. И. Ожегов. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru> (дата обращения 21.05.19).

терминологическом отношении является понятие «новостная информация».

В настоящее время информационный раздел телевидения в России представляет собой систему телевизионных передач, подготовкой которых занимаются отдельные структурные редакционные подразделения, специализирующиеся на оперативном информировании аудитории о наиболее важных и интересных событиях.

Информационные передачи в настоящее время являются почти самыми популярными программами. Телевизионные новости занимают по рейтингу, как правило, лидирующие места. На рассматриваемых нами каналах телевизионные новости идут в прайм-тайм.

Согласно принятому в западной журналистике подходу, описанному в работе А.В. Колесниченко, новостную ценность имеет то, что¹⁶:

- 1) людям важно знать для принятия решений, касающихся их жизни;
- 2) отклоняется от нормы, от естественного хода событий.

Чтобы событие было достойно упоминания как новость, оно должно содержать, по крайней мере, один фактор, установленный в редакции. Всего же новостных факторов Колесниченко выделяет четыре:

- значение события;
- масштаб события;
- участие в событии знаменитостей;
- «человеческий» фактор.

¹⁶ А.В. Колесниченко. Настольная книга журналиста. - М.: Аспект Пресс, 2013. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/kolesnichenko1.htm> (дата обращения 21.04.19).

Как видим, диапазон факторов, делающих журналистскую информацию новостью, весьма широк. Однако в рамках исследования нам будут интересны лишь новости, транслируемые по телевидению. Для продолжения исследования необходимо установить специфику данного способа подачи информации.

Словари рассматривают телевидение с технической точки зрения, выделяя его как «область науки, техники и культуры, связанная с передачей на расстояние изображений подвижных объектов при помощи радиоэлектронных устройств»¹⁷, но помимо технической составляющей в рамках развития темы следует уточнить некоторые характеристики телевидения, влияющие на телевизионные новости в целом и способ их подачи в частности. По данному вопросу обратимся к учебнику «Журналистика». В.В. Ворошилова. Среди основных особенностей он выделяет¹⁸:

- 1) телевидение воздействует одновременно на важнейшие каналы восприятия – на зрение и слух;
- 2) телевидение является наиболее массовым из СМИ, охватывая и те слои населения, которые остаются за рамками влияния других СМИ;
- 3) телевидение характеризуется экранностью, т.е. передает информацию посредством движущегося изображения, сопровождаемого звуком. Это обеспечивает непосредственно-чувственное восприятие телевизионных образов, их доступность для самой широкой аудитории;

¹⁷ Большой энциклопедический словарь. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/bes> (дата обращения 8.06.19).

¹⁸ В.В. Ворошилов учебное пособие «Журналистика» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://static.my-shop.ru/product/pdf/203/2025562.pdf> (дата обращения 8.06.19).

4) личностный характер передачи информации («Телезритель знает, что одновременно с ним передачу смотрят миллионы, и, тем не менее, он воспринимает выступление с телеэкрана как обращение непосредственно к нему»);

5) мгновенность передачи. Телевидение способно сообщить в аудиовизуальной форме о действии в момент его свершения. Это создает эффект присутствия зрителя на месте событий, сопричастности, что придает телевизионному сообщению особую достоверность, документальность, реалистичность;

6) простота информационной обработки (новостные и аналитические программы может воспринимать любой человек, не прилагая к этому особенных усилий).

Считаем важным разобраться, как мы рассматриваем природу телевидения — отнесем ли мы ТВ к области журналистики, СМИ или к искусству.

Мнения исследователей по данному вопросу разделились.

В своих работах Сергей Эйзенштейн относит телевидение к видам искусства, основываясь на «синтетичности телевидения, это значит, что при подаче материала можно использовать как изобразительный образ, так и слово, монтаж, музыку, шумы и другие средства экранной выразительности»¹⁹.

Так же телевидение к разряду искусств телевидение относит и В.С. Сапак. в работе «Телевидение и мы», говоря о нем так: «Искусство пришло в комнату, оно ворвалось сюда, и это не снизило его эмоциональный градус (как полагаем теперь), но, напротив, во многом усилило, обострило.

¹⁹ С.И. Фрейлих. Теория кино: от Эйзенштейна до Тарковского. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://culture.wikireading.ru/57575> (дата обращения 20.05.19).

Искусство заставило воспринимать себя в конфликтном сопоставлении с бытом, со всем, что вокруг. Никогда еще оно не подступало так близко к этим людям. Не захватывало врасплох среди обжитых вещей, в домашней, незащищенной настройке души. Но эта "интимность" вовсе не принуждала искусство звучать приглушенно, переходить на шепот (как полагаем теперь), а лишь захватывала целиком, заставляя принимать трагедию, что неслась на экране, прямо «на себя»²⁰.

Однако более распространена противоположная точка зрения, утверждающая ТВ как область журналистики.

Например, Цвик в своем учебнике «Телевизионная журналистика: История, Теория, Практика» рассматривая телевидение, Цвик говорит о нем, как о СМИ, выделяя ряд характерных для него черт, таких как вездесущность, экранность, симультанность, персонификация²¹.

В дальнейшем исследовании мы тем не менее, будем опираться на компромиссное мнение, содержащееся в работе Михалковича В.И.: «ТВ не есть искусство, хотя содержит в себе "художественную подсистему", поставляющую зрителю "порядок культуры"; в равной мере ТВ не есть средство информации, хотя содержит в себе "публицистическую подсистему", которая сталкивает зрителя с "наличным бытием"»²².

При рассмотрении телевизионных выпусков федеральных новостей мы будем ориентироваться как на

²⁰ В.С. Сапжак. «Телевидение и мы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text12/85.htm> (дата обращения 07.05.19).

²¹Цвик «Телевизионная журналистика: История, Теория, Практика» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.com.ua/ml/conf/8.pdf> (дата обращения 07.05.19).

²²В.И Михалкович «О сущности телевидения».[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5564126/> (дата обращения 17.05.19).

особенности подачи информации СМИ, так и на особенности выразительности других видов искусств, смежных по средствам выразительности – тетра/ кино/ радио.

Теперь, когда мы разобрались с определением новости и спецификой телевидения. Необходимо определить, что же такое телевизионная новость.

При создании новостной телевизионной программы новости подбираются по особым критериям. Данный вопрос теоретически исследуется очень давно, и имеется множество научных трудов детально описывающих критерии и требования новостей для телевидения. Наиболее подходящим, по нашему мнению, будут критерии описанные в книге Э.Дэннис и Дж.Мэррил «Беседы о масс-медиа».

Стандартные критерии отбора новости для телевидения²³:

1. Конфликтность
2. Катастрофа
3. Развитие какого-либо важного события(триумф, достижение)
4. Последствие какого-либо важного события(его степень воздействия на общество)
5. Знаменитость (жизнь богемы, знаменитых лиц, вызывающих всеобщий интерес)
6. Новизна (что-то кардинально новое, необычное в текущей повестке)
7. Сильный человеческий интерес (яркий эмоциональный фон)
8. Территориальная близость

²³ Дэннис, Э.; Мэррил, Дж.. Беседы о масс-медиа Изд-во: М.: Вагриус, 1997 С.154.

Также следует отметить, что для результативности подобранной новости исследователи утверждают, что она должна удовлетворять следующим критериям:

- Близость основной темы новости к потребителю информации в пространстве (непосредственное соседство или место примерно находящееся в зоне досягаемости – для русского человека географическая составляющая подчас имеет ключевое значение). Либо временная близость (недавнее прошлое или анализ недалекого будущего), что-то очень близкое по восприятию и мироощущению для зрителя.
- Известность чего-то или кого-то. Все, что сейчас «в тренде», что популярно на местном или более широком- федеральном/мировом уровне. Взлеты и падения политических, государственных, общественных и иных деятелей или организаций, которые и составляют информационную повестку дня; знаменитости различного уровня, их интриги, скандалы, жизнь, которая показана как в негативном, так и положительном аспектах. Рассказы о сенсационных событиях, фактах выдающихся ученых с их открытиями во всевозможных областях.
- Своевременность. Событие не обязательно должно происходить в данный отрезок времени. Например, весьма уместно рассказать о Сталинградской битве перед 9 мая, хотя дата данного события уже давно прошла, а годовщина вообще не относится к

данному дню, все же при соотнесении героического подвига и дня победы складывается картина, соответствующая общероссийскому настроению в этот период.

- Масштабность новости определена степенью важности ее для аудитории, весомости в информационной повестки, а главное-общественной значимостью
- Конфликт в самом широком толковании данного слова от обычной «бытовухи» где-то в пригороде далекого и забытого городка до межнациональных или межконфессиональных, от внутрипартийных противоречий, до международной конфронтации и т.д.
- Необычность - непредсказуемость развития ситуации, проблемы. Неординарные поступки, приводящие к абсолютно иному, далекому от логики сюжета исходу. В целом все, что способно выйти за рамки повседневного рутинного восприятия действительности, и приводит к большим и малым сенсациям.
- Персонификация - способность материала сконцентрировать внимание аудитории на конкретных персоналиях и через их историю/мнение/образ объяснить проблему или события на конкретном примере.²⁴
- При отборе новостей необходимо освещать то, что действительно является важным для людей,

²⁴ В.С. Воскобайников, В. К. Юрьев. Журналист и информация. М.,Изд-во РИА-Новости. 1993. С. 54-55.

условий их жизни, понимания и толкования происходящих в стране и мире событий.

Исходя из данных критериев, можно сделать вывод, что телевизионные новости — программа, в которой распространяются известия об актуальной, общественно значимой по ряду критериев информации, на основе сохранения объективности (равные права различным точкам зрения), используя при этом специфические средства подачи информации на телевидении.

Перейдем непосредственно к телевизионным выпускам новостей и их эволюции на отечественном экране.

Такие программы на отечественном телевидении появились не сразу - лишь спустя 25 лет после первой опытной передачи телесигнала. В истории развития и становления новостных программ, на наш взгляд, можно выделить несколько этапов:

1930-1940-е гг.: период экспериментального, пробного вещания.

1950е гг.: массовый приход журналистов на телевидение, создание редакций, что привело к качественному и количественному улучшению новостных программ.

1956 г.: выход «Последних известий»;

1960 г.: выход программы «Телевизионные новости»;

1961 г.: выход программы «Эстафета новостей»;

1968 г.: выход программы «Время»(50 лет в эфире);

22 марта 1951 г. Постановлением Совета Министров СССР была создана (в составе Всесоюзного комитета по радиоинформации) Центральная студия телевидения,

впоследствии превратившаяся в Центральное телевидение СССР.

К 60-м годам телевидение становится массовым. Ситуация с технической оснащённостью кардинально меняется. В отличие от 50-х годов, в этот период материально-техническая база телеинформации укрепляется: редакции оборудуются телетайпами (ТАСС, а также иностранных агентств), сеть собственных корреспондентов-кинооператоров растёт, кинопроизводство оснащается новой съёмочной, лабораторной и осветительной техникой. Активное развитие телевидения обуславливалось стремлением государства пропагандировать советские идеи в массы. Теперь служба новостей телевидения могла благополучно конкурировать с выпусками кинохроники по актуальности.

С 1956 года в эфир Центрального Телевидения СССР выходит информационная программа «Последние известия». В 60-е годы она заменяется программой «Телевизионные новости», которая представляла собой обзор информации за прошедшие 6 часов. В 70-х годах получила новое название – «Новости», а с января 1989 стала называться «Телевизионная Служба Новостей».

Декабрь 1961 года ознаменовался выходом в эфир программы «Эстафета новостей». Она была посвящена обзору текущих событий недели. Основными жанрами программы были беседа, интервью и комментарий. Импровизация в эфире вначале давала положительный эффект, но вскоре программа именно из-за нее утратила известность. «Телевизионные новости» в середине 1960-х

годов стали отнимать много общественно-значимой информации у «Эстафеты новостей». По мнению исследователей, это и обозначило окончательный спад её популярности. Отметим, что в 50-60-е гг. информационные программы отличались нестабильностью выхода в эфир, несогласованностью жанров и стилей. Телевизионная информация не отличалась оперативностью. Первый репортаж в прямом эфире прошел в 1949 году. Это была первая в СССР внестудийная передача - репортаж с футбольного матча со стадиона «Динамо». Важным этапом в становлении информационных программ на отечественном телевидении стало появление программы «Время». Ее дебют состоялся 1 января 1968 года. Важно отметить, что выпуски выходили в строго определенное время и сообщали самые важные события прошедшего дня. Программа стремилась к стабильной форме, близкой к газете. Таким образом, телепередача «Время» являлась примером для остального информационного наполнения телевизионного вещания. С того момента, когда в СССР началось информационное транслирование, непрерывно шел процесс совершенствования информационных телепередач. Каждая из них сыграла значительную роль в становлении отечественного новостного телевидения. На примере программы «Эстафета новостей» можно сказать, что импровизация не должна быть основополагающей в серьезной информационной программе. «Эстафета новостей» усовершенствовала такие телевизионные жанры, как беседа, интервью и комментарий. С вещанием первых новостных передач было ясно, что жанры и стили должны быть

согласованы между собой. Эту проблему решила программа "Время". Своим примером она показала, что стабильность, а также фиксированное время выхода в эфир очень важны для информационной телепередачи.

К 80-м годам структура информационных программ казалась раз и навсегда данной – сначала внутривластные новости, которыми были те или иные действия членов Политбюро ЦК КПСС, потом экономическая хроника (хорошо работает такой-то завод, высокий урожай вырастили в таком-то колхозе). Потом международные новости: сначала из «братских стран социализма», а затем с «загнивающего» Запада, где возмущенные пролетарии устраивают демонстрации на фоне правительственных зданий, а наши корреспонденты рассказывают, как плохо живется братьям по классу.

«Формат менялся, а вот содержание оставалось прежним, вплоть до середины 80-х годов, когда руководство и телеканалов и страны уже четко понимало, что в старой системе "все у нас хорошо" - дальше жить нельзя»²⁵

В начале 90-х, в условиях сложившейся исторической ситуации, у Российской Федерации появилась потребность в формировании новой массовой журналистики. «Необходимо было определить то место, которое предстояло занять прессе в утверждавшемся демократическом обществе» — утверждает Р.П. Овсепян в авторской работе «История новейшей Отечественной журналистики». Распад СССР привёл к изменениям в структуре СМИ. Журналистам пришлось переосмыслить запросы аудитории, понять, чего именно она хочет и в чём нуждается на данный момент. Для

²⁵ Г.В.Кузнецов. Телевизионная журналистика. М.: Высшая школа. 2002. С.38.

воплощения новых идей в реальность редакциям требовалось внедрить иные формы и методы работы.

После распада Советского союза в ведение новой России перешло 75 телецентров и телестудий – больше половины фонда бывшего Гостелерадио СССР. Остальное принадлежит теперь Украине, Казахстану, другим странам СНГ и Балтии. На сузившемся информационном пространстве сначала вели передачи две большие государственные компании – «Останкино» (1-й канал) и РТР (2-й канал). На полтора-два часа в день передачи 2-го канала уступали место в эфире программам края, области, республики. Не все из 89 субъектов федерации имели свои телецентры. А в декабре 1991 года был принят и закон о средствах массовой информации.

Если все классификационное «разнообразие» советского телевидения сводилось к делению на центральное и местное вещание, то к середине 90-х годов российское ТВ требовало значительно более сложной классификации:

1. По способу трансляции:

– эфирное (все вещательные организации, использующие традиционный способ распространения телесигнала – от телевышки до телесистемы потребителя);

– спутниковое (например, «Космос-ТВ» – совместное российско-американское предприятие, предлагающее российскому потребителю спутниковые телепрограммы западных компаний; в России эру непосредственного спутникового телевидения в конце 1996 г. открыли 4 телеканала НТВ плюс);

- кабельное (компания «КТВ-1», кабельные сети в городах России).

2. По типу деятельности:

- вещательные (осуществляющие телетрансляцию программ, среди которых иногда встречаются компании, лишь ретранслирующие другие станции, - та же «Космос-ТВ», но в большинстве своем это универсальные телеорганизации, имеющие и собственное телепроизводство, и доступ к эфиру);

- программнопроизводящие (продюсерские фирмы);

- дистрибьюторы.

3. По охвату аудитории:

- общероссийские;

- региональные («Юг России»);

- местные (от областных телестудий до кабельных сетей микрорайона).

4. По форме собственности:

- государственные;

- негосударственные, среди которых все разнообразие дозволенных законом форм собственности: частные, акционерные общества открытого и закрытого типа, общества с ограниченной ответственностью, товарищества с ограниченной ответственностью.

За короткий срок отечественное телевидение проделало гигантский путь преобразований: вырвалось из-под диктата большевистской доктрины, одновременно покончив с таким позорным явлением, как государственная политическая цензура; перестало быть партийно-государственной монополией, опробовав почти все формы собственности.

Произошло разделение телекомпаний на программо-производителей (продюсерские фирмы) и вещателей. Появились также посредники между первыми и вторыми – дистрибьюторы; в результате возник рынок программ – конкуренция в этой области должна способствовать насыщению рынка зрительских интересов.

Сегодня телевизионные новости стали основой вещания любого канала. Новостные программы на ТВ можно классифицировать по нескольким критериям:

по содержанию (предлагает американский редактор теленовостей Роберт Кэмбелл)²⁶:

- это то, что люди должны знать;
- это то, что людям необходимо знать;
- это то, что люди хотят знать;
- это то, что интересно знать («необязательные» новости»)

По тематике: различают криминальные, политические, спортивные новости, новости культуры и т.п.

По срочности подачи в эфир: текущие, экстренные, «консервы»

По ведущим эмоциям: можно выделить новости, вызывающие преимущественно положительные и преимущественно отрицательные переживания.

По жанровой природе: аналитические, информационные, художественно-публицистические, в т.ч. развлечения.

По времени выхода в эфир: утренние, дневные, вечерние.

²⁶ А.И Иванова. «Мир современных медиа» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://culture.wikireading.ru/67517> (дата обращения 10.05.19).

По масштабу транслирования:

- мировые (глобальные). Рассматривают события в рамках мировой повестки, без учета национальных интересов государств.

- национальные (федеральные). Рассматривают общественно важные, мировые и национальные вопросы, в рамках влияния на граждан определенного государства.

- региональные – значимые для населения одного или нескольких *регионов* – территорий, отличающихся совокупностью естественных и/или исторически сложившихся, относительно устойчивых экономико-географических и иных особенностей, сочетающихся с особенностями состава и жизни населения;

- локальные – местные, для жителей города, муниципального района, села;

- корпоративные – имеющие значение для сотрудников той или иной организации.

По периодичности выделяют ²⁷:

- Ежедневные телевизионные передачи — выходят каждый день (новости, сериалы и т. д.);

- Еженедельные передачи — выходят раз в неделю (например, итоговые новости, развлекательные передачи по выходным дням и т. д.);

- Ежемесячные передачи — выходят ежемесячно и представляют собой полноценные и глубокие исследования затронутой темы. Обычно это телевизионные расследования, какие-либо тематические программы и т. д.

²⁷ Н.Н. Цибанова Классификация основного контента телеканалов по периодичности выхода в эфир // Молодой ученый. 2014. №18. С. 833-837.

- Нерегулярные передачи — выходящие по мере накопления материалов (альманахи).

- Ситуационные передачи (выходят в случае появления информационного повода — премьеры фильма, годовщина события, передачи о каком-либо человеке).
Обобщая, выделяют регулярные, нерегулярные и ситуационные передачи.

В рамках рассматриваемой темы рассмотрим итоговые федеральные выпуски новостей.

Форматы новостей ежедневных и еженедельных итоговых выпусков во многом схожи, однако важно понимать, что сходство это внешнего характера, оно связано общим набором принципов «конструирования» программы. Потому схожим, вероятнее всего, будет и общий посыл ежедневных и еженедельных выпусков в рамках одного телеканала. Методы подачи информации и задачи будут в значительной степени отличаться друг от друга. Так, цель итоговой программы не только проинформировать аудиторию, но и сориентировать ее в информационном поле за счет обобщений, расставления акцентов на том, что, по мнению автора и редакции, действительно значимо. Информационно-аналитическая программа дает почву для размышлений и помогает разобраться в том, что происходит в стране и мире.

Рассмотрев базовые классификации новостных программ, можно уточнить четкое определение эмпирической базы исследования. Федеральные итоговые выпуски телевизионных новостей — еженедельные общедоступные новостные программы, выходящие в конце недели на федеральных каналах, которые освещают

общественно-значимую и актуальную для российского общества повестку дня.

Безусловно, ежедневные информационные выпуски существуют по тем же базовым принципам, что и информационно-аналитические. Но в силу широты охвата тем, неограниченного временного диапазона при подборе материала (итоговая программа может рассматривать как событие, которое произошло сегодня, так и происшествие годичной давности, если это актуально здесь и сейчас), стержневой роли ведущего (он не просто связывает сюжеты между собой, но и трактует события) и еще целого ряда особенностей итоговой программы редакция выстраивает выпуск таким образом, что на выходе это не просто набор актуальных новостей, но цельное, неделимое произведение, все составляющие которого подчинены единой логике.

Говоря о драматургии итоговой информационно-аналитической программы, мы опираемся на тот факт, что телевидение родилось из кинематографа, а кинематограф - из театра. Поэтому существует тесная взаимосвязь между театром, или шире - драмой, и телевидением. Этот факт признает подавляющее большинство исследователей телевидения. А.А. Новикова отмечает: «Пока малый экран претендует на общение с аудиторией, он будет учиться этому у театра»²⁸. Поэтому к итоговой информационно-аналитической программе, как и любому телевизионному продукту, применимы те же категории и понятия, к которым принято обращаться при анализе драматических произведений.

²⁸А.А Новикова «Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/novikova.htm> (дата обращения 23.05.19).

1.3. Выразительные средства экрана, используемые в телевизионных новостях

Рассматривая телевидение в русле общей экранной культуры, прежде всего обращаешь внимание на существование оригинального языка со своей орфографией, грамматикой, синтаксисом и морфологией, на богатую палитру его возможностей.

Каждый художник выражает мысли, чувства, мироощущение собственным языком, посредством выбранной им знаковой системы, при помощи тех или иных художественно-выразительных средств. Язык экрана имеет свою систему выразительных средств, изобразительно-звуковых сигналов, зафиксированных камерой, посылаемых на экран и считываемых с него, включающих и смысловую, и эмоциональную информацию.

В дальнейшем мы будем считать синонимичными понятия художественно-выразительные средства экрана и язык экрана, который в свою очередь, как и любой другой язык, имеет свою систему выразительных средств, изобразительно-звуковых сигналов, зафиксированных камерой, посылаемых на экран и считываемых с него, включающих и смысловую, и эмоциональную информацию.

Несмотря на то, что телевидение возникло как ветвь вещания, знание общих закономерностей, заложенных в природе экранных искусств, изучение всего спектра изобразительных возможностей экрана поможет нам отследить взаимосвязи выразительных средств, задействованных на ТВ.

Новости как продукт телевидения воздействуют на человека не отдельным кадром, а целым спектром

сменяющих друг друга изображений и звуков, где огромное значение имеет их последовательность появления на экране.

«Телевидение имеет общие с кинематографом выразительные средства. Сегодня, как и много лет назад, их можно представить как систему, состоящую из двух соподчиненных групп.

К первой стабильной группе относятся выразительные средства, определяющие пластику экрана: кадр, план, ракурс, свет (природный и полученный при помощи светотехники) и цвет (в том числе при черно-белом изображении). К той же первой группе принадлежат выразительные средства, определяющие аудио-характеристики: речь, шумы и музыка (как студийные, так и документальные). Эти выразительные средства обусловлены природой телевидения, их перечень постоянен.

Вторая группа выразительных средств мобильна и находится в зависимости от воли и задач автора (или авторов) передачи: монтаж, мизансцена (мизанкадр), выразительные способы съемки (статичная, с движением), необычные ракурсы, спецэффекты, титры, декорации и др. Этот список может увеличиваться по мере совершенствования телевизионной техники, например, уже сейчас есть эффект 3D изображения, доступный и в домашних условиях»²⁹.

Язык экрана, подобно языкам других пластических искусств (живописи, графике, скульптуре, архитектуре), создает зримые художественные образы; подобно музыкальным произведениям развивает действие во времени,

²⁹ Горюнова Н. Л. Художественно- выразительные средства экрана. М.: 2000 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://litresp.ru/chitat/ru/Г/goryunova-n-l/hudozhestvenno-viraziteljnie-sredstva-ekrana> (дата обращения 28.05.19).

отсчитывая такты ритмов и воспроизводя мелодии, подобно литературе, свободно обращается со словом, включив его в свою образную структуру.

В своей работе «Художественно-выразительные средства экрана» Горюнова Н. выделяет следующие элементы языка:

Перспектива. Рассматривая изобразительную композицию кадра, обращаешь внимание прежде всего на то, что на плоскости экрана воспроизводится трехмерное пространство. Это становится возможным благодаря наличию в пластике экрана такого понятия, как перспектива. Зритель воспринимает изображение различных предметов в перспективном сокращении, так как по мере их отдаления от объектива камеры изменяется их величина и четкость очертаний. В зависимости от этого различают перспективу линейную и воздушную. Задействуя линейную перспективу в композиции кадра, необходимо знать, что существуют объекты, имеющие ярко выраженные линейные протяженности, способные передать глубину пространства наиболее четко. Фигуры и предметы существуют в перспективном изображении на экране и в том случае, если есть свето-тональные перепады, когда по мере удаления их от объектива камеры мягко угасают детали и пропадает ясность очертаний. Такая перспектива называется воздушной (тональной). Дождь, снег, дым, пыль, туман помогают передать более выразительно воздушную перспективу, зафиксировать глубину пространства. Метод перспективных совмещений основан на соединении в кадре изображений объектов различных по масштабу и пространственному положению.

Свет. Активным элементом композиции кадра, ее формообразующим и эстетическим фактором является свет. Светом можно выявить глубину пространства, трансформировать объемные формы, подчеркнуть линейные очертания и рельефность элементов, более осязаемо передать воздушную атмосферу, а также создать нужное настроение в кадре. Изображение на пленке фиксируется благодаря использованию либо естественного, либо искусственного освещения.

В графической и живописной композиции кадра также немаловажное значение имеет тень. Тень подразделяют на собственную (от предмета, сооружения, человека, то есть от объекта съемки) и падающую (перекрывающую).

Цвет. Живопись на экране предполагает еще и использование цвета как сильнейшего художественно-выразительного средства. Давно уже черно-белое изображение на пленке сменилось цветным. Окружающая нас действительность без наших дополнительных усилий фиксируется камерой в реальном многоцветном варианте, на экране воспроизводится природная цветовая "данность".

Спецэффекты. Это группа выразительных средств, позволяющая усилить эмоциональную сторону произведения и одновременно углубить его смысл. Многослойная экспозиция — микшер — позволяет режиссерам за счет использования двух-трех слоев изображения увеличить смысловую нагрузку и создать дополнительную эмоцию в кадре.

Полиэкранный. Информационное уплотнение содержания кадра и усиление эмоционального воздействия на зрителя

достигается использованием полиэкрана. Это художественно-выразительное средство позволяет на одной плоскости экрана воспроизвести несколько различных изображений, чаще объединенных между собой тематически. Съемка различных объектов может быть осуществлена синхронно работающими камерами - или изображения получают в различное время. Но и те и другие планы объединяются в процессе монтажа в пространственные границы одного кадра. На различных участках экрана могут находиться изображения, дополняющие друг друга по смыслу (например, основное изображение и изображения, имеющие вспомогательное значение).

Надписи. Художественно выполненные надписи подразделяются на три вида: заглавные, титульные и пояснительные.

Первая подгруппа — заглавные надписи — объединяет названия различных передач, серий, рубрик, циклов, игровых, документальных или анимационных фильмов, короче говоря, названия любой телепродукции вне зависимости от ее вида и жанра.

Титульные надписи — представляют собой перечень фамилий создателей, желательно с указанием профессии каждого. Сейчас чаще всего профессии перечисляются, но в целях экономии времени их демонстрация осуществляется с такой скоростью, что нет возможности прочесть ни фамилию, ни профессию.

В такой ситуации трудно сказать, какое из зол меньше: в первом случае досадно, что неизвестно, кто из создателей отвечает за какой участок работы, во втором — информация

становится бессмысленной, так как невозможно считать ее с экрана. В титульных надписях перечисляются также участники передачи, исполнители ролей (в игровых произведениях), указывается год выпуска, спонсоры, фирмы и все другие организации и частные лица, имеющие отношение к производству телепродукции и демонстрации ее на экране ТВ. Пояснительные надписи являются самыми разнообразными по выполняемым функциям и по количеству существующих форм

Основной принцип экранной образности — принцип движения. Движение авторской мысли, наблюдения, восприятия влечет за собой движение вновь созданных композиций — кадров. Они сменяют друг друга в определенной последовательности, обусловленной смысловой сущностью произведения и его эмоциональной направленностью, изобразительными и звуковыми особенностями экранной формы. Появляется на свет то, что называется экранным искусством. "Складывается творимый живой динамичный образ в отличие от пассивного воспроизведения явления "как оно есть" ³⁰.

Динамика экрана. Привести в движение экранное изображение, сделать реальным его существование — вот одна из основных задач, которую приходится решать в первую очередь творческим работникам телевидения. Слово, музыка, шумы — все приходит в движение. Динамика, призвана решить проблему визуализации связей на экране.

³⁰ Горюнова Н. Л. Художественно-выразительные средства экрана. М.: 2000 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://litresp.ru/chitat/ru/Г/goryunova-n-l/hudozhestvenno-viraziteljnie-sredstva-ekrana>. (дата обращения 28.05.19).

Основой экранного изображения является *движение*. Оно предопределяет сущность экранной образности и включает в себя два вида: внутрикадровое движение и движение, возникающее при соединении кадров в определенной последовательности в целостную структуру на монтажном пульте.

Внутрикадровое движение. Исследователи классифицируют внутрикадровое движение, условно подразделив его на пять видов:

1. Камера закреплена на штативе, и объект съемки статичен. Внутрикадровое движение в этом случае создается движением объектива камеры на вращающейся головке штатива. Оно как бы воспроизводит траекторию нашего взгляда, когда мы, к примеру, осматриваем пространство: будь то наш двор или поле до горизонта, небольшая комната или огромный концертный зал.

2. Камера закреплена на штативе, и статичен объект съемки.

Исходные данные те же. Но форма внутрикадрового движения иная: наезд-отъезд. Такая форма внутрикадрового движения стала возможной благодаря использованию трансфокатора — объектива с переменным фокусным расстоянием. То есть, закрепив на штативе камеру, мы имеем возможность панорамировать и по движущейся толпе демонстрантов, и по идущим бронетранспортерам; наезжать на любой движущийся объект или отъезжать от него.

3. Камера статична, а снимаемый объект находится в движении.

Именно с этого вида внутрикадрового движения начиналась история экранного искусства. В зависимости от перемещения внутри кадра машин, людей, самолетов, поездов и других объектов меняется изобразительная композиция. При неподвижной камере вертикальная и горизонтальная ось остаются неизменными, так же как и точка съемки, но значительно видоизменяются графический рисунок и живописные параметры изображения.

4. Статичен объект съемки, а камера находится в движении.

Движущаяся камера в процессе съемок может приблизиться к объекту, обойти его, объехать, облететь, миновать, удалиться прочь. Эта форма внутрикадрового движения дает возможность преодолеть опасность, которая подстерегает каждого при съемке статичного объекта: перевести изображение в слайд, в фотографию. Статика, заложенная в природе самого снимаемого объекта, восполняется динамикой камеры и не вступает таким образом в противоречие с экранной образностью.

5. Движущаяся камера сопровождает движущийся объект - наиболее сложная форма внутрикадрового движения.

Пространственно-временные структуры. Все происходящее на экране — результат фиксации и воспроизведения на пленке явлений, событий, героев, существующих во времени и пространстве.

Пространственные связи. Пространственные связи внутри конкретного явления, между его элементами, между участниками событий, героями телепередач можно

воспроизвести при помощи внутрикадрового движения и далее их уточнить, дополнить, окончательно воссоздать в процессе монтажа за пультом, соединяя отдельные кадры и монтажные фразы в целостное телепроизведение.

Временные отношения — еще один существенный компонент образности в экранном искусстве. Художественно-выразительные средства экрана позволяют создателям телепроизведений во всей полноте раскрыть фактор времени, сделать его на экране видимым.

Динамическая связь кадров. Принцип движения во времени и пространстве является основополагающим при возникновении различных форм монтажа. «Последовательность состояния и места» воссоздаются на экране при помощи чередования кадров.

Формы монтажа.

1. *Формально-описательный монтаж.* Самая распространенная форма монтажа, которая позволяет изложить тему связно, последовательно и внутри одного эпизода, и между отдельными монтажными фразами.

При этом мы наблюдаем поступательное движение внутри причинно-следственных отношений: постепенное продвижение сюжета от причины к следствию. В такой же описательной манере даются временные и пространственные характеристики происходящего события.

2. *Параллельный монтаж.* Две, три и более сюжетные линии развиваются одновременно, но в разных местах. Действие происходит в одно и то же время, а герои и их месторасположение различны.

3. Ассоциативный монтаж является наиболее сложной формой монтажа. Движение, перемещение во времени и пространстве происходит на основе ассоциаций, ассоциативного мышления, когда одно представление вызывает другое.

4. Контрастный монтаж основывается на резком переходе от одного изображения к другому. Соединяются между собой кадры, контрастирующие по смыслу, по линейному и светотональному рисунку, по цветовой гамме, по ритму и эмоциональной окраске.

Обзор визуальных средств экрана на этом закончен, далее опишем аудиальные.

Слово как часть структуры экранного образа.

Изображение, как правило, монтируют под готовый закадровый комментарий. По мнению исследователей, слово на ТВ является основным источником информации. Через слово устанавливаются почти все причинно-следственные связи и передается большинство пространственно-временных характеристик. Большое значение имеет темп произнесения слов в предложении, ритмика подачи словесного материала.

При изложении информации в «Новостях» мы тоже имеем дело с двумя формами подачи словесного материала: текст звучит либо в кадре, либо за кадром. В первом случае перед объективом камеры находится ведущий или любой другой человек, у которого берут интервью. Во втором — мы видим сюжеты, подготовленные журналистами, а за кадром слышим их голос или голос ведущих. Здесь для зрителя важно не столько мнение журналиста по поводу

происшедших событий, сколько суть этих событий, многоаспектность ситуации.

Музыка в системе художественно-выразительных средств экрана.

Музыка определяется как вид искусства, отражающий действительность в звуковых художественных образах, активно воздействующих на психику человека. Это воздействие, обуславливающее полноту восприятия, во всем многообразии используется другим искусством — экранным. Основные элементы и выразительные средства музыки: лад, метр, ритм, темп свидетельствуют об общих закономерностях с экранным искусством. Основопологающей категорией для них является категория времени. Если временной фактор максимально использован, творчески реализован, то соотнесение этих двух компонентов экранной образности — изображения и музыки — не может не дать положительный результат.

Функции музыки в телевизионных новостях. Музыка включается в строй произведения для создания атмосферы действия, для характеристики среды обитания героев. Музыкальное сопровождение любого действия может указать на географические координаты местности, где оно происходит. Национальные особенности тех или иных музыкальных произведений могут с наибольшей точностью охарактеризовать место действия, указать на принадлежность героев к определенной народности, подчеркнуть своеобразие архитектурных ансамблей разных регионов.

При помощи музыкальных произведений можно передать характерные приметы времени. Музыкальное решение позволяет дать нужные характеристики героям телепроизведений. К примеру, с появлением в кадре одного из действующих лиц начинает звучать "его музыка". А затем, даже при отсутствии героя, музыка может напомнить о нем или сообщить о его приближении, вступив в композицию несколько раньше изображения.

Музыка выступает как формообразующий элемент, внутренне организует действие, подчиняет своему ритму и настроению не только отдельные эпизоды, но и все произведение в целом.

Телевидение, которое оперирует одновременно текстом, музыкой и зрительно воспринимаемыми движущимися образами, обладает исключительно высокой способностью сосредотачивать, рассеивать и переключать внимание зрителя. Его эффективность связана еще и с тем, что оно мобилизует периферические системы внимания, что, в свою очередь, обеспечивает большую избыточность информации в центральной интегрирующей системе. Чем больше избыточность, тем меньше усилий требует восприятие сообщений.

Выводы к главе. Разобранные нами исторические и теоретические аспекты таких понятий, как манипуляция, телевидение, новостные программы и выразительные средства экрана, позволяют нам проследить взаимосвязи и взаимопроникновения этих понятий.

Телевидение развивалось в нашей стране под эгидой государства. Вполне естественно, что телевидение, созданное

государством, будет обслуживать его интересы, в т.ч. по работе с населением. Свидетельства этого мы приводим в параграфе 2. С массовым распространением средств телевизионного вещания в нашей стране все больше влияния на население стали оказывать новостные выпуски. В ходе освоения технической базы, теории и практики ТВ на телевидении формировалось понимание возможностей манипулятивных воздействий на массовое сознание, осваивались технологии, описанные нами в параграфе 3.

Таким образом возможность манипулятивного воздействия на массовое сознание реализуются в той или иной степени, с теми или иными целями с момента бурного развития ТВ в нашей стране (с конца 50-х годов XX века) до наших дней.

И на примере актуальных событий в следующей главе мы рассмотрим практику манипулятивного воздействия в рамках современного телевизионного федерального новостного вещания.

ГЛАВА II. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКО-ИЗРАИЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЙ В НОВОСТНЫХ ПРОГРАММАХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ КАНАЛОВ

2.1. История Первого канала и новостной программы «Воскресное время»

Первый канал начал свою деятельность на Первой программе ЦТ СССР, где он выходил на голубые экраны советских телевизоров в 1951 году. Именно поэтому он получил название самого старого массового телеканала в России. В 1991 году на смену Центральному телевидению пришло Телевидение «Останкино», что существенно повлияло на основание 1-го канала Останкино, работа которого прекратилась в 1995 году.

Первым Генеральным директором ОРТ становится очень многим известный тележурналист Владислав Листьев, который вскоре вводит на своём канале мораторий на рекламу, председателем Совета Директоров ОРТ стал председатель РГТРК «Останкино» Александр Яковлев, генеральным продюсером ОРТ стал Константин Эрнст, продюсером просветительских и художественных программ стал Сергей Шумаков. После громкого убийства Влада Листьева генеральным директором телеканала стал Сергей Благоволин, генеральным директором телекомпании ВИД — Александр Любимов, а Борис Березовский появился в

качестве владельца крупнейшей доли акций ОРТ. Изменения не заставили себя ждать: были закрыты ряд программ, среди которых телепередача «Политбюро» и «Дело», ведущим программы «Тема» стал Дмитрий Менделеев, ведущими программы «Час пик» стали ведущие ночного выпуска новостей Сергей Шатунов и Дмитрий Киселёв. Основным политическим ток-шоу становится программа «Один на один», ведущим которой является Александр Любимов. Производителем информационных программ для ОРТ стала ИТА РГТРК «Останкино», при этом она совместно с телекомпанией REN-TV также выпускает телепередачу «Версии».

Вещание телеканала началось с 1 апреля 1995 года. В первые месяцы вещания запрет на трансляцию коммерческой рекламы все еще оставался в силе: по каналу транслировали исключительно рекламные ролики социального характера. В сентябре 1995 года были также закрыты телевизионная игра «Пойми меня» и развлекательная программа «Иванов, Петров, Сидоров», которая была детищем телекомпании АТВ, правда позже она стала транслироваться на телеканале РТР, так же как и программа «Пойми меня», которая «перекочевала» на канал НТВ. После назначения Сергея Шатунова ответственным выпускающим новостных программ телеканала ОРТ одним из ведущих программы «Час пик» стал Андрей Разбаш. 12 октября 1995 года была упразднена РГТРК «Останкино», и ОРТ стало самостоятельно производить информационные программы.

Январь 1995 года стал официальной датой основания ОРТ. Затем в апреле этого года была сделана реорганизация Первого канала, который назывался в те времена Общественным российским телевидением. За замену Первому каналу пришел РГТРК «Останкино».

Свое историческое наименование «Первый канал» возвратил после 2002 года, а в июне 2011 года он стал вещать в специальном формате.

В сентябре и октябре 2000 года на канале ОРТ происходят очень большие перемены. Если говорить проще, то практически полностью меняется сетка вещания телеканала. ОРТ уже давно переживает творческий кризис, и руководство решает полностью изменить концепцию канала. Решено было начать с изменения внешнего вида, а точнее оформить канал несколько иначе. Внешние данные канал сменил 1 октября 2000 года.

2 сентября 2002 года происходит наибольшее изменение на телеканале, он полностью меняет свое «имя», отныне телекомпания ОРТ как таковая перестает существовать – и ей на смену приходит уже всем известный Первый канал. Причиной изменения названия становится полное обновления канала, начиная от визуального его представления и заканчивая полной сменой сетки вещания. Концепция вещания осталась прежней — ставка была сделана на массового зрителя. Основной новостной программой на Первом канале является программа «Время».

1 января 1968 года в эфир Центрального телевидения впервые вышла программа «Время».

Первыми дикторами были Игорь Кириллов, Анна Шатилова, Нонна Бодрова, Виктор Балашов. Они были первыми звездами телеэкрана, их знала вся страна, а их фамилии и лица помнят до сих пор. Структура выпуска программы сформировалась ещё в первые годы вещания: первые лица государства, вести с периферии, экономика, культура, спорт, погода.

Даже в эпоху застоя программа продолжала активно развиваться. Этому свидетельствует появление в ней телесуфлера, компьютерной графики и т.д. Но перемены осуществлялись лишь в технической части, они не коснулись содержания программы, которое было посвящено в основном коммунистической идеологии.

Программа «Время» не сразу выходила в строго определенные часы. Лишь с 1972 года она начала выходить ровно в 21: 00. С 1977 года программа начинает вещание в цвете. Прямые трансляции использовались редко, но праздничные дни (1 мая и 7 ноября) транслировались в прямом эфире. Программа «Время» в эпоху застоя освещала происходящие события в СССР и других странах достаточно необъективно, предвзято. Освещались только положительные аспекты жизни страны. В 1977 году деятельность тележурналистов, создающих программу «Время», была отмечена Государственной премией СССР.

С 27 декабря 1991 года программа стала одной из официальных новостных программ в России. По заявлению председателя Гостелерадио того времени, «Время» действительно стала неотъемлемой частью жизни советского общества. С 1 января 1992 года она выходила в эфир под

названием «Новости». Через 2 года название «Время» было возвращено в заставку. Первыми ведущими обновленной программы были Татьяна Комарова, ведущим новостей спорта Илья Кукин, первой ведущей прогноза погоды стала Людмила Шеламова.

С сентября 1999 года выпуски программы по будням и в субботу стали называться «Время. Информационный канал» и «Время. Аналитическая программа». В рамках «Информационного канала» стала выходить программа «Здесь и сейчас» и «Однако» Павел Шеремет был ведущим «Аналитической программы». С 2000 года по воскресеньям выходит дополнительный выпуск – «Время. Воскресный выпуск», но в связи с созданием программы «Времена» он прекратил свое существование. С конца 2000 года программа «Время» стала выходить по субботам.

Осенью в этом же году в эфире появляется «Ночное время», которое выходит только по будням. Ведущими были Андрей Батурин, а с 2002 года и Петр Марченко. Вторая особенность от основного выпуска «Времени» заключалась в том, что итоги дня подводили известные политологи, а не ведущий, как традиционно было прежде. Подобный формат уже существовал на отечественном телевидении. На НТВ в программе «Сегодня в полночь» и на ТВ-6 в выпуске Владимира Кара-Мурзы «Грани» уже была применена подобная манера подачи итогов. К прежним ведущим Кириллу Клейменову и Екатерине Андреевой добавились Андрей Батурин и Жанна Агалакова. Летом 2002 года программа возобновила выход по воскресеньям из-за отсутствия в сетке вещания программы «Времена». Ведущим

был Игорь Выхухолев. Воскресные выпуски отличались от традиционных аналитическим характером. Все лучшие традиции работы с новостями были сохранены, программа стала более яркой и насыщенной. Лишь 13 июля 2003 года окончательный выход программы по воскресеньям был восстановлен полноправно. Ведущим первого обновленного выпуска стал Петр Марченко. С 28 августа 2005 года ведущим воскресного выпуска программы «Время» стал Петр Толстой. После ухода Кирилла Клейменова вторым ведущим стал Андрей Батурин, который, в свою очередь, с 2007 года был заменен Виталием Елисеевым.

В связи с прямыми включениями в день выборов хронометраж программы увеличивается на 3-4 часа. На избирательных участках корреспонденты следят за подсчетом голосов.

В 2002, 2006 и 2007 годах программе "Время" присуждалась премия ТЭФИ в номинации "Лучшая информационная программа" - это самая престижная на телевидении России профессиональная награда.

Таким образом, в истории становления программы "Время" мы можем выделить следующие основные этапы:

1968 г.: дебют;

1977 г.: вещание в цвете;

1991 г.: официальная новостная программа;

1992 г.: выходит в эфир под названием «Новости»;

1994 г.: возвращение названия «Время»;

2000 г.: выход дополнительного выпуска «Время. Воскресный выпуск»

конец 2000 г.: прекращение дополнительного выпуска «Время. Воскресный выпуск»;

2001 г.: появление выпуска «Ночное время»;

2003: закрепление выхода программы по воскресеньям;

На сегодняшний день «Время» - это основа информационного вещания для Первого канала. Её ведущими сегодня являются Екатерина Андреева, Виталий Елисеев.

2.2. История канала Россия-24 и Вести Недели

История канала начинается с 1956 года, когда была создана «Вторая программа», вещавшая в вечернее время. С 1984 года «Вторая программа» получила ещё одно название — «Второй канал».

7 марта 1991 года «Второй канал» перешёл в подчинение созданной ВГТРК. Вскоре появилась главная информационная передача «Вести», большинством сотрудников которой были бывшие сотрудники закрытой незадолго до этого на Центральном телевидении программы «Телевизионная служба новостей». Ведущей первого выпуска «Вестей» была Светлана Сорокина.

Во время Августовского путча 1991 года все передачи ВГТРК были отменены по приказу ГКЧП. В тайне от ГКЧП

РТР подпольно организовал вещание на регионы, благодаря чему жители СССР в специальном выпуске «Вестей» смогли увидеть всё, что тогда происходило в Москве. Студия «Вестей» в «Останкино» была опечатана, передача записывалась на видеокассету на «Шаболовке», для экстренных ситуаций действовала передвижная студия. Подпольное вещание продолжалось до полной победы защитников Белого дома.

В период политического кризиса 1993 года РТР пережил ещё одно потрясение. Во время расстрела Белого дома каналом был нарушен приказ о ведении трансляции бомбёжки в прямом эфире — в тот момент на линии огня стояли обычные горожане. После того, как милиция оттеснила горожан, «РТР» запустил трансляцию «CNN». В это время было обстреляно здание, где размещалась студия «Вестей». В дыру, пробитую в здании гранатомётом, ворвались вооружённые люди, начался обстрел здания, возник пожар. Режиссёр «Вестей» Ирина Виноградова смогла спасти отснятый материал, а техническому директору Станиславу Буневичу удалось перевезти управление телевидением страны в здание ВГТРК на Ямском Поле. Вещание канала было восстановлено, РТР стал единственным телеканалом, оставшимся в эфире и показавшим все происходящие события. Вещание велось в наспех оборудованной студии на цокольном этаже при выключенном свете. После этого, показав важные события, «Вести» становятся самой влиятельной программой.

Первый выпуск информационной программы «Вести» появился в эфире 13 мая 1991 года в 17 часов. Этим

десятиминутным выпуском программы «Вести» впервые начал свою работу канал РТР. Ведущей этого выпуска была Светлана Сорокина. Со следующего дня — с 14 мая 1991 года программа «Вести» стала выходить ежедневно в 20:00 и 23:00 с хронометражем 15 минут каждая.

Создателями программы «Вести» были один из её ведущих - Евгений Киселёв, главный редактор программы «Вести» -Олег Добродеев, Председатель Всероссийской государственной телерадиокомпании — Олег Попцов и Генеральный директор Всероссийской государственной телерадиокомпании - Анатолий Лысенко.

С 30 декабря 1991 года был добавлен третий выпуск «Вестей» в 14:00 с хронометражем 15 минут, а с 20 января 1992 года стал выходить в эфир четвёртый выпуск «Вестей» в 8:00 также с хронометражем в 15 минут.

Авторские выпуски "Вестей" разрушили информационную монополию первого канала, официальной программы "Время", и быстро завоевали популярность благодаря своему оппозиционному характеру, столь созвучному веяниям перестроечного времени.

С середины 1990-х программа «Вести» выходит в эфир каждые 3 часа с хронометражем в 20 минут, а выпуск в 20:00 с хронометражем в 30 минут, с конца 1990-х выходит в эфир каждые 3 часа с хронометражем в 30 минут.

В 2000 году к руководству ВГТРК пришла команда под управлением Олега Добродеева. Телеканал «Россия» обратился к ранее не использованному резерву - российским регионам. Ориентированный прежде всего на зрителей российской провинции, проект «Вести. Местное время»

быстро завоевал зрительское внимание, заполнив существовавший информационный вакуум. В феврале 2000 года ежедневные выпуски «Вестей» стали выходить по прежнему графику: в 11:00, 14:00, 17:00, 20:00 и 23:00. Одновременно в программе полностью меняется состав ведущих.

До создания программы «Вести недели», собственной итоговой информационной программы у телеканала Россия-1 не было, а её функции выполняла еженедельная итоговая аналитическая программа Николая Сванидзе «Зеркало» (она считалась фактически автономной от «Вестей», но использовала материалы её корреспондентов в случае необходимости передать оперативную информацию). С начала 2001 года — субботний выпуск программы «Вести» с Василием Кикнадзе.

1 сентября 2001 года создателем программы Вести Недели был её первый ведущий — Евгений Ревенко. Когда программа только готовилась к выходу, в качестве возможного её названия рассматривался заголовок «Вести. Главные события», но от него отказались. Взамен него было предложено название «Вести недели».

С 15 мая 2006 года выпуск «Вестей» в 20:00 стали вести два человека – это новаторское решение повлияло на восприятие программы аудиторией. С сентября 2010 года весь бренд «Вести» обновился. Поменялись заставки, оформление и студия.

Сегодня федеральный выпуск "Вестей" изменился. Он стал менее эмоциональным, более корректным и сдержанным. На роли ведущих приглашают молодых, но уже

проявивших свой журналистский талант. В настоящее время это Мария Ситтель, Эрнест Мацкявичюс, Евгений Ревенко, Андрей Кондрашов, Сергей Брилёв, Фарида Курбангалеева, Александр Голубев, Татьяна Ремезова, Марина Ким.

Однако итоговый выпуск более походит не на информационный сдержанный по канонам выпуск, а на хорошо спродюсированное аналитическое шоу. Хотя и является дайджестом всех событий недели.

Выходит программа по воскресеньям с 16 сентября 2001 года. За всю историю существования программы у неё неоднократно менялись ведущие. С 16 сентября 2001 по 13 июля 2003 года ведущим был Евгений Ревенко. С 31 августа 2003 по 11 февраля 2007 года программу вёл Сергей Брилёв. С 18 февраля 2007 по 13 июля 2008 года программу вёл Андрей Кондрашов. С 7 сентября 2008 по 8 июля 2012 года программу вёл снова Евгений Ревенко. С 9 сентября 2012 года ведущим стал Дмитрий Киселёв.

До 2013 года включительно в период летних отпусков вместо «Вестей недели» выходил обычный выпуск программы «Вести». С марта 2014 года, в период отсутствия ведущего Дмитрия Киселёва в связи с летним отпуском или праздничными днями, по воскресеньям выходит выпуск программы «Вести в 20:00» в формате подведения итогов недели.

2.3. Практический анализ сюжетов федеральных каналов, освещающих российско-израильские отношения с использованием манипулятивных технологий

18 сентября 2018 года в Минобороны России объявили, что отметка самолета-разведчика ИЛ-20, несущего военную службу над территорией Сирийской арабской республики, исчезла с радара в непосредственной близости от выполняющих боевую задачу четырех израильских истребителей F-16 принадлежащих ВВС Израиля.

Военный самолет ИЛ-20 возвращался на авиабазу Хмеймим и был сбит ракетой сирийского комплекса С-200 над Средиземным морем. Россия возлагает ответственность за произошедшее на военно-воздушные силы Израиля, совершившие, как заявил официальный представитель Минобороны РФ Игорь Конашенков, «преднамеренную провокацию».

Израильская же сторона возложила ответственность за данный инцидент на Сирийскую армию и «беспорядочный огонь с их стороны», а также отметила, что российская военная сторона была заблаговременно предупреждена о возможной атаке.

Несмотря на то, что Москва и Анкара на тот момент имели множество двусторонних договоров во всевозможных сферах сотрудничества (в том числе и в военной), а также длительно выстраиваемые дружественные отношения, на федеральных каналах образ Израиля в лице союзника после

инцидента 18 сентября на несколько недель превратился в образ предателя, негодяя, который крайне халатно относится к оказанному ему доверю.

Следует начать анализ с образа Израиля который создавался на федеральных телеканалах до описанного инцидента.

Анализ выпуска «Воскресное время» за 13.05.18.
См. Приложение 1. Выпуск в конце недели, посвященной празднованию Дня победы. На главный парад на Красной площади в честь 73 годовщины победы в Великой Отечественной войне прибыл премьер-министр Израиля Беньямин Нитаньяху.

Образ Израильского государства выстраивается с применением уже изученных аудиовизуальных эффектов. См. Приложение 1.

Израильский лидер:

Фон. Израильский лидер преимущественно предстает в массе российских граждан, идет рядом с ними – тем самым показывается близость наших народов.

Крупный план и монтаж. Нитаньяху идет с портретом израильского офицера, что в свою очередь является деталью, которая относит его не к правящей элите, а скорее к простому гражданину.

Музыка. Музыка подобрана привычная для российского народа в этот день – песни военных лет и военные марши.

Израильская политика:

Слово. Повествуется об отношениях Израиля с другими странами. Россия предстает в таких понятиях, как «друг»,

«союзник». А при описании других государств используется «враждебное окружение».

Крупный план и монтаж. Израильские действия подаются с позиции справедливости их действий. Рассказ о боевых действиях сопровождается кадрами бесшумных одиноких ракет или одиноко стоящей, не приведенной в боевое состояние техники. Действия же обозначенных противников (Иран) описываются под беспорядочные передвижения военной техники и приведенных в боевую готовность солдат.

Детали. При описании Израильского взаимодействия с врагами используются акценты на негативных деталях, таких как колючая проволока, песок и камни.

Вывод по выпуску:

Израиль представлен союзником, который очень рассчитывает на нашу помощь. Его цели благородны, а врагов он находит из-за своей независимой политики самоопределения. Окружающие враги Анкары жестоки, несдержанны. Однако Россия выступает образом силы, способной остановить несправедливость, при этом выступить на стороне братского Израиля.

Анализ выпуска «Воскресное время» за 23.09.2018.
Это первый выпуск «Воскресного времени» после трагедии. Сюжет Павла Пчелкина. «Прерванный полет». См. Приложение 2.

Музыка. Практически весь выпуск наполнен напряженной музыкой.

Есть очень резкие переходы при непосредственном описании инцидента, а также самых «несправедливых действий»

Израиля. Прерывается она лишь на демонстрацию кадров мирной жизни и отношений, предшествующих конфликту.

Спецэффекты и свет. «Восстановленные» события смоделированы с помощью объемного изображения, где израильские истребители представлены в темных тонах, а наш сбитый самолет-разведчик – в светлых тонах и с характерным обозначением – Красной звездой.

Монтаж и крупный план. Российские силы показаны крупным планом, есть даже момент в эффекте «slow-motion». Все кадры показывают силу российской армии, демонстрацию строевой подготовки, а также хорошее техническое состояние вооружения. Израильская же техника показана во время маневра, чаще всего удаляющаяся, что вызывает ощущение бегства.

Вывод по выпуску:

Весь сюжет построен на превосходстве российской армии по сравнению с израильской, причем как в военно-техническом отношении, так и в плане морально нравственном. Весь сюжет направлен на создании четкой мысли у аудитории в непогрешимости российских военных и политиков, ведь мы столько сделали для Израиля и развития двусторонних отношений с этой страной, вот только складывается впечатление, что делали мы все долго и упорно, но лишь в одностороннем порядке. Пиком нашего превосходства является конец сюжета, когда совокупностью видеоряда и начитки от журналиста показывается, что российские силы готовы в буквальном смысле пустить оружие в ход, если Израиль не одумается.

Анализ выпуска «Вести недели» с Владимиром Киселевым от 23.09.18. Сюжет Дениса Давыдова. См. Приложение 3.

Слово. Ключевое значение здесь имеет речь, т.к. кроме нее аудиальных эффектов в приведенном выпуске нами не обнаружено. По нашему мнению, это обусловлено спецификой формата исследованной программы. В программе «Вести недели» ключевая роль отведена личности Владимира Киселева. Выявлено использование эпитетов в негативном значении, «отвратительным», «формальное» (предупреждение), «неопределившиеся», а также просторечной лексики «Свалить», отношению к Израильским действиям.

Монтаж и крупный план. Контрастность России и Израиля, в частности – их армий. Статус России в дипломатии показан с помощью кадров встреч Владимира Путина с другими лидерами. Техническое и иное превосходство, с помощью деталей – красные флаги, буровые установки, военная техника. Текст про Израиль читается на фоне кадров ретроспективы действий Израиля в XX веке – конфликт с СССР, конфликт с Америкой.

Спецэффекты и надписи. Киселев использует «Тест из трех вопросов», где нет альтернативных вариантов ответа, любой вариант удовлетворяет только позицию редакции. Также использована близкая по формату и уже описанная ранее 3D-визуализация событий, с аналогичными светлыми тонами с Российской стороны и темными объектами, принадлежащими Израилю.

Вывод по сюжету:

Россия-24 не оставляет шансов на собственную точку зрения Израилю в этом вопросе, все упоминания о позиции Израильской стороны либо затемняются интонацией и иными лексическими средствами, либо визуализированы так, что кажутся незначительными по сравнению с аргументами Российской стороны, выраженной в том же выпуске. Образ Израиля предстает по-настоящему мерзким – он предатель, и предает других не в первый раз. Это государство конфликтует с нами на протяжении всей своей истории, и вот только недавно именно Россия всеми усилиями построила этот мир двусторонних отношений, который Анкара теперь предательски рушит. Помимо выразительных средств достигается такая атмосфера и подборкой фактов, совершенно не относящихся к основной теме выпуска – крушении самолета. Отсылки к истории конфликта с СССР, конфликта с американцами и иным проблемным местам истории еврейского государства создают образ Израиля как неуравновешенного, слабого и крайне ненадежного союзника. Зато кадры российской военной и экономической мощи, которая не побоялась предложить этот весьма рискованный для нее мир, не поддаются сомнению. Заканчивается все так же, как и в случае с сюжетом Первого канала – угрозой «рисков».

Анализ сюжета Воскресное время от 30.09.18. См. Приложение 4.

Музыка. Остается напряженной практически с самого начала, однако отсутствуют резкие переходы.

Монтаж и крупный план. Весь сюжет переполнен демонстрацией маневров и просто военной техники России.

Ей же посвящена и достаточно большая часть текстового блока. Израильская техника используется лишь при визуализации «Израильской силы», однако в движении удаляющихся объектов, благодаря чему создается эффект бегства.

Вывод по сюжету:

Враг окончательно закреплен, практически не упоминаются прошлые заслуги Израиля и его позиции в данной ситуации. Поскольку цель четко определена, то можно сразу преступить к демонстрации своего превосходства над противником как в военном, так и в политическом плане. В конце сюжета создается двойное впечатление: с одной стороны, гордость за российское командование, за оперативные, а главное – действенные меры в организации ответных действий; с другой, понимание, что у противоборствующей стороны просто нет шансов.

Анализ сюжета «Вести недели» от 30.09.18. См. Приложение 5.

Сюжет подан лично Киселевым. «В интересах безопасности». Фон с новой ракетной системой С-300. Поскольку сюжет построен больше на монологической форме подачи информации, использование аудиальных средств экрана, помимо индивидуальной интонации ведущего, не выделено.

Надписи. Визуализация позиции ведущего с помощью скриншотов с Израильского издания, а также выделение и перевод некоторых фраз оттуда. Нет никакой возможности ознакомиться с полной публикацией, однако вырванные из контекста фразы используются в рамках аргументации.

Слова. Ироничная, даже надменная интонация в отношении предложений об Израиле, спокойная и размеренная, например, при чтении новости про министра обороны РФ Шойгу. Отсутствие конкретизации понятий. Так, например, высказывания «В Израиле многие считают», ничем не подкреплены.

Фон. Фон с названием и боевым комплексом будет фигурировать за спиной ведущего на протяжении всего сюжета – он показывает некую надежность и непоколебимость тезиса и позиции манипулятора.

Вывод по сюжету: Маленькая война завершилась, враг полностью побежден. Израиль больше не представляет угрозы, более того – выглядит жалким и разрозненным. Постоянные издевки, а также демонстрация превосходства дают нам уверенность в боеспособности государства и победе как в военном плане, так и в дипломатическом подавлении противника.

Вывод по главе:

Проанализировав итоговые информационные программы двух крупнейших федеральных каналов, мы пришли к выводу, что аудиовизуальные средства экрана применяются для создания информационного образа события, направленность которого определяется собственником канала – государственной властью в одном случае и владельцами крупнейших пакетов акций во втором, среди которых наибольшая доля у ФАУГИ «Росимущество». Позитивный образ, как и негативный, формируется с помощью уже изученных выразительных средств экрана: свет, монтаж, музыка, шумы, крупный план, слово и интонация. С их

помощью наглядно демонстрируются основные тезисы, проговариваемые журналистом. Некоторые абстрактные понятия в речи комментатора, такие как «враг», «угроза», «защитник» – с помощью выразительных средств экрана становятся чувственно-конкретны. Не называя предмет конкретно, при помощи манипулятивного воздействия аудиовизуальными эффектами новостные программы формируют у людей заданное заказчиком отношение к транслируемой новости.

Заключение

В ходе исследования мы выполнили все основные задачи нашей работы: изучили теорию манипуляции, обобщили специфику телевизионного вещания, рассмотрели выразительные средства экрана, а также обнаружили их манипулятивное использование в практике новостных федеральных выпусков.

На наш взгляд, нам удалось связать все ключевые понятия, найти точки соприкосновения, которые и позволяют рассматривать выразительные средства экрана в качестве потенциальных инструментов манипуляции, используемых в т. ч. и на телевидении.

В главе I нашей выпускной квалификационной работы мы изучили теоретический аспект манипуляции. Рассмотрели методы и приемы, которые используются при воздействии на аудиторию. Ещё раз зафиксируем тот факт, что изначально термин «манипуляция» – не носил негативного характера, а указывал на способ воздействия на человека с целью изменения его поведения. Однако, как мы показываем в своей работе, при развитии СМИ в целом, и телевидения в частности, манипуляция получила негативный контекст вследствие достаточно частого использования ее воздействия на массовое сознание таким образом, когда манипулятор сознательно скрывает от человека достоверную информацию или представляет её в искажённом виде, чтобы добиться своих целей.

Телевизионные новости, соответственно развиваясь в рамках государственного заказа или под государственным же контролем, явились самым действенным способом подачи актуальной отечественной и мировой информации с позиций государственной политики. С увеличением территории вещания, развитием количества каналов-вещателей и увеличением своего влияния на массовое сознание россиян новостные программы все более активно стали предлагать интерпретацию событий с целью выработки у аудитории заданного властью единого мнения на ключевые явления / события.

Изучив развитие новостных телепередач на отечественном телевидении и проанализировав несколько классификаций теленовостей, уточнили определение эмпирической базы исследования. Федеральные итоговые выпуски телевизионных новостей – еженедельные общедоступные новостные программы, выходящие в конце недели на федеральных каналах, освещают общественно-значимую и актуальную для российского общества повестку дня.

В конце первой главы мы обобщили существующие выразительные средства экрана, активно используемые на ТВ. Еще раз подтвердили факт того, что многие из применяемых на телевидении средств заимствованы из других областей, таких как кино, радио, театр. Однако, в отличие, например, от радио, телевидение воздействует на несколько каналов восприятия, где ключевым элементом являются визуальные образы, воздействующие напрямую на подсознание реципиента. Поток визуальных образов вкупе с таким

свойством ТВ, как документальность, реальность транслируемого посредством телеэкрана, оказывает мощное воздействие на телезрителя, не всегда позволяя ему осознавать данное воздействие.

В главе II мы привели краткую историю развития конкретных новостных телепередач на федеральных каналах, таких как «Воскресное время» на Первом канале, а также «Вести недели» на Россия-1.

В рамках заявленной нами темы мы проанализировали освещение в указанных телепрограммах инцидента со сбитым самолетом-разведчиком ИЛ-20, произошедшим 18 сентября 2018 года в Сирии во время атаки сирийских объектов израильскими ВВС. Данное событие было выбрано нами, поскольку новостные выпуски продемонстрировали яркую динамику смены тона информационных сообщений: от партнерства с Израилем по ключевым вопросам до обвинений в военной провокации. В ходе анализа новостных выпусков мы постарались выявить, как с помощью выразительных средств экрана можно влиять на массовую аудиторию в рамках новостной информации.

Таким образом, можно сделать вывод, что сегодня проблема манипулирования общественным мнением на телевидении стала достаточно актуальной. Телевидение не просто информирует человека о тех или иных событиях, но и оказывают влияние на его мышление, сознание, поведение, формирует мнение под «определённым углом». Сейчас на фоне разворачивающейся глобализации коммуникационных и информационных процессов успех в информационной войне оказывается порой более значимым, чем победа в боевых

действиях. Современный человек день ото дня испытывает давление со стороны средств массовой информации, деятельность которых проникает во все сферы его жизни. Помимо своей основной функции информирования о тех или иных фактах и их анализа средства массовой информации все чаще используют художественно-образные средства, средства искусства экрана в целях формирования заданного мнения.

Как мы видим, новостям все сложнее оставаться в рамках классических принципов журналистики и ограничиваться использованием широкого спектра позиций и взглядов при освещении того или иного события, избегая подчинения мнения одной, пусть и самой влиятельной стороны. Понимая и принимая то обстоятельство, что у каждого СМИ имеется учредитель, устанавливающий требуемую ему редакционную политику, полагаю, что объективность подачи информации и достоверность фактов, закрепленные в кодексе этики журналиста, должны распространяться на все новостные программы. Поиск решения данной проблемы, пути преодоления негативной тенденции манипулирования в новостных выпусках мы считаем целью нашей дальнейшей работы уже за пределами вуза.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аристотель. Риторика. Поэтика. – М.: Лабиринт, 2002. – 224с.
2. Амелин В. Социология политики : спецкурс / В. Н. Амелин; МГУ им. М. В. Ломоносова, Социологический факультет. – М.: Изд-во МГУ, 1992. - 183 с.
3. Барков В. Световое оформление спектакля – М.: Искусство, 1953. - 191 с.
4. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н.Н. Богомолова. – М.: МГУ, 1991.- 126с.
5. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Большая Рос. энцикл.; СПб.: Норинт, 2000.– 1456 с.
6. Василик М. А. Политология./ М.А. Василик, доц. М.С. Вершинин. — М.: Гардарики, 2000. — 843 с.
7. Ворошилов В. В. Журналистика : учебник / В.В. Ворошилов. — 7-е изд., стер. — М. : КНОРУС, 2016. — 492 с.
8. Воскобойников, Я. С. Журналист и информация: Профессиональный опыт западной прессы / Юрьев. В. К. М.: РИА Новости, 1993. - 204 с.
9. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей и стать медиатором / Константин Гаврилов. – СПб.: Амфора: 2007. – 304с.
10. Грачев Г. Мельник И. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. [Электронный ресурс]-Режим доступа:

- <http://avkrasn.ru/article-466.html> (дата обращения 13.06.19).
11. Грачев Г. Д. Содержательность художественных форм. Эпос. Лирика. Театр. - М.: Просвещение 1968. - 302с.
 12. Голядкин Н. А. История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб. Пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс 2014. —191 с.
 13. Горина Е.В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/42384/1/978-5-7996-1807-0_2016.pdf (дата обращения 8.06.19).
 14. Горюнова Н. Л. Художественно - выразительные средства экрана. М.: 2000 [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://litresp.ru/chitat/ru/Г/goryunova-n-l/hudozhestvenno-viraziteljnie-sredstva-ekrana>. (дата обращения 28.05.19).
 15. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - М.: МГУ, 1997. - 512с.
 16. Дэннис, Э.; Мэррилл, Дж. Беседы о масс-медиа. Изд-во: - М.: Вагриус, 1997 с.384.
 17. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. - М.: Эксмо: Алгоритм. 2010. - 864 с.
 18. Карпов А. Манипулятивные технологии PR // Журналист. 2004. №2
 19. Карп В.И. Основы режиссуры. [Электронный ресурс] - Режим доступа:

- <http://dedovkgu.narod.ru/bib/karp.htm> (дата обращения 15.04.19).
20. Кузнецов Г.В. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие / В. Л. Цвик. — М.: Аспект Пресс, 2004. —382 с.
 21. Кодекс профессиональной этики журналиста. Официальный сайт Союза журналистов России. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.ruj.ru/about_organization/kodeks-professionalnoy-etiki-rossiyskogo-zhurnalista/index.php (дата обращения 30.05.19).
 22. Лозовский Б.Н. Журналистика и средства массовой информации : крат, словарь. — Изд. 2-е, испр. и доп. — Екатеринбург : Урал. гос. ун-т, 2007.-306 с.
 23. Лозовский Б.Н. Кто и как манипулирует журналистами. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации / Б. Н. Лозовский.— Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2011.— 213 с.
 24. Мартыненко М. Г. Анализ телевизионных новостей с позиций книги Ю. М. Лотмана «Семиотика кино и проблемы киноэстетики»// Филология и лингвистика: проблемы и перспективы: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, апрель 2013 г.). - Челябинск: Два комсомольца. 2013. - С. 100.
 25. Меерович, И. М. Музыка как выразительное средство спектаклей драматического театра / под общей ред. Н. А. Зверевой. М.: РАТИ-ГИТИС. 2007. С. 368—381.

26. Михалкович В.И. О сущности телевидения. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1998. – 27 с.
27. Новикова, А. А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности / А. А. Новикова. Нац. исслед. ун-т Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 2013 — 236 с.
28. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. М.: Азбуковник. 2000. – 940 с.
29. Оксфордский толковый словарь : англо-русский : свыше 4000 понятий : пер. с англ. / общ. ред.: И. М. Осадчая. – М.: Прогресс-Академия : РГГУ, 1995. – 747 с.
30. Почепцов Г.Г. Средства политической коммуникации Информационные войны. – М.: Рефл-Бук. 2000. - 576 с.
31. Синяев. П. "Преднамеренная провокация". Что известно о крушении Ил-20 над Средиземным морем. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tass.ru/armiya-i-opk/5575746> (дата обращения 17.05.19)
32. Словарь финансово-экономических терминов / А. В. Шаркова, А. А. Килячков, Е. В. Маркина и др.; под общ. ред. д. э. н., проф. М. А. Эскиндарова. — М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2015. — 1168 с.
33. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 06.06.2019) "О средствах массовой информации" КонсультантПлюс, 1997-2019.[Электронный ресурс] –

Режим доступа:
http://www.consultant.ru/edu/student/download_books/book/sharkova_av_kiliachkov_aa_markina_ev_slovar_finansovo_ekonomicheskikh_terminov/ (Дата обращения 20.04.19).

34. Советский энциклопедический словарь/ под ред. А.М Прохорова - М.: Советская энциклопедия, 1993. — 1632 с
35. Фелонов Л., Монтаж как художественная форма : [Учеб. пособие] / Всесоюз. гос. ин-т кинематографии. Науч.-исслед. кабинет. Кафедра кинорежиссуры. - М.: 1962. - 1 т.
36. Фрейлих.С Теория Кино от Эйзентштейна до Тарковского. Учебное пособие. - М.: Искусство. 2008. - 512 с.
37. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций 4-е международное издание. - СПб: 2002. - 448с.
38. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие. - М.: Аспект Пресс. 2004. - 382 с.
39. Цвик В.Л., Назарова Я.В. Телевизионные новости России. - М.: Аспект Пресс, 2002.
40. Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей. - М.: Аспект Пресс 2010. - 44 с.
41. Шерель А.А. Там, на невидимых подмостках. - М.: Аспект Пресс 1993. - 179 с.
42. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. - М.: Мысль, 1980. - 325с.
43. Эйзенштейн С.М. Собр. соч. в 6 т. - М.: Искусство. 1965. 487 с.

44. Goodin R.E. Manipulatory Politics. New York, 1980.
250 p.