

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
«Академия медиаиндустрии»

На правах рукописи

СТРОКОВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

**ТЕКСТЫ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ НОВОСТНЫХ ПЕРЕДАЧ:
ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

(на примере программ телеканалов
«Первый», «Россия-1», НТВ, «Евроньюс»)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Специальность 10.01.10 – журналистика

Научный руководитель:
доктор исторических наук
профессор, чл.-корр. РАО В.С. Хелемендик

Москва – 2015

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА I. ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ НОВОСТИ В МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ	16
1.1 Телевидение как основной канал массовой коммуникации	16
1.1.1 Социокультурная роль телевизионных новостей	16
1.1.2 Язык современной массовой коммуникации и литературный язык	21
1.1.3 О языке и речи на телевидении	25
1.2 Методология анализа новостных текстов	29
1.2.1 Новостной текст в массмедийном дискурсе	29
1.2.2 Функции и задачи лингвопрагматического анализа	32
1.2.3 Лингвоэтика и аксиологический подход	36
1.2.4 Коммуникативное направление: от адресанта к адресату	40
1.3 Телевизионный новостной текст: специфика создания информационного сообщения	44
1.4 Телевизионный новостной анонс: информировать, рекламировать, манипулировать	55
ВЫВОДЫ	67
ГЛАВА II. ЯЗЫК НОВОСТНЫХ ПРОГРАММ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ПРАГМАТИЧЕСКИХ И АКСИОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ТЕЛЕВИДЕНИЯ	69
2.1 Прагматические и аксиологические установки при подготовке телевизионных новостных текстов	69
2.2 Унификация телевизионных информационных выпусков	79
2.3 Освещение военно-политического конфликта на Украине в телевизионных новостях: лингвоэтический аспект	98
2.4 Основные методы языкового манипулирования в телевизионных новостях	122

2.5 Лексические средства речевой агрессии в телевизионных новостях	
.....	140
ВЫВОДЫ	155
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	158
БИБЛИОГРАФИЯ	160

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. На современном этапе развития российского общества телевизионные новости за счет своей широкодоступности остаются не только главным источником информации для населения, но и основной площадкой для ведения информационных войн и распространения нередко прямо противоположных культурно-нравственных ориентиров: умолчание, массированное введение в информационное пространство фактов, представляющих сознательную дезинформацию, речевая агрессия, ложные рассуждения с акцентом на эмоциональное, а не на рациональное осмысление происходящего – все это стало приметам времени и новостного телевидения, в частности.

В результате зрители зачастую видят искаженную информационную картину мира, так называемую медиареальность, где события выстраиваются под давлением определенных внешних факторов. Такой расклад в меньшей степени затрагивает интересы аудитории и значительно нивелирует социокультурную роль телевизионных новостей. Традиционная система ценностей разрушается под мощным воздействием «языка экрана», который стал показателем нравственного уровня журналистики, и более того – уровня культуры общества.

В такой ситуации крайне актуальным становится вопрос изучения телевизионного новостного текста с учетом взаимодействия прагматических и аксиологических составляющих, что позволяет в условиях усиливающейся информационной войны сфокусировать внимание на новых возможностях журналистики и в то же время представить многоаспектную характеристику и оценку текущей языковой действительности. Комплексный лингвопрагматический анализ, в частности, дает возможность проанализировать телевизионный новостной текст как многоуровневое и многоплановое произведение, в его взаимосвязи с собственно языковой и экстралингвистической сторон

текста.

Степень научной разработанности темы

Языку СМИ посвящена обширная литература, насчитывающая десятки книг и сотни статей. Наиболее исследованными оказались печатные СМИ (работы В.Г. Костомарова¹, Ю.А. Бельчикова², Г.Я. Солганика³, Т.И. Суриковой, Л.Р. Дускаевой, Т.Г.Добросклонской, Н.И. Клушиной, И.В. Анненковой и др.), в меньшей степени – электронные.

В частности, малоизученной областью с точки зрения лингвостилистики остается телевизионный новостной дискурс. Одним из первых фундаментальных исследований специфики телевизионной речи стала монография С.В. Светаны-Толстой «Телевизионная речь. Функции и структура»⁴. Звучащей речи посвящены также труды О.А. Лаптевой⁵, М.В. Зарвы⁶. Однако данные работы рассматривают специфику телевизионной речи в целом, язык новостей в них не является главным объектом исследования.

Важным в изучении языка новостей стал сборник «Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования»⁷. Здесь впервые был апробирован комплексный междисциплинарный анализ языка СМИ в аспекте восприятия и продуцирования текста. Сборник, состоящий из двух частей, включает в себя несколько десятков научных работ, посвященных языку СМИ, и, в частности, языку информационных сообщений.

¹Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. - М.: Педагогика-пресс, 1994. – 246 с. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.

²Бельчиков Ю.А. Стилистика и культура речи. М.: Изд-во УРАО, 2000. - 160 с. Бельчиков Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка. - М.: Изд-во: Аст-Пресс Книга. Серия: Словари XXI века, 2009. – 424 с. Бельчиков Ю.А. Русский язык XX век. - М.: Изд-во МГУ, 2003. - 318 с.

³Солганик Г.Я. Практическая стилистика русского языка. – М.: Академия ИЦ, 2008. - 298 с. Солганик Г.Я. Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. - М.: Изд-во Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. 2012. – 952 с.

⁴Светана-Толстая С.В. Телевизионная речь. – М.: Наука, 1976. – 194 с. Светана-Толстая С.В. Русская речь в массмедийном пространстве. – М.: МедиаМир, 2007. – 344 с. Светана-Толстая С.В. Слово в эфире // Журналистика и культура русской речи. №4, 2002.

⁵Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана: Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. - М.: Едиториал УРСС, 2003. – 520 с.

⁶Зарва М.В. Слово в эфире: О языке и стиле радиопередач: Произношение в радио- и телевизионной речи: справочное пособие. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. - 376 с.

⁷Язык средств массовой информации / Под общ. ред. М.Н.Володиной. – М.: Академический Проект, Альма Матер, 2008. - 760 с.

Кроме того, необходимо выделить коллективную монографию «Язык массовой и межличностной коммуникации»⁸, где язык СМИ рассматривается всесторонне – в аспекте социальной, прагматической и когнитивной лингвистики. Значительное внимание уделяется также нормативно-стилистическому и функционально-стилистическому направлениям.

Еще одним важным этапом в исследовании языка СМИ оказался выход книги «Язык СМИ и политика»⁹, написанной известными российскими лингвистами. Поскольку политическая составляющая занимает основное содержание СМИ и, в особенности, новостной журналистики, данная монография представляет огромный интерес для исследователей: «Одна сторона коммуникации – аудитория, электорат, граждане – стали рассматриваться другой – коммуникатором (т.е. властью) не как равноправный партнер по коммуникации, которому нужно сообщать релевантной информации столько, сколько необходимо для адекватной интерпретации действительности, а как объект манипулирования; СМИ же выступили основным информационным каналом при выполнении этой задачи»¹⁰.

Факт неослабевающего интереса научного сообщества к теме исследования подтверждается также увеличением числа защищенных кандидатских и докторских диссертаций в области информационного телевидения и новостного медиадискурса. Среди них следует упомянуть диссертации Д.С. Локтева¹¹, Л.Г.Лисицкой¹², Н.Н. Старобахина¹³, Л.Е.

⁸Язык массовой и межличностной коммуникации / Под ред. Я.Н. Засурского. - М.: «МедиаМир»: Факультет журналистики МГУ, 2007. – 571 с.

⁹Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. - М.: Изд-во Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. 2012. - 952 с.

¹⁰Сурикова Т.И. Журналист, аудитория, власть: лингвоэтические аспекты взаимодействия в политическом дискурсе СМИ // Язык СМИ и политика / под ред. Г.Я. Солганика. – М., 2012. – С. 200.

¹¹Локтев Д.С. Редакционный нейтралитет в международном информационном телевидении: автореферат дис. ... кандидата филол. наук. – М., 2012. - 34 с.

¹²Лисицкая Л.Г. Прагматическая адекватность медиатекста: взаимодействие контента и аксиологии: автореферат дис. ... докт. филол. наук. - Краснодар, 2010. - 46 с.

¹³Старобахин Н.Н. Программная политика общенациональных российских телеканалов (1999-2006 гг.): информационная повестка дня и медиа-реальность: автореферат дис. ... кандидата филол. наук. – М., 2008. – 26 с.

Малыгиной¹⁴, А.А. Кашук¹⁵, С.С. Галстян¹⁶, Л.С. Салемгареевой¹⁷.

Вместе с тем лингвопрагматический аспект текстов телевизионных новостных передач остается малоизученным. Это и предопределило выбор темы данной диссертации.

Объект исследования – тексты новостных передач телеканалов «Первый», «Россия-1», НТВ, «Европьюс».

Предмет исследования – язык текстов новостных передач как средство реализации прагматических и аксиологических целей телеканалов.

Цель исследования. Осуществить лингвопрагматический анализ языка новостных телепрограмм через призму прагматических и аксиологических установок.

Для достижения поставленной цели в работе выдвинуты следующие задачи:

- определить социокультурную роль телевизионных новостей;
- выявить функции и задачи лингвопрагматического анализа;
- проанализировать функциональную и языковую специфику телевизионного новостного анонса;
- рассмотреть прагматические и аксиологические составляющие телевизионных новостных текстов в контексте информационной войны "Россия-Запад";
- исследовать лингвоэтический аспект телевизионных новостей при освещении военно-политического конфликта на Украине;
- выявить основные методы языкового манипулирования в

¹⁴Малыгина Л.Е. Современный телевизионный анонс в коммуникативно – прагматическом аспекте: автореферат дис. ... кандидата филол. наук. – М., 2010. - 29 с.

¹⁵Кашук А.А. Суггестивные свойства телевидения (социально-культурный аспект): автореферат дис. ... кандидата филол. наук. – М., 2007. - 24 с.

¹⁶Галстян С.С. Роль языковой личности в телевизионной речевой культуре: автореферат дис. ... кандидата филол. наук. – М., 2007. - 24 с.

¹⁷Салемгареева Л.С. Влияние СМИ на общественное сознание лингвистическими средствами: автореферат дис. ... кандидата филол. наук. – М., 2007. - 26 с.

телевизионных новостях;

- рассмотреть явление речевой агрессии в текстах телевизионных информационных сообщений.

Методы исследования. Основными методами исследования стали дискурсивный анализ, предоставляющий возможность проследить взаимосвязь между языковой и экстралингвистической сторонами текста; метод традиционно-лингвистического анализа, позволяющий выявить характеристики текста на различных языковых уровнях; лингвистическое моделирование; а также методы классификации и систематизации. Кроме того, в числе методов, использованных в диссертации, были сравнительный анализ, социологические исследования, а также включенное наблюдение за реализацией информационной политики общенациональных телеканалов. В исследовании также использовались эмпирические методы: контент-анализ, просмотр программ телевидения, беседы с экспертами средств массовой информации.

Теоретико-методологической основой исследования послужили труды известных российских ученых, в которых дается комплексное представление о системе отечественного телевидения (работы Р.А. Борецкого¹⁸, В.М. Вильчека¹⁹, В.В. Егорова²⁰, Г.В. Кузнецова²¹, С.А. Муратова²², В.Л. Цвика²³, Н.А. Голядкина²⁴).

Необходимо также выделить труды известных отечественных

¹⁸Борецкий Р.А. В Бермудском треугольнике ТВ. - М.: ИКАР, 1998. – 204 с. Борецкий Р.А. Информационные жанры телевидения. - М., Прогресс, 1989. - 75 с. Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение! - М.: ИКАР, 2002. – 260 с. Борецкий Р.А. Телевизионная программа. - М.: НМО ГКРТ, 1967. – 214 с.

¹⁹Вильчек В.М. Под знаком ТВ. - М.: Искусство, 1987. – 240 с.

²⁰Егоров В.В. Телевидение и власть. – М.: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1997. – 207 с. Егоров В.В. Телевидение: страницы истории. – М.: Аспект пресс, 2004. – 200 с.

²¹Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. - М., 2004. – 400 с. Кузнецов Г.В. ТВ-журналистика: Критерии профессионализма. - М.: РИП-холдинг, 2002. – 220 с.

²²Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений). – М.: Логос, 2001. – 238 с. Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 170 с. Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 202 с.

²³Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика новостей. – М.: Юнити-Дана, 2008. – 319 с.

²⁴Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. – М.: Аспект-Пресс, 2011. – 217 с.

ученых, которые уделяли огромное внимание теме взаимодействия СМИ и власти (Я.Н. Засурский²⁵, Е.Л. Варганова²⁶, Ю.Д. Гранин²⁷, Е.П. Прохоров²⁸, М.В. Шкондин²⁹, А.В. Черняк³⁰, Е.Я. Дугин³¹, В.М. Березин³²).

Существенную роль в исследовании информационного глобализма сыграли работы Ю.Д. Гранина, который раскрыл сущность "вестернизации" не как единственного вида глобализации, а как варианта, рассматривая ее и в историческом аспекте (колониализм и империализм), и в современном состоянии как «превращенную форму государственного национализма стран «первого мира»³³.

Современные СМИ, создавая информационные потоки, сегодня активно «препарируют» политическую реальность в соответствии с задачами, поставленными властями и владельцами. То, что медиа - в первую очередь телевидение – создают некий собственный мир, преобразуя мир реальный в мир информационный, - эти мысли высказывали такие крупные исследователи информационного общества и медиатехнологий как Маршалл Герберт Маклюэн³⁴, Мануэль Кастельс³⁵ и

²⁵Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2004. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 456 с.

²⁶Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие. - М.: Аспект Пресс, 2004. – 335 с.

²⁷Гранин Ю.Д. Желтые пятна на мантии российского телевидения // Журналист. Социальные коммуникации. 2014. №2. С.60-74; Гранин Ю.Д. Деградация российского телевидения. Кто виноват? // Европейский журнал социальных наук. 2014. №7(46). Т.2. С.359-366.

²⁸Прохоров Е.П. Журналистика и демократия: учеб. пособие. - М.: Аспект пресс, 2004. - 352 с.

²⁹Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. - М.: Пульс, 2002. - 120 с.

³⁰Черняк А.В. Власть и журналистика. Монография. – М.: Академия медиаиндустрии, 2015. – 389 с. Черняк А.В. Изменились ли функции СМИ в эпоху глобализации: монография. - М., 2013; Черняк А.В. Свобода слова в эпоху глобализации // Журналист. Социальные коммуникации. - 2012. - №1.

³¹Дугин Е.Я. Создание смыслов в электронную эру: методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. - М.: Изд-во: Москва, 2005. – 296 с. Дугин Е.Я. Формирования имиджа страны в глобализующемся мире: социологический вектор // СМИ в эпоху глобализации: материалы науч.-практ. конференции. – М., 2012. С.64-77.

³²Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-Холдинг, 2003. – 157 с.

³³Гранин Ю.Д. Глобализация и национализм: история и современность. Социально-философский анализ. Автореферат докторской диссертации. – М., 2008. С.50. Гранин Ю.Д. «Глобализация» или «вестернизация»? // Свободная мысль. 2013. №1/2 (1637). С.51-64. Гранин Ю.Д. Национальное государство в глобализующемся мире. М.: Русника, 2014 - 362 с.

³⁴Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. ... — М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. - 464 с.

³⁵Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

другие. Среди российских исследователей выделяется известный ученый, публицист и общественный деятель С.Г. Кара-Мурза³⁶. В его книге «Манипуляция сознанием», которая по праву является политическим бестселлером, глубоко раскрывается устройство механизма манипуляции общественным сознанием.

СМИ и телевидение, в частности, один из таких институтов, которые не просто влияют на сознание, но и становятся средством закрепления, сохранения или смены ценностных ориентиров. Материалы Международной научно-практической конференции «Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации»³⁷ дают глубокий анализ затрагиваемой проблемы и помогают разобраться в том, как изменение профессиональных ценностей журналистики влияет на ценностные ориентации аудитории.

Аналізу ценностей советского и постсоветского периодов посвящены также работы крупного русского ученого, мыслителя и писателя А.А. Зиновьева³⁸, доктора исторических наук, профессора, члена-корреспондента Российской академии образования В.С. Хелемендика³⁹, который впервые ввел в научный оборот понятие «информационная идентичность» и детально раскрыл ее нравственно-ценностную грань.

Гипотеза исследования заключается в утверждении тезиса: в новостных выпусках телевидение зачастую создает языковую «псевдореальность», которая определяется информационной политикой коммуникатора (государства, владельцев телеканалов и т.д.). Сущность данного процесса состоит в реализации прагматических и аксиологических целей в парадигме социокультурного статуса телевидения.

³⁶Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. - М.: Эксмо, 2012. - 864 с.

³⁷Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. - М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. – 524 с.

³⁸Зиновьев А.А. Несостоявшийся проект: Распутье. Русская трагедия: [сб.]. – М.: Изд-во «АСТ», 2011. - 542 с.

³⁹Хелемендик В.С. Информационный глобализм и информационная идентичность / «СМИ в эпоху глобализации»: Материалы научно-практической конференции. - М., 2012 г. С. 3-46.

Научная новизна исследования состоит в экспликации и анализе комплекса лингвопрагматических факторов, объясняющих создание телевизионного информационного контента как с учетом тех задач, которые стоят перед журналистским коллективом, так и с учетом той информационной политики, которая определяется конкретной политической ситуацией:

- язык текстов новостных телепрограмм рассмотрен через призму прагматических и аксиологических установок телеканалов;
- исследованы лексические средства речевой агрессии в телевизионных информационных выпусках;
- телевизионный новостной анонс рассмотрен как самостоятельный элемент новостных выпусков, проанализированы лингвоэтические проблемы его создания;
- предпринята попытка проанализировать освещение военно-политического конфликта на Украине в лингвоэтическом аспекте.

Положения, выносимые на защиту:

1. По своей природе деятельность средств массовой информации изначально аксиологична и направлена на распространение системы взглядов на мир, структурированных согласно определенной совокупности ценностей. Несостоятельность политики «редакционного нейтралитета»⁴⁰ особенно показательна во время освещения острых военно-политических конфликтов.
2. Поскольку в российском обществе происходит противоборство традиционных, «консервативных», и «новых», западных либеральных ценностей новостные телепередачи всегда будут являться транслятором той или иной группы ценностных ориентиров.
3. Рассмотрение телевизионных новостных текстов в

⁴⁰См. об этом: Локтев Д.С. Редакционный нейтралитет в международном информационном телевидении: автореферат дис. ... кандидата филол. наук. – М., 2012. - 34 с.

лингвопрагматическом и лингвоэтическом аспектах позволяет получить существенную информацию не только о состоянии языковой культуры общества, но и о его морально-нравственном статусе, поскольку телевизионные новостные тексты распространяют вкусы, жизненные приоритеты, прогнозируют особенности образа поведения, в том числе и речевого.

4. Опасность проявления речевой агрессии в телевизионных новостных программах заключается в огромных масштабах своего негативного влияния на формирование картины мира отдельного человека и общества в целом. При всей своей напускной «невинности» телевизионные новости не только провоцируют реальную жестокость, они учат относиться к ней как к норме.
5. Механическое копирование приемов, форм и методов западного телевидения приводит к потере национальной идентичности, дискредитации отечественного телевидения в сознании аудитории, формировании скепсиса в отношении способности отечественных средств массовой коммуникации быть гарантом сохранения и развития традиционных норм и ценностей, в их способности эффективно выполнять роль одного из механизмов социального регулирования.

Научная достоверность и надежность результатов исследования обеспечиваются:

- опорой на фундаментальные научные труды;
- методологической обоснованностью;
- тщательным изучением эмпирического материала (положение автора, более пяти лет занимающегося редакторской работой в международной редакции программы «Вести» телеканала «Россия-1», позволило ему проверить гипотезы и проиллюстрировать выводы исследования «изнутри»);

– апробированием результатов диссертации в журналистской и педагогической деятельности автора.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что ее результаты вносят определенный вклад в исследование состояния современного русского языка и языка СМИ, в частности, их взаимодействия, наглядно отражают прагматическую и аксиологическую стороны телевизионного новостного медиадискурса, во многом определяющего использование языковых средств.

Практическая значимость работы заключается в расширении спектра знаний об информационной политике телеканалов и ее отражении в новостных выпусках. Данная работа может быть полезной в плане определения методов и способов самоконтроля и самоограничений журналистов в использовании языковых средств. Кроме того, результаты работы и собранный корпус примеров могут быть использованы в учебных целях, при планировании и чтении курсов по лингвистической прагматике, лексикологии, стилистике, лингвокультурологии, риторике.

Филологический характер исследования обусловлен тем, что в нем впервые телевизионные новостные тексты изучены в ходе комплексного лингвопрагматического анализа, который позволил детально показать своеобразие лингвостилистического оформления телевизионных информационных сообщений, обнаружить серьезные лингвоэтические проблемы (речевая агрессия, языковое манипулирование и т.д.), присущие телевизионному эфиру и во многом влияющие на состояние современного русского языка.

Эмпирическую базу исследования составляют телевизионные информационные сообщения, вышедшие в эфире российских общенациональных телеканалов («Первый», «Россия-1», НТВ) и канала «Евроньюс».

Значительную роль в подготовке диссертации сыграло изучение

публикаций в научной периодике, в частности, журналах «Вестник Московского университета», «Медиаальманах», «Медиаскоп», а также материалов научно-практических конференций, посвященных коммуникационным и этическим проблемам развития русскоязычного медиапространства.

Хронологические рамки исследования. Телевизионные информационные сообщения, вышедшие в эфире российских общенациональных телеканалов («Первый», «Россия-1», НТВ) и телеканала «Европьюс» в 2010-2015 гг. Такой достаточно продолжительный период позволяет выявить ряд определяющих факторов современного телевизионного новостного телевидения.

Структура работы подчинена целям и задачам исследования. Оно состоит из введения, двух глав, девяти параграфов, заключения и библиографии. Общий объем диссертации 180 страниц.

Апробация работы. Материал диссертации использовался в семинарских занятиях, которые автор вел в школе новостной журналистики при российском информационном агентстве ИТАР-ТАСС.

Основные положения диссертации были представлены в виде докладов на российских и международных научных конференциях и опубликованы в семи изданиях, три из которых входят в перечень ведущих рецензируемых и реферируемых научных журналов и изданий ВАК РФ:

1. **Строкова Ю.А. Унификация телевизионных информационных выпусков // Медиаальманах. – 2014. - №6 (65). – С. 89-98. (0,7 п.л.).**
2. **Строкова Ю.А. Телевизионный новостной анонс: информировать, рекламировать, манипулировать // Вестник Череповецкого государственного университета. – Череповец, 2014. - №2 (55), - С.123-126. (0, 4 п.л.).**
3. **Строкова Ю.А. Лексические средства речевой агрессии в**

телевизионных новостях [Электронный ресурс]// Медиаскоп. – 2014. - №1(31.01.2014). - URL: <http://mediascope.ru/node/1488> (0,8 п.л.).

Другие научные издания:

4. Строкова Ю.А. Интолерантность современной журналистики // Вестник электронных и печатных СМИ. - М., 2011. - №15 (часть 2), - С.14-21. (0, 5 п.л.).
5. Строкова Ю.А. Анализ телевизионных новостей в лингвоэтическом аспекте (проблема языкового манипулирования) // Вестник электронных и печатных СМИ. – М., 2012. – №18. – С.70-90. (0, 8 п.л.).
6. Строкова Ю.А. Проблема нейтрализации языкового манипулирования в телевизионных новостях // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы. Материалы научно-практической конференции (26-27 апреля 2013г.). – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013. – С. 276-283. (0, 4 п.л.).
7. Строкова Ю.А. Военно-политический конфликт на Украине в новостях ТВ: лингвоэтический аспект // Вестник электронных и печатных СМИ. – М., 2015. - №1 (23). – С.78-95. (1, 0 п.л.).

Общий объем публикаций: 4,6 п.л.

ГЛАВА 1. ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ НОВОСТИ В МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

1.1 Телевидение как основной канал массовой коммуникации

1.1.1 Социокультурная роль телевизионных новостей

В эпоху стремительного развития интернет-технологий все больше опасений вызывает будущее других СМИ и, в частности, телевидения. Широко распространены мнения относительно того, что роль телевидения будет неизменно только снижаться. Однако реальные тенденции, если и не опровергают доводы скептиков, то явно с ними диссонируют.

«Когда говорят, что интернет убьет телевидение, это глупость, - убежден генеральный директор «Первого» телеканала Константин Эрнст. - Современный телевизионный канал — это не способ распространения, это контентная команда. Будем ли мы распространяться аналоговыми передатчиками, цифровыми сетями, через интернет либо другими способами — это совсем неважно. Каждое десятилетие будет приносить новый вид транспорта. Нам надо будет просто учиться ездить на новой лошади»⁴¹.

Вызовы нового времени, которые сфокусировались в новых возможностях развития технологий, телевизионщики уже хорошо осознали. Вот почему все телеканалы имеют сегодня страницы в интернете, где в любой момент можно посмотреть весь информационный выпуск или отдельно заинтересовавший сюжет; имеют выходы в социальные сети, где новости можно не только смотреть, но уже и комментировать; создают приложения для смартфонов, которые позволяют следить за новостями прямо с экранов телефонов. В результате

⁴¹Выступление К. Эрнста на ежегодном международном телевизионном рынке MIPCOM в 2011 году в Канне. – URL: http://www.1tv.ru/mipcom_article/si=5840/a=10961

конвергенции информационный продукт принимает любую «медиаупаковку», а, значит, и прочно удерживает завоеванные позиции.

Сегодня телевидение и телевизионные новости по-прежнему остаются главным источником информации для российского населения. По данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), из сети предпочитают узнавать новости только 22% опрошенных, а по телевидению – 62%⁴². Остальные виды СМИ востребованы еще меньше: так, из газет узнают новости 3% опрошенных. При этом в 1991 году этот источник информации занимал второе место после телевидения (31%). Радио предпочитают в качестве основного источника информации только 4% опрошенных⁴³.

Такой расклад популярности объясняется главным преимуществом телевидения - его широкодоступностью. За просмотр общенациональных государственных телеканалов, в отличие от газет или интернета, не надо платить. С началом регулярного теле вещания в стране действует государственная система бесплатного эфирного телерадиовещания, которая фактически предоставила телевидению монополию на обеспечение информационными потоками значительной части населения.

При этом важно отметить, что при такой системе телевидение, как показывает все тот же опрос ВЦИОМ, наиболее востребованный источник новостей прежде всего для сельских мест (67%), респондентов старше 45 лет (72-76%), а также россиян с начальным уровнем образования (74%)⁴⁴. Эта тенденция снижения качественной аудитории наметилась не только в России, это общемировое явление, которое существенным образом отразилось и на содержательном уровне, и на уровне лингвостилистическом, в частности, использования языка телевизионных

⁴² Данные инициативного всероссийского опроса ВЦИОМ, который был проведен 2-3 мая 2015 г. // <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115248>

⁴³ Там же.

⁴⁴ Данные инициативного всероссийского опроса ВЦИОМ, который был проведен 27-28 июля 2013 г. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114345>

новостных программ.

В результате зритель может одновременно пользоваться несколькими источниками информации, но не может следить ни за одним из них по-настоящему внимательно. Сегодня информация, выдаваемая в эфир, «не содержит во многих случаях реального анализа ситуации, чрезмерное изобилие новостей губит понимание новостей. Появляется новая возможность дезинформации — путем увеличения объема информации до таких размеров, что становится трудно ориентироваться в ней. Изобилие информации ведет к тому, что читатель, слушатель, зритель не видит главного и теряет канву развития событий»⁴⁵.

Такой «синдром рассеянного внимания» открывает телеканалу и новостным программам, в частности, возможность выстраивать коммуникативно-прагматическую организацию текстов информационных сообщений в приоритетном для себя направлении, вольно интерпретируя реальную действительность.

В этой связи в данном исследовании важным будет определить социокультурную роль телевизионных новостей. Информация о текущих событиях, которую получают зрители по ту сторону экрана, оказывает значительное влияние на формирование их выбора и суждений. Причин этому несколько. Во-первых, как уже подчеркивалось выше, это широкодоступность телевидения. Во-вторых, даже те пользователи, которые регулярно заходят в интернет, хотят быть в курсе того, о чем «говорит страна», поскольку телевизионные новости в большой степени могут стать поводом для широкой дискуссии. Кроме того, за счет телевидения создается и эффект единения. Телезрители чувствуют свою причастность к социально-политическим событиям, происходящим в мире, к проблемам либо радостям других людей, живущих, неважно, в этой стране либо на другом континенте. В этой связи будет важным говорить о

⁴⁵Засурский Я.Н. Журналистика и вызовы XXI века. М., 2009. С.6.

социокультурной роли новостного телевидения как центре влияния на формирование культурно-нравственных ценностей.

При этом телевидение – один из тех феноменов, который исключает длительное временное внимание к рассуждениям и отодвигает на второй план собственные логические умозаключения. Телевизионные тексты «вовлекают зрителя как соучастника, обрушивая информацию в имитирующих реальность обстановке, звучании, красках, движении. Она поступает через глаза и уши столь непосредственно, что поглощается в обход разума, который может и бездействовать»⁴⁶. Изображение, зафиксированное телекамерой и включенное в монтажный «поток» таких же кадров, создает иллюзию достоверности. Все на своих местах, точные монтажные переходы, слово и изображение равноправны и взаимно дополняют друг друга, ритмическая организация, цвет – все это детали одной большой сконструированной медиареальности (то есть «псевдореальности»), которая заметно отличается от истинной действительности.

Аудитория погрузилась в мир «фиктивной реальности»⁴⁷. Население планеты в своей большей массе стало смотреть на мир через призму событий, которую называет не иначе как «кривым зеркалом». Особенную роль в этом, безусловно, сыграло и играет телевидение. При всем своем заявленном стремлении к беспристрастности и объективности, телевизионные новости являются мощным инструментом, который по силе воздействия на умы и настроения зрителей не уступает любому публицистическому сочинению, а скорее превосходит его. Телевидение не приносит вести, отражающие действительность, а «формирует их»⁴⁸. Здесь можно вспомнить небезобидный рекламный слоган телекомпании НТВ: «мы делаем новости!». До них эту же фразу произнес и известный в свое

⁴⁶Костомаров В.Г. Рассуждения о формах текста в общении. М., 2008. С. 64.

⁴⁷Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2001. С. 309.

⁴⁸Там же. С. 309.

время американский продюсер политических программ телевидения Д.Хьюитт: «я не люблю излагать новость – я люблю делать ее».

О роли СМИ в формировании такого виртуального мира пишет и видный специалист в области коммуникативистики С. А. Шомова: «Миф, используемый со знанием его функциональных возможностей и специфических особенностей, способен оказать серьезную помощь по «вписыванию» в политическую действительность того или иного коммуникативного замысла. Создавая особую символическую реальность, зачастую более истинную для человека, нежели та, что его окружает на самом деле, миф наполняет временные и пространственные рамки политико-коммуникативного акта аурой веры в ту или иную "вечную" идею, под которую могут маскироваться любые сиюминутные политические цели»⁴⁹.

О предвзятом отношении СМИ к освещению текущих событий писал также П.Лазарсфельд в своей книге «Выбор народа». Он подчеркивал, что новости искусственно «раздувают» какую-то проблему, отдавая ей большую часть эфирного времени, заостряя на ней особое внимание и «возвышая» ее над другими событиями. Подобная подача информации способна увести зрителя от объективного взгляда и оценки реальности: «новости не являются простым отражением событий дня, это подборка созданных журналистами сюжетов о текущих событиях»⁵⁰. То, что мы видим в программах новостей, - это сегодня не более чем сконструированная реальность, над содержанием которой поработали не только люди, участвующие в производстве программ, но и те, кто изначально нашел новую информацию, и те, кто отобрал именно ее.

В распоряжении журналистов имеется мощное оружие - язык, который «позволил не просто описывать какие-либо объекты или ситуации

⁴⁹Шомова С. А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы. М., 2004. С.107.

⁵⁰См. об этом подробнее: Харрис Ричард. Психология массовых коммуникаций.4-е международное издание. М., 2002. С. 161.

внешнего мира, но и интегрировать их, задавая нужное адресанту видение мира, управлять восприятием объектов и ситуаций, навязывать их положительную или отрицательную оценку»⁵¹.

1.1.2 Язык современной массовой коммуникации и литературный язык

СМИ, распространяя информацию, навязывают массовой аудитории повестку дня, формируют мысли, вкусы, привычки, ценности, культуру и традиции. Словом, «унифицируют индивида, подгоняя его под стандарты общества, став средством психологической монополии и духовного принуждения»⁵². При такой всевозрастающей роли СМИ очевидным будет говорить о современном языке СМИ как одной из влиятельнейших сфер языка.

О реальности такого манипулирования писал и великий русский философ Н.А. Бердяев (1874-1948): «Слово - самостоятельная общественная сила. Слова сами по себе воодушевляют и убивают. При помощи условной фразеологии у нас легко превращают людей глубоко идейных, с нравственным закалом характера чуть ли не в подлецов, а людей, лишенных всяких идей и всякого нравственного закала, высоко возносят»⁵³.

В условиях глобализации мирового информационного пространства, технологической революции, непрерывного совершенствования современной инфокоммуникационной среды роль языка СМИ возрастает стремительными темпами. Ни художественная, ни научная, ни официальная речь по степени влияния на литературный язык сегодня не сравнимы с языком массовой коммуникации. Учитывая огромную

⁵¹Воронцова Ю.А. Особенности прагматического воздействия в текстах средств массовой информации // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов. Волгоград, 2007. С. 682.

⁵²Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ. М., 2009. С.3.

⁵³Бердяев Н. А. Судьба России. М., 1998. С. 457-458.

аудиторию, многообразные средства информирования и воздействия, ученые-лингвисты выдвигают язык СМИ в «центр национального языка»⁵⁴ или даже отводят роль «главного инструмента развития современного литературного языка»⁵⁵. Последнее утверждение на фоне массового снижения уровня языковой культуры представляется, на наш взгляд, достаточно спорным. Инструментом развития или инструментом разрушения, обеднения и вытеснения национального языка является в реальности сегодня язык СМИ?

Концентрируя значительный объем речевых изменений, в современных условиях язык средств массовой информации стал одним из наиболее ярких показателей перемен – как на уровне общества, так и на уровне отдельных граждан. Общее снижение грамотности, сокращение учебных программ по русскому языку и литературе в школах, отказ от чтения книг в пользу бездумного «брожения» по полям интернета, пренебрежительное отношение к русской классике – все это существенным образом отразилось и на состоянии современного русского языка. Видный ученый-лингвист, профессор Ю.А. Бельчиков утверждает, что «система литературных норм испытывает большое напряжение; набрали силу в речевом общении (устном и письменном) носителей русского литературного языка такие негативные тенденции и явления, как огрубление литературной речи, детабуизация грубопросторечной лексики и фразеологии, наплыв жаргонизмов, немотивированное употребление варваризмов (преимущественно англоязычного происхождения)»⁵⁶.

Еще в «Российской грамматике» (1755) Ломоносов доказывал, что русский язык, сочетающий «великолепие испанского, живость французского, крепость немецкого, нежность итальянского, сверх того богатство и сильную в изображениях краткость греческого и латинского

⁵⁴Солганик Г.Я. Введение // Язык СМИ и политика. М., 2012. С. 8.

⁵⁵Варганова Е.Л. Язык российских СМИ как индикатор социальных перемен // Язык СМИ и политика. М., 2012. С.3.

⁵⁶Бельчиков Ю. А. О стабилизационных процессах в русском литературном языке 90-х гг. XX века // Русский язык XX век. М., 2003. С. 24.

языка», не менее других языков приспособлен к тому, чтобы отражать «тончайшие философские воображения и рассуждения, многообразные естественные свойства и перемены, бывающие в сем видимом строении мира и в человеческих обращениях».

СМИ в этой ситуации не только не встали на защиту культуры русской речи, а, наоборот, подхватили и бездумно распространили в масштабах страны влияние массового упадка - пошлость, глупость, цинизм, ненормативную лексику, с подачи массмедиа из сознания людей вытравливаются понятия духовности, святости, добропорядочности, совестливости, стыда, сострадания, любви к ближнему. Многими СМИ насаждается «культ потребительства, наживы, богатства (независимо каким способом оно было приобретено), эгоизма («каждый сам за себя»), агрессии, жестокости, насилия.

Определяя место языка СМИ в стилистической структуре современного языка, мы не можем рассматривать его вне литературного языка. Однако новая языковая ситуация существенно поменяла наши представления о литературном языке. Ввиду его функционально-стилевого расслоения, стерлись и границы допустимого и недопустимого. Язык СМИ впитал в себя такую многостильность. Переплетение книжно-письменного стиля с разговорным во многом объясняется задачами средств массовой коммуникации – быть максимально близкими, общедоступными и привлекательными для многомиллионной аудитории.

Такие цели в итоге не могли не ослабить в той или иной степени представление о единстве литературного языка и не привнести более сложные проблемы, связанные с утратой целостности и чистоты русского языка. Громко заявленная демократизация языка СМИ (уход от официоза, стилистической «бесцветности», усиление авторского, личностного начала), по мнению многих ученых, вылилась в период «нелитературной вакханалии», когда журналисты намеренно стали расшатывать сложившиеся нормы литературного языка. Так, «прямой эфир вывел на

официальный экран телевизора спонтанную устную речь с неизбежными для нее ошибками речи <...>, что привело не только к их распространению среди населения, но и к их санкционированию»⁵⁷. 90-е годы XX века характеризуются также активной жаргонизацией языка, чему в значительной степени способствовало снижение уровня общей культуры, отсутствие профессионального образования у новых журналистов и ложно понимаемая ими демократизация языка.

Такое «искушение свободой», размытие функционально-стилевых границ, усиление разговорной составляющей вербальной коммуникации, снятие многих речевых табу, намеренная замена литературных слов нелитературными превратила язык массовой коммуникации в очень спорное, многомерное и сложное образование. «Язык под господством метафизики Запада становится орудием господства. Именно устранение из языка святости и «превращение ценности в товар» сделало возможной свободу слова»⁵⁸, - считает С.Кара-Мурза.

Погоня за экспрессивностью, желание удержать внимание аудитории, воздействовать на нее любой ценой действительно возвели язык СМИ в очень мощный инструмент влияния на состояние современного литературного языка, но вместе с тем опасный и коварный, требующий контроля и грамотного регулирования.

Когда мы признаем язык российских СМИ как «индикатор социальных перемен», как «важнейшую силу, которая формирует современный литературный язык россиян как нации», намного важнее будет говорить о том, что у этой силы должно быть объединяющее начало. Задача журналистов и филологов формировать стиль, который бы «моделировал, представлял литературный язык в его целостности и единстве»⁵⁹, который бы не разъединял, а способствовал созданию

⁵⁷Сиротинина О.Б. Положительные и негативные следствия двадцатилетней «свободы» русской речи // Проблемы речевой коммуникации. – Вып. 8. Саратов, 2008. С. 6.

⁵⁸Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. М., 2009. С.81.

⁵⁹Солганик Г.Я. Введение // Язык СМИ и политика. М., 2012. С. 10.

ощущения общности проблем. В таком понимании необходимо выстраивать работу и самого телевидения. То, что придумали родившиеся в России В.К. Зворыкин и Д.А. Сарнов и назвали термином «дальновидение» (телевидение), каким бы способом оно ни достигало своего зрителя, должно выполнять свою главную функцию - объединять людей, сохранять их единое пространство, пытаться сделать их жизнь понятнее.

1.1.3 О языке и речи на телевидении

Телевидение как средство массовой информации имеет свои преимущества и недостатки. С одной стороны, оно задействует несколько каналов восприятия информации - звуковой и визуальный. С другой стороны, телевизионная картинка быстро меняется, информацию уже нельзя вернуть назад, еще раз услышать и увидеть. Поэтому необходимо учитывать специфику восприятия зрителем телевизионной информации и приспосабливать ее к аудитории.

Исследователи-лингвисты предлагают рассматривать не язык телевидения, а именно телевизионную речь, то, что мы не прочитываем, а воспринимаем, как правило, на слух. Телевизионная речь предстает как «массово-коммуникативная разновидность речи, а ее основной конструктивный принцип определяется тройной зависимостью (изображение-звук-речь) при передаче информации по телевидению»⁶⁰. Телевизионную речь рассматривают в двух формах – монологе и диалоге.

Новостной выпуск как подготовленный телевизионный жанр является ни чем иным, как монологом, организованной системой облеченных в словесную форму мыслей. «Для крайнего случая монолога будет характерна длительность и обусловленная ею связанность,

⁶⁰Светлана-Толстая С.В. Русская речь в массмедийном пространстве. М., 2007. С. 39.

построенность речевого ряда; односторонний характер высказывания, не рассчитанный на немедленную реплику; наличие заданности, предварительного обдумывания и пр.»⁶¹, - так еще в начале XX писал известный русский языковед Л.П. Якубинский. Его слова остаются актуальными и сегодня. Звучащая речь в телевизионных новостных выпусках будет лишена по определению спонтанности, что не позволит ей перейти в разряд разговорной речи. Скорее это будет устная форма книжной речи, функционально-стилистическая структура которой, внутренняя организация языковых элементов будет определяться помимо основной «сообщить» добавочными функциями. Не просто рассказать, но рассказать понятно, доступно; не просто передать какую-то мысль, но воздействовать на волю слушающего, вызвать у него определенные эмоции, возбудить в нем нравственно-эстетические переживания. Поэтому, с одной стороны, рассматривается внутренняя организация языковых средств, с другой стороны – черты, определяемые целями функциональными.

В нашем исследовании будет важно проследить именно путь от письменного сообщения к устному. Большая часть материала, звучащего в эфире, приходит из печатных источников. Сегодня главными такими ресурсами являются информационные агентства – ИТАР-ТАСС, Интерфакс, Россия Сегодня (РИА «Новости»). Кроме того, международные редакции телеканалов работают и с зарубежными агентствами – Ассошиэйтед Пресс, Рейтер, Франс пресс. Это ставит перед редактором две задачи. Первая - преобразовать эту информацию для чтения в эфире. Вторая - вдохнуть в нее жизнь. Для эфира нужно писать так как говорят, не использовать сложных речевых конструкций и по возможности заменять длинные слова более простыми для чтения и восприятия синонимами.

⁶¹ Якубинский Л.П. О диалогической речи // Русская речь. Вып. 1. Пг., 1923. С.119.

Слова – это орудия производства журналистов. Институты, корпорации, финансисты, люди умственного труда и специалисты по общественным наукам усердно способствуют извержению потока специальной лексики. Главная задача - перевести все это на доступный русский язык. Ведь проблема со стилем такого рода заключается не в том, что он неясный, а и в том, что он утомителен. Журналисты, которые освещают, например, информацию из государственных органов, министерств, общественных организаций, не всегда могут вовремя уйти от официально-делового стиля и передать новость общедоступным языком.

«Выкиньте из головы все штампы, готовые формулировки и дешевые фразы, и вы начнете выбирать из трясины языка на высокогорье, где дует свежий ветер»⁶², - предлагает главный редактор Отдела новостей Ассошиэйтед Пресс Рене Каппон.

Целью всех телевизионных информационных сообщений должна быть простота и точность. В работе над сообщениями, исходящими из официальных структур или построенными на официальных документах, необходимо отходить от свойственных им канцелярского языка и оборотов, зачастую делающих суть явления недоступной для понимания.

Дальнейший анализ лингвостилистического оформления телевизионных информационных сообщений докажет принадлежность их к книжно-письменной форме речи с ощутимыми следами влияния разговорного стиля. Слияние книжности и разговорности, размывание в текстах СМИ границ официального и неофициального, публичного и обиходно-бытового общения исследователи объясняют стремлением журналистов реализовать основную стратегию современных СМИ – стратегию близости к адресату. «Считается, что, если СМИ будут говорить на том же языке, что и большинство в современном обществе, использовать те же правила общения, что в обиходно-бытовой сфере

⁶²Каппон Р. Слово, или как профессионально писать для Ассошиэйтед Пресс. М., 1993. С. 8

человека, тексты СМИ станут более понятными и доступными массовому адресату. С помощью средств разговорности создается впечатление живого устного общения, имеющего место в обиходной сфере коммуникации»⁶³.

Известный ученый-лингвист, академик РАО В.Г. Костомаров провел опрос среди авторитетных тележурналистов: «Какая форма литературного языка составляет основу вашей речи – книжно-письменная или устно-разговорная?». Корреспондент программы «Вести» Сергей Пашков ответил: «наверно, устно-разговорная, но это литературный язык, язык, который формируется на основании письменной культурной традиции, но переработанный для устного восприятия... Как только возникает ощущение разговора, появляется и обратная связь со слушателем»⁶⁴.

Для нас интересно и профессиональное самонаблюдение Михаила Леонтьева, популярного ведущего программы «Однако»: «лучше с экрана говорить простым языком, простыми предложениями, употреблять поменьше причастных оборотов...говорить нормальным языком - это не значит, что в печатную речь нужно вставлять фразеологизмы. Дело в том, что в разговорной речи незаконченная фраза, оборванная, ритмически перевернутая, иногда выглядит естественнее, легче для зрителя. Потом разговорный язык - это способ обратиться к человеку на минимально короткой дистанции. Если твоя речь сложна и переполнена какими-то шибко умными оборотами, то дистанция становится просто непроходимой. Есть, конечно, такой путь, убедить зрителя в том, что ты гораздо умнее его, и он тебя слушает, как кролик удава. Но польза от этого сомнительная... Иностраных терминов не должно быть много, если ты вводишь экономическое понятие, то должен раскрыть его смысл. То есть должно

⁶³Кормилицына М.А. Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2008. С.28.

⁶⁴Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М., 2005. С. 204.

следовать понятие, и тут же его перевод на очень простой русский язык. Пафос - это очень тяжело, в первую очередь для самого автора»⁶⁵.

При исследовании телевизионной речи также следует учитывать еще одну особенность, о которой мы уже упомянули выше – сочетание вербальных (словесных) и невербальных, изобразительных средств передачи информации. Такой тип текста в языкознании называется «креолизированный». Именно креолизованность не только придает новостному тексту зрительную, чувственную наглядность, но и является неиссякаемым источником его информационного насыщения, расширения его прагматического потенциала. Вербальные и изобразительные компоненты связаны на содержательном, содержательно-композиционном и содержательно-языковом уровне. Предпочтение того или иного типа связи определяется коммуникативным заданием и функциональным назначением креолизованного текста в целом.

Вместе с тем тот факт, что телевидение объединило вербальный и звуковой компоненты с видеорядом, сделал его наиболее эффективным средством массовой коммуникации в плане воздействия на общественное сознание, поскольку, как утверждают ученые, около 90% информации человек получает благодаря исключительно зрению и слуху. Однако здесь очень важно учитывать, чтобы видеоряд не затмевал по своей силе устный текст, а только помогал ему и зрителю выстраивать образ и вместе с тем легче усваивать информацию.

1.2 Методология анализа новостных текстов

1.2.1. Новостной текст в массмедийном дискурсе

Средства массовой информации порождают не только определенный тип языка, но и определенный тип текста – «медiateкст»⁶⁶. В отличие от

⁶⁵Там же. С. 206-207.

традиционного для науки о языке понимания текста как «объединенного общей смысловой связью последовательности вербальных единиц, основными свойствами которой являются связность и целостность»⁶⁷, медиатекст представляет собой сочетание вербального и медийного уровней, что предполагает использование знаков различных семиотических систем – языковых, графических, звуковых, визуальных и т.д. Такое определение значительно расширяет границы понимания текста, однако и его будет недостаточно для анализа. Здесь исследователи вводят гораздо более емкое понятие – «дискурс», которое употребляется современной лингвистикой в оппозиции к термину «текст».

Термин «дискурс» обозначает сложное образование: это текст в совокупности с теми экстралингвистическими факторами (социальными, культурными, психологическими и т.д.), которые обуславливают его порождение и функционирование. По словам Н.Д. Арутюновой, дискурс – это речь, «погруженная в жизнь», поэтому термин «дискурс», в отличие от термина «текст», не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно. При более широком понимании «дискурсом» называют совокупность текстов общей сферы функционирования, общей тематики, рассматриваемых с учетом выполняемых ими коммуникативных, прагматических, аксиологических, манипулятивных, эмоционально-экспрессивных и иных задач.

Дискурс характеризуется определенной тональностью, под которой понимаются «такие качества как серьезность или несерьезность; обиходность или официальность; стремление к согласию, компромиссу или к конфликту; сокращение или, наоборот, увеличение дистанции между общающимися; открытое выражение своих коммуникативных намерений (интенций) или скрытое, завуалированное; направленность на сообщение

⁶⁶Термин «медиатекст» впервые употреблен в работе Т.Г.Добросклонской «Вопросы изучения медиатекстов». М., 2000.

⁶⁷Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. С.507.

информации или на воздействие»⁶⁸. В зависимости от тональности, структурных характеристик, адресованности, содержания выделяются различные типы дискурса: бытовой, педагогический, научный, медицинский, религиозный, политический, рекламный, юмористический и т.д.. Сфера массово-информационного общения также формирует особый тип дискурса - массово-информационный или массмедийный.

Одним из примеров многочисленных исследований концепции дискурса могут служить работы известного голландского ученого Теуна ван Дейка: «Анализ новостей как дискурса» и «Структура новостей в прессе». Он полагает, что «структуры медиатекстов могут быть адекватно поняты только в одном случае: если мы будем анализировать их как результат когнитивной и социальной деятельности журналистов по производству текстов и их значений, как результат интерпретации текстов читателями газет и телезрителями, производимой на основе опыта их общения со средствами массовой информации»⁶⁹.

Существенное значение для анализа медиатекстов имеет также мысль о том, что «социальная, политическая и идеологическая ценность анализа новостей часто зависит от того, насколько эксплицитно выявлены значения, лишь подразумеваемые, прямо не выраженные, иначе говоря, раскрыты ли имплицитные функции текстов новостей»⁷⁰.

Таким образом, при дискурсивном подходе каждый конкретный текст рассматривается сквозь призму общественно-идеологических связей, с учетом социальных интересов и политических взглядов участников массовой коммуникации, людей его создавших и его воспринимающих. Конечная же цель состоит в том, чтобы выявить и описать обычно скрытые для массовой аудитории связи между языком, коммуникатором (властью, владельцем СМИ) и идеологией. Такое комплексное, многоуровневое, исследование новостных медиатекстов требует интегрированного,

⁶⁸Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М., 2004. С. 233.

⁶⁹Теун ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989. С. 123.

⁷⁰Там же. С. 135.

междисциплинарного подхода. Исследователи предлагают помимо собственно лингвистических методов анализа медиатекстов, позволяющих выявить базовые свойства и характеристики текста на различных языковых уровнях (лексическом, синтагматическом и стилистическом), использовать также различные аспекты лингвопрагматического анализа, основанного на концепции дискурса и позволяющего проследить взаимосвязь между языковой и экстралингвистической сторонами текста.

1.2.2 Функции и задачи лингвопрагматического анализа

Теоретические основы лингвопрагматики (греч. *pragma* - дело, действие; лат. *pragmatos* — дело, действие) были заложены еще трудами лингвистов-философов Оксфордской школы (Б. Рассел, Дж. Остин). Книга последнего - «Речевые акты. Очерк философии языка» - появилась в 1969 году и стала важным этапом развития прагматической теории. Отличительной чертой **теории речевых актов** (далее ТРА) в подходе к языковому высказыванию является трактовка его как действия. Если все прежние логико-философские трактовки использования языка были сосредоточены на отношении языкового высказывания к (истинно или ложно) отражаемой в нем действительности, то в данной теории центр тяжести переносится на то, какое действие совершает или пытается совершить говорящий, используя высказывание, каких целей он при этом стремится достичь.

Таким образом, лингвопрагматика изучает язык не «сам в себе и для себя». Язык здесь важен именно как средство, инструмент, с помощью которого можно решать вполне конкретные задачи. То есть цель этой дисциплины – «изучение языка в контексте» - социальном, ситуативном и т. д.

Поскольку коммуникативный акт – вид действия, при его анализе используются те же категории, которые необходимы для характеристики и

оценки любого действия: субъект, объект, цель, способ, инструмент, средство, результат, условия, эффективность и т.п. Субъект речевого акта – говорящий или пишущий – производит высказывание, рассчитанное на восприятие его адресатом. Высказывание выступает одновременно и как продукт речевого акта, и как инструмент достижения определенной цели. В зависимости от обстоятельств или условий, в которых совершается речевой акт, он может либо достичь поставленной цели и тем самым оказаться успешным, либо не достичь ее. «Условия, соблюдение которых необходимо для признания речевого акта уместным, называются **условиями успешности** речевого акта»⁷¹. В нашем случае необходимо понимание того, от чего будет зависеть успех телевизионного информационного сообщения.

С позиций лингвистической прагматики телевизионный информационный текст предлагает рассматривать высказывания, продуцируемые в этой сфере речевой деятельности, как действия и фокусировать свое внимание на тех языковых средствах и техниках, использование которых призвано обеспечить запланированное воздействие. В современной науке «основными параметрами текстуальности признаются:

- когезия (глобальная и локальная связность текста);
- когерентность (смысловое единство текста);
- прагматическая установка;
- восприятие текста реципиентом (декодирование текста);
- информативность (новизна информации в тексте);
- межтекстуальность»⁷².

⁷¹Кобозева И. М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ // Язык СМИ как объект дисциплинарного исследования / под ред. М.Н. Володиной. М., 2008. С. 224.

⁷²Клушина Н.И. Публицистический текст в прагматическом аспекте // Язык массовой и межличностной коммуникации. М., 2007. С. 75.

Понятие когезивно-когерентных связей будет раскрыто исходя из требований композиционного оформления телевизионного новостного сообщения. Декодирование текста напрямую связано с его стилистическим оформлением. Информативность текста мы будем принимать как главную цель новостных программ, которые зритель смотрит, чтобы определить для себя новостную повестку дня. Прагматическая доминанта публицистического текста объясняется особой функцией языка публицистики – функцией активного воздействия со стороны адресанта на сознание адресата с целью утверждения заданных концепций.

В этом ключе будет уместно говорить об интенциональном методе, который основывается на выявлении ведущей авторской интенции, организующей текст, системы интенциональных категорий, характерных для определенного типа дискурса, интенциональности целого текста и шире – дискурса, которая проявляется в пересечении целей адресанта и адресата.

Интенционально-коммуникативная структура стиля складывается «из вербально выраженных и невербальных категорий».

Невербальные категории:

- Сфера общения;
- Тематическая заданность общения;
- Время и метод протекания коммуникации;
- Обобщенный тип адресанта (его выраженность или принципиальная невыраженность в общении);
- Коммуникативное намерение адресанта;
- Обобщенный тип адресата (целевая аудитория или массовый адресат);

Вербальные компоненты:

- Типичная форма общения (устная/письменная);
- Типичный вид речи (диалог/монолог);
- Интенциональные категории;

- Устойчивые типы языкового оформления речи;
- Субъективность/объективность речи;
- Креативность/клишированность в использовании языковых средств»⁷³.

Таким образом, с позиций интенционального метода стиль предлагается рассматривать как «способ реализации дискурсной интенции с помощью типового набора выразительных средств языка»⁷⁴. Соотношение понятий дискурс – текстовая организация предстает в качестве сложного коммуникативного явления, не только включающего в себя интралингвистические факторы построения, но и представляющего пеструю картину организации прагматических условий, что «обеспечивает базисную концептуальную структуру для рассмотрения языка по установлению необходимой связи между высказываниями как лингвистическими объектами и социальными действиями носителями языка»⁷⁵.

Качество информационного отражения деятельности человека в разных сферах жизни зависит от знания экстра- и интралингвистических факторов, создающих когнитивный фон в тексте. В таком виде текст представляет собой «своеобразную иерархию знаний как коммуникативное явление, которое обеспечивает общение и приводит к творческому сотрудничеству»⁷⁶. Пути поиска такого сотрудничества исходят из лингвистической природы структуры текста и его функциональной направленности, а также широкого круга когнитивных, прагматических указателей на устройство общества, социальные и духовно-нравственные приоритеты его развития.

⁷³Клушина Н.И. Стиль и его интенционально-коммуникативная структура // Стилистика сегодня и завтра. М., 2012. С. 89-90.

⁷⁴Клушина Н.И. Стиль и его интенционально-коммуникативная структура // Стилистика сегодня и завтра. М., 2012. С. 89-90.

⁷⁵Ивченков В.И. Медиа-текст в когнитивной обработке дискурса // Стилистика сегодня и завтра. М., 2012. С. 60.

⁷⁶Там же. С. 60.

1.2.3 Лингвоэтика и аксиологический подход

Лингвопрагматика предлагает рассматривать телевизионный информационный текст как действие, которое выполняет определенные функции (сообщать, воздействовать и т.д.) в контексте набора определенных экстралингвистических факторов. На наш взгляд, более точную характеристику дал профессор В. М. Березин, который определил телевизионный текст как «поступок»⁷⁷. Исследователь в данном случае не применяет эту дефиницию конкретно к телевизионному новостному тексту, однако и в контексте нашего исследования это понятие будет справедливым и востребованным.

Новостной текст, содержащий, по определению, информацию о новом, выполняющий в то же время функцию массового коммуникатора, должен на любом своем уровне нести гуманистическое, духовно-нравственное наполнение. Нравственные нормы поведения, в том числе и речевого, всегда были обязательными правилами для всех участников коммуникации. Не будет преувеличением сказать, что нормы коммуникации складывались в немалой степени под воздействием общечеловеческих, христианских представлений о морали, а также профессиональных этических кодексов.

Однако сегодня востребована так называемая новая этика, которая предполагает серьезную трансформацию мировоззренческих позиций, культурных и ценностных установок. В первую очередь она выражается в распространении в ходе процесса глобализации (вестернизации) всему миру под видом якобы общечеловеческих, а на самом деле западных (либеральных) ценностей, и соответственно в отказе в ряде стран от

⁷⁷Березин В.М. Публицистический телевизионный текст как поступок. – URL: <http://mediascope.ru/node/222>

традиционных гуманистических ценностей, акцентировании стереотипов массовой культуры, которые формируют у людей асоциальные установки. Такие ориентиры, транслируемые в том числе СМИ, оказываются для некоторых слоев населения, попавших под влияние интервенции чуждых ценностей, более продуктивными и удобными для жизненной реализации, нежели система ценностей, традиционно формируемая различными социальными институтами – семьей, школой, религией, искусством. Вот почему вопрос о защите традиционных ценностей приобрел общенациональный масштаб и вынесен на государственный уровень.

«Сегодня во многих странах пересматриваются нормы морали и нравственности, стираются национальные традиции и различия наций и культур. От общества теперь требуют не только здравого признания права каждого на свободу совести, политических взглядов и частной жизни, но и обязательного признания равноценности, как это не покажется странным, добра и зла, противоположных по смыслу понятий, - заявил В.В. Путин в Послании Федеральному Собранию РФ от 12 декабря 2013г. - Подобное разрушение традиционных ценностей «сверху» не только ведет за собой негативные последствия для обществ, но и в корне антидемократично, поскольку проводится в жизнь исходя из абстрактных, отвлеченных идей, вопреки воле народного большинства, которое не принимает происходящей перемены и предлагаемой ревизии»⁷⁸.

Более того, сегодня на второй план уходит такая ценность православия и советской цивилизации, как труд. Зато во главу угла ставится материальное богатство – создается культ денег на фоне ежедневных призывов к обогащению любой ценой. Здоровая трудовая мораль разрушается даже через такое, казалось бы, на первый взгляд,

⁷⁸Послание Президента Федеральному Собранию от 12 декабря 2013 года. – URL: <http://www.kremlin.ru/news/19825gr>

безобидное слово «успешность», которое резко оторвано от понятия «труд».

Во многом нивелирование ряда нравственных категорий - добра, красоты, справедливости, чести и достоинства, семейных ценностей, уважения к старшим и т.п. – происходит в результате активного внедрения в информационный контент развлекательного, сенсационного аспектов. Так называемый стиль «инфотеймент» (информируя, развлекай), который был придуман американскими тележурналистами еще в середине 80-х гг. на фоне падения рейтингов информационных программ общенациональных телеканалов и активно внедрен российскими журналистами в 90-х, изначально понимался как яркая форма подачи новостей, уход от «официоза», расширение социальной и культурной тематики в новостных выпусках. Однако, впоследствии все это вылилось в расшатывание границ дозволенного и подменой таких категорий развлекательности как живость, человечность и образность, сенсационностью и скандальностью, пошлостью и цинизмом.

Этические проблемы языка современных СМИ связаны со значительным сдвигом представлений самих журналистов о нормах языкового общения. Этически недопустимое ранее стало осознаваться огромным числом журналистов как допустимое. Произошло искажение представлений, а той системы ценностей, которая декларировалась либерально-демократическими кругами как общечеловеческая, в условиях мультикультурного общества не существует. Всемирно известный ученый А.А. Зиновьев утверждает: «человечество пока еще не образует единое целое с одной и той же системой ценностей для всех объединений людей». По мнению философа, система ценностей – это «не сами явления как таковые, которые воспринимаются и осознаются как нечто ценное для людей, а то, что эти явления осознаются в качестве ценностей, что фиксируется в определенных понятиях и суждениях (языковых

выражениях, текстах, статьях, книгах, речах и т.д.), чтобы затем вдалбливать их в головы других людей»⁷⁹.

При этом вопросы этики на телевидении возникают всегда, особенно если происходят экстраординарные события или военные конфликты. Показательную историю рассказал Кирилл Клейменов (заместитель генерального директора - руководитель Дирекции информационных программ Первого канала). Выступая перед студентами факультета высшей школы телевидения МГУ имени М. В. Ломоносова, он показал правильно сделанный проблемный репортаж о хулиганствах с лазерными указками, где были красивые кадры вечерних городов, графика, точные данные о вреде от лазерных указок летательным аппаратам - самолетам и вертолетам. Хороший, динамичный монтаж, грамотная речь, закадровый текст, выразительный стендап и эмоциональные синхроны - весь необходимый набор, однако репортаж в эфир не выпустили. Руководство пожертвовало красивым и качественно сделанным материалом исключительно из этических побуждений. После просмотра подобного рода сюжетов бывают желающие повторить увиденное и услышанное, даже если это за гранью дозволенного.

Безусловно, легче привлечь внимание зрителя скандалами и происшествиями, чем качественным материалом. Но важно, чтобы любимое изречение телевизионщиков, например, «шахтеры добывают уголь, а мы - рейтинг» не переходило ту черту свободы, за которой начинается цинизм, вседозволенность, поскольку ее плоды могут оказаться не самыми безобидными для общества.

Габриэль Гарсиа Маркес, отвечая на вопрос о соотношении в журналистике этики и профессионализма, сказал, что попытка отделить этику от профессионализма подобна желанию отделить жужжание от

⁷⁹Зиновьев А.А. Социальная ориентация и система ценностей// Журнал «Развитие личности» №2. М., 2003. С. 217.

мухи. «Не жужжит - значит, не муха. Неэтично - значит непрофессионально»⁸⁰.

Звучащая речь с телевизионных экранов в очередной раз нам доказывает, что по силе и воздействию является очень мощным инструментом, который способен решать задачи глобального масштаба. Этот инструмент «является не просто средством, пользуясь которым мы говорим о внешней политике, он и есть наша внешняя политика»⁸¹.

1.2.4 Коммуникативное направление: от адресанта к адресату

Телевизионная новостная передача относится к разряду монологичных. Однако эта характеристика условна и дана на основе лишь тех фактов, что телевизионные новости – это передача подготовленная, а не построенная на принципах спонтанного разговора с публикой. Даже несмотря на эти особенности, контакт со зрителем, хоть и невидимый, но он есть, и он очень важен. В рамках прагматики, независимо от жанра произведения, отправной точкой для любого анализа служит «посылка о диалогичности любого речевого произведения и невозможности существования монолога в чистом виде»⁸².

Диалогические отношения лежат в основе построения любой речи и предполагают реакцию адресата в форме вербального или невербального поведений. Даже в тех случаях, когда человек ведет немой внутренний разговор, у него есть собеседник. Этот собеседник - сам размышляющий человек, точнее, тот образ самого себя, который в данный момент наиболее уместен в данной ситуации.

Отношения участников речевого взаимодействия регулируются негласными правилами, которые также известны, как *«принципы*

⁸⁰См.: Информация к развлечению // Искусство кино. 2003. С. 8.

⁸¹Цит. по Болинджер Д. Истина - проблема лингвистическая // Язык и моделирование социального взаимодействия. Благовещенск, 1998. С. 26.

⁸²Соболева С.М. Перспективы лингвистической прагматики // Актуальные проблемы русского языка: материалы региональной конференции, посвященной 70-летию ЧГПУ. Челябинск, 2005. С. 244.

кооперации». Они подразумевают наличие у каждого собеседника двух тесно связанных установок: стремления к достижению обоюдного успеха коммуникации и стремления к достижению своего личного успеха. Обе эти установки и создают силовые линии, вдоль которых направлен коммуникативный поток. Постоянное взаимодействие двух разнонаправленных тенденций: стремления к общему успеху и стремления к индивидуальному успеху формирует для каждого собеседника цель речевого взаимодействия.

В нашем случае коммуникативным лицом будет новостной редактор, которому принадлежит особое место в творческом коллективе, участвующем в подготовке и выдаче в эфир информационных выпусков. Значимость редакторской работы в сфере современной коммуникации, по мнению многих исследователей, должна определяться «презумпцией коммуникативного равенства адресанта и адресата»⁸³. Интимизация и доверительность уже давно стали важнейшими характеристиками современного журналистского текста. Интимизация общения с массовым адресатом заключается в снижении официальности речи, в создании тональности, располагающей к откровенности и доверительности, которая является проявлением доверия к адресату, демонстрацией уверенности в его порядочности, толерантности, общности ценностей и оценок. Таким образом, «интимизация и доверительность - взаимодополняющие друг друга понятия, помогающие журналисту реализовать генеральную стратегию СМИ – стратегию близости к адресату. Журналист «стремится учитывать интересы, уровень культуры, знаний, социальный статус и другие качества адресата»⁸⁴.

Независимо от формы собственности телекомпания - государственной, «независимой», частной, – выпускаемые ею в эфир

⁸³Федосюк М.Ю. Об основной тенденции развития стилей русской речи в XX веке // Речеведение. Великий Новгород, 2000. С. 29-30.

⁸⁴Кормилицына М.А. Средства интимизации и доверительности в современной газете // Стилистика сегодня и завтра. М., 2012. С. 99.

программы новостей – это всегда общественно значимые программы, передачи, рассчитанные на все демографические группы, все слои общества, все категории населения. «Массовая информационная программа, не выражающая интересов большинства своих зрителей, – нонсенс. Кто бы ни стоял у штурвала телеорганизации, к чьему бы мнению ни прислушивался этот штурвальный, выразителем чьих взглядов он бы себя ни считал, информационная программа обращена ко всем, заинтересована, крайне нуждается в максимальном количестве потребителей информации»⁸⁵.

И все же такое понимание ситуации не находит должного отражения в сегодняшних реалиях. Одним из вызовов журналистике открыто признан факт «утраты доверия к газетам, телевидению и радио»⁸⁶. Захватив внимание аудитории, превратив их потребности в привычку как власть, так и руководство телевизионных телеканалов все меньше обращается к учету обратной связи. Сегодня принципы работы телевизионных компаний строятся на положении: зритель усваивает то содержание информационного материала, какое было заложено его создателями. При этом важно отметить, «не принимается в расчет разнородность зрительской аудитории, где каждый зритель обладает своим психологическим багажом и жизненным опытом. Вследствие этого телевидение оказывается абсолютно неадекватным, с принципами, основанными на неверном положении, и не имеющим реального интереса к аудитории»⁸⁷.

В данном контексте будет уместным рассмотреть то понимание журналистики, которое сегодня присутствует в государственных кругах. Широкий общественный резонанс вызвало выступление замглавы Минкомсвязи Алексея Волина в первый день работы ежегодной научно-

⁸⁵Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей. М., 2008. С. 91.

⁸⁶Засурский Я.Н. Журналистика и вызовы XXI века // Вестник Московского университета. М., 2009. С.6.

⁸⁷Мицкевич Э. Телевидение, власть и общество. М., 2013. С. 16.

практической конференции на тему «Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия». В своем выступлении А. Волин отрицал наличие и того, и другого. «Любой журналист должен твердо помнить: у него нет задачи сделать мир лучше, нести свет истинного учения, повести человечество правильной дорогой. Задача журналиста – зарабатывать деньги тем, кто их нанял, а сделать это можно только став интересными зрителям, слушателям, читателям», - рассказал замминистра студентам журфака. А преподавателям факультета он дал рекомендации, как и чему учить студентов, чтобы их знания соответствовали современной медиареальности: «Надо учить студентов тому, что, выйдя за стены этой аудитории, они пойдут работать на дядю, и дядя будет говорить им, что писать, что не писать и как писать о тех или иных вещах. И дядя имеет на это право, потому что он им платит».

В дальнейшем, комментируя свое выступление на факультете журналистики, А. Волин не пытался смягчить смысл своих слов: «Я, в общем, пытался объяснить, скажем так, либеральной аудитории при помощи рыночных механизмов, каким образом работают СМИ, а аудитории это не понравилось. Бывает, — заявил он. – Этот нешуточный общественный резонанс связан с тем, что, к сожалению, мы имеем очень большой разрыв между представлениями академических кругов о том, что из себя представляют медиарынок и профессия журналиста, с тем, что происходит на самом деле»⁸⁸.

Процитированное выступление, с одной стороны, вызвало возмущение ученых всей страны, принимавших участие в научной конференции МГУ, с другой стороны, подобные заявления помогли «разбудить» общественные и экспертные круги к дискуссиям на тему истинного понимания журналистской миссии.

⁸⁸Волин: Либеральная аудитория меня не поняла. – URL: <http://grani.ru/Society/Media/m.211512.html>

В реальности никто сегодня не будет отрицать тот факт, что средства массовой информации, превратившись в одну из наиболее прибыльных и мощных индустрий современной экономики, глубоко подверглись влиянию рынка. Их политическая, социальная, культурная природа оказалась под непосредственным влиянием предпринимательской логики и законов спроса и предложения. Организованные как рыночные предприятия редакции в своей деятельности руководствуются теми же соображениями, что и все остальные фирмы, – получением прибыли, оптимизацией расходов, эффективным менеджментом. Руководители редакций ставят перед журналистами задачу «сделать содержание СМИ хорошо продаваемым товаром, тем более что им самим приходится отчитываться перед акционерами, для которых прибыль по акциям представляет основной интерес»⁸⁹.

С другой стороны, при том, что СМИ — это экономический субъект и его судьба зависит от того, насколько оно успешно экономически, никто ни в коем случае не отменял наличие социальной миссии СМИ. Они выполняют свои общественные функции, работают со смыслами, со словом, которое адресовано очень широкому кругу лиц.

1.3 Телевизионный новостной текст: специфика создания информационного сообщения

Медиаконтент – это комплексный «продукт», который создается большим коллективом. Роль сотрудников среднего и высшего звена – от обычных редакторов, редакторов отделов, продюсеров до шеф-редактора – не может быть переоценена: именно влияние тех, кто редактирует, форматирует, «упаковывает» содержание СМИ в процессе его медиатизации зачастую оказывается решающим.

⁸⁹Варганова Е. Л. СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества. – URL: <http://mediascope.ru/node/352>

Имея некоторую коммуникативную цель, автор в зависимости от типа коммуникативной ситуации сначала выбирает речевой жанр из репертуара речевых жанров, используемых в данном типе коммуникативных ситуаций, соответствующий данной цели. Выбор жанра уже **задает макроструктуру (композицию) создаваемого** текста, то есть набор содержательных блоков, из которых он должен состоять, и порядок их следования. Переходя к вербализации отдельных блоков содержания текста, автор начинает строить соответствующие заданному этапу предложения-высказывания, отражающие ситуации (положения дел), выделяемые в соответствии с речевым жанром и замыслом в соответствующем фрагменте действительности.

Выбор формы подачи новости на телевидении определяется целым комплексом условий:

1. **Актуальность.** Актуальность события определяется его общественной значимостью. Например, у редакторов отечественных национальных телевизионных компаний есть неписанные правила, регламентирующие освещение сообщений о техногенных катастрофах. Чем дальше от границ России произошла трагедия, чем меньше в ней пострадало человек, – тем меньше шансов у новости попасть в эфир. Так, сообщение о катастрофе из южной Азии может попасть в информационный выпуск, только если число жертв не меньше нескольких десятков, последствия были зафиксированы на пленку или же если среди пострадавших оказались граждане России, в редких случаях – если в беду попали граждане стран СНГ, Европы или США.

2. **Присутствие видеoinформации.** Событие, запечатленное на пленку во всех подробностях, имеет больше шансов быть освещенным, чем событие, имеющее, быть может, большую общественную значимость, но не запечатленное с помощью видеокамеры. Богатое содержание исходного материала расширяет выбор. «Пишущий» может рассказать о случившемся или в форме развернутого репортажа, или в форме

небольшого сообщения, которое будет зачитано ведущим за кадром при параллельной трансляции изображения в кадре. Вследствие этой особенности сообщения о многих важных событиях, произошедших в отдаленных районах России или мира, занимают сравнительно малое эфирное пространство.

Рабочие встречи государственных лиц, как правило, снимаются одной «протокольной» камерой. Потом пленка размножается. Часто рассказ о результатах таких встреч затруднителен в силу короткого хронометража исходного материала. В таких случаях режиссеры обращаются к «пишущим» с просьбой создавать текст небольшого объема. Длительность прочтения текста, подготовленного для подачи в формате «устно в кадре», редко превышает 30 секунд.

3. Верстка. В традиции подачи новостей – рассказывать подробно и прежде всего, т.е. в первые минуты выпуска, о событиях «серьезных». Новости на культурные, научные и познавательные темы, как правило, следуют за сообщениями о политических событиях, официальных встречах, ходе боевых действий или ликвидации последствий аварий. Поскольку информация в телевизионных новостях подается зрителю линейно (новости предстают перед зрителем в определенном порядке), общий сценарий выпуска (монтажный лист, или «монтажник»), в котором отражена последовательность подачи сообщений, составляется так, чтобы факт перехода от одной новости к другой не вызывал у слушающего недоумения. Иначе говоря, редакторы производят некое распределение тем, чтобы соседствующие новости находились в схожих семантических полях.

4. Хронометраж. Время выпуска телевизионных новостей строго ограничено в эфире общей сеткой вещания канала. Монтажный лист создается, исходя из заданной продолжительности программы. Временной регламент всего выпуска, в свою очередь, задает рамки для освещения каждой отдельной темы. Форма сценария подачи информации («ВМЗ»,

«устно плюс видео», «устно в кадре» и т.д.) в немалой степени определяется отведенным хронометражем. Этот фактор сказывается на объеме и содержании текста.

В нашем случае речь пойдет о композиции телевизионных информационных сообщений, которые в ряде источников принято называть *видеозаметкой*. Это «короткие материалы, показывающие основные моменты события в их естественной последовательности»⁹⁰. Информационная заметка – это общежурналистский жанр. Поэтому, независимо от того, где она используется, главное требование к заметке – начинаться с новости, а точнее иметь новостной заход. С этой целью обычно журналисты выстраивают заметку по принципу перевернутой пирамиды, от главного к частностям.

Почему употребляется именно такая конструкция?

Во-первых, тут играют роль практические соображения: если новость придется сократить, пусть это будет завершающий, менее существенный фрагмент. Сообщение, составленное по такому методу, легче редактировать и сокращать, не переписывая и не подвергая основательной правке.

Во-вторых, эта форма приучает концентрировать и выделять наиболее важное. Составляя «пирамиду», журналист демонстрирует тем самым избирательность, творческую активность. Он выбирает главный элемент новости, исходя из своего опыта, профессионального опыта коллег и творческих предположений о наиболее существенном моменте интереса отношения аудитории к какому-то событию.

Первый абзац информационной заметки представляет собой так называемый «емкий абзац»⁹¹, в котором автор по возможности отвечает на шесть главных вопросов: что именно произошло, кто, где, когда, как и по какой причине совершил действие или оказался в плену обстоятельств. А

⁹⁰Борецкий Р.А., Цвик Л.А. Жанры телевизионной журналистики // Телевизионная журналистика. М., 2002. С.176.

⁹¹Шостак М.И. Журналист и его произведение. М., 1998. С. 4.

также дает ссылку на источник сообщения. Этот абзац не только придает сообщению достоверность, показывая телезрителю, откуда и каким образом новость стала известна, он необходим и для защиты автора в том случае, если поступившая от него информация окажется ошибочной: ответственность за ошибку частично ляжет на ее источник, а не на корреспондента:

В новом договоре по СНВ будет прописана взаимосвязь между стратегическими, оборонительными и наступательными вооружениями - то, чего добивалась Москва и не принимал Вашингтон. Сообщил об этом глава нашего МИДа Сергей Лавров.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 10.03.2010

Трудность создания «емкого абзаца» (он также известен под названием «лид») заключается в том, что здесь журналисту необходимо решить сразу две задачи: во-первых, сообщить о самом главном, а во-вторых, уже с первой фразы заинтересовать читателя. В телевизионной практике варианты лидов для заметки различаются в зависимости от того, «жесткая» или «мягкая» избрана форма. Жесткая форма позволяет оперативно подать важное событие, делает новость предельно целеустремленной:

На Новороссийск надвигается ураган. В городе объявлено штормовое предупреждение.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 10.02.2008

Швеция признала геноцид армян. Соответствующую резолюцию парламент этой страны принял несколько часов назад.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 12.03.2010

На трассе «Байкал» полностью восстановлено движение.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 14.01.2010

«Мягкую» форму, или «заход издалека», выбирают для подачи материала, как правило, развлекательного и познавательного характера. Здесь допускается момент интриги, «игры с новостью», особый тон повествования, переключение внимания с итога на деталь:

В Таиланде зимой встречают весну - в горах зацвела японская сакура.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 28.12.2009

Великую китайскую стену теперь можно измерить не только в километрах, но и в калориях. В Пекине из шоколада построили копию знаменитого памятника архитектуры.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 15.01.2010

А вот пример, где развязка почти детективной истории наступает только в середине новости. Внимание зрителя не только не ослабевает, а, наоборот, с каждым словом концентрируется:

Жителей центральных кварталов Нью-Йорка охватила паника. На крышах зданий появились подозрительные человеческие фигуры. Полиция поспешила всех успокоить - прощаться с жизнью никто не собирался. Это всего лишь чугунные шедевры британского скульптора Энтони Гормли. Его мало волнуют собственные творения. Намного важнее - где их разместить и откуда на них смотреть. Свой необычный взгляд скульптор предлагает не впервые. Фигуры Гормли уже прошли по крышам Лондона, а в этом году их ждут и в Москве...

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 24.03.2010

После лида, как правило, следует основа («тело» факта), далее - вторичный, менее важный материал, и предыстория.

Такое структурное разделение текста информационной заметки во многом объясняется тем, что информация в тексте распределяется неравномерно: речевые отрезки, насыщенные информацией, чередуются с малоинформативными. Если лид содержит ключевую информацию, то есть новость, то основа текста («тело» факта) не сообщает новости, а лишь уточняет то, что уже сообщено (приводятся подробности, которые конкретизируют новость, подчеркивают ее достоверность и точность). Вторичный, менее важный материал, расширяет тему информационной заметки, здесь может содержаться информация, не связанная непосредственно с ключевой. Что касается предыстории, то здесь необходимо отметить: в этой структурной части информационной заметки содержатся, как правило, сведения справочного характера, история вопроса.

Чтобы наглядно представить структурные части информационной заметки, рассмотрим новостное сообщение, вышедшее в эфир программы «Вести» 12 марта 2010 года:

Национальная забастовка в Греции переросла в столкновения полиции и демонстрантов.

(лид)

Несколько сот человек попытались прорвать полицейские кордоны вокруг здания парламента в Афинах. Однако это им не удалось, и они забросали спецназ бутылками с зажигательной смесью, разбили витрины банков и магазинов. В ответ - полиция применила слезоточивый газ.

(«тело» факта)

Беспорядки возникли на фоне общенациональной забастовки, в которой участвуют более миллиона человек. В Греции не работают госучреждения, отменены тысячи авиарейсов, закрыты больницы и

школы, остановился транспорт. Люди недовольны жесткими антикризисными мерами греческого правительства. На прошлой неделе власти объявили об увеличении налогов, сокращении зарплат и замораживании пенсий...

(профайл)

При работе над композицией информационной заметки редактор руководствуется правилом соразмерности, определяя, соответствует ли данный материал теме, шире или уже ее. Причиной первого чаще всего бывает включение в текст близких по теме материалов или множества примеров, а второго — нехватка материала, недостаточная общая разработанность темы. Работая над композицией, редактор решает три задачи. Во-первых, добивается такого расположения материала, при котором тема освещается наиболее полно. Во-вторых, стремится к логической выстроенности материала, при которой одна смысловая часть получает естественное продолжение в другой — во всем произведении выдерживается принцип системности изложения фактов и сведений. Третья задача связана с поиском структуры, которая позволила бы добиться максимального эмоционально-художественного воздействия на аудиторию.

Разбирая важнейшие композиционные составляющие телевизионной информационной заметки, особое внимание стоит уделить заголовку. Под ним работники телевидения, как правило, понимают текст, который будет «висеть», а может быть, даже и «бежать» на экране вашего телевизора в то время, когда новость идет или даже, возможно, уже прошла. На телевизионном языке иначе он называется *титр*.

До определенного времени в выпусках новостей на российских телевизионных каналах титры использовались лишь для обозначения места и времени действия, а также в случае демонстрации фрагмента интервью (синхрона) — для фиксации имени, фамилии, социального статуса или

официальной должности интервьюируемого. То есть прежде информация в титрах, как правило, появлялась в случае необходимости пояснить информацию видеоряда или произносимого закадрового текста. Дублирование и дополнение в титрах не практиковалось.

Сегодня же это полноценное информационное сообщение в самом жестком его виде – «новость одной строкой».



Титр не только предназначен для людей с физически ограниченными возможностями. Поможет такой наглядный заголовок и быстро вникнуть в курс дела тем, кто включил новости не вовремя и смотрит репортаж или слушает ведущего не с самого начала. Телетекст позволяет зрителю быть всегда в курсе событий. «Бегут» на экране такие заголовки постоянно, вне зависимости от того, какая новость сейчас в эфире.

Написание титра, или заголовка, входит в обязанности редактора. Приступает он к этому, как правило, только после того, как заметка готова. Как мы уже сказали, в информационной заметке - это сама «голая» новость в ее сконцентрированном виде. Титр должен отражать основное содержание сообщения и являться законченным предложением предельно простой конструкции, быть четким. Использование инверсии и иных излюбленных журналистами приемов с отходом от стандартного

построения предложения оправдано лишь в тех случаях, когда необходимо акцентировать внимание на какой-то детали:

[ТИТР=ДО 8 ЧЕЛОВЕК ВОЗРОСЛО ЧИСЛО ЖЕРТВ НАВОДНЕНИЯ В США]

[ТИТР= БЕЗ ВОДЫ И ЕДЫ ОСТАЛИСЬ РОССИЙСКИЕ МОРЯКИ В ПАНАМЕ]

Непригодны в качестве заголовков и общие фразы типа «продолжается судебное заседание по делу о.....» или «Такой-то форум завершил работу»...

В то же время строгость построения заголовка не означает его обязательную «засушенность». Включение в него элементов необычного в описываемом событии, акцент на интересные детали, как раз, наоборот, весьма желательны: они привлекают внимание к новости.

В телевизионной новостной практике сформировались основные требования к написанию титров. Знание и применение на практике этих правил помогает составить предельно емкий заголовок:

- заголовок не должен превышать 136 знаков. Лучше укладываться в одну строку;
- не должен содержать никаких знаков препинания (простое предложение);
- в нем не могут использоваться личные местоимения («я», «мы»), цитаты и прямая речь;
- заголовок не может начинаться с причастного, деепричастного или придаточных предложений. Лучше всего использовать прямой порядок слов: подлежащее - сказуемое;

[ТИТР= ВЛАСТИ ГРУЗИИ ВЗОРВУТ МЕМОРИАЛ ВОИНСКОЙ СЛАВЫ В КУТАИСИ]

- недопустимо использовать аббревиатуры, за исключением общепринятых: ООН, НАТО, ОБСЕ, ЮНЕСКО, МВФ, ВТО, РФ, США, КНР, МИД, ФСБ, МВД, ЦРУ, ФБР, СМИ, ВМФ, ВМС, ВВС.

[ТИТР= ООН ПРОВЕРЯЕТ ЗАКОННОСТЬ ЗАПРЕТА МИНАРЕТОВ В ШВЕЙЦАРИИ]

- нельзя приводить одновременно имя и должность известного политического деятеля;

[ТИТР= В.ПУТИН ВЫСТУПИТ НА ГЕНАССАМБЛЕЕ ООН В НЬЮ-ЙОРКЕ]

- нельзя приводить только имя малоизвестного политического деятеля.

[ТИТР= К.ХЕДЕГОР УШЛА В ОТСТАВКУ] или **[ТИТР= СЕГОДНЯ В ПЕРМИ НАЧИНАЕТСЯ СУД ПО ДЕЛУ А.ШУРМАНА.]**

Лучше дать только должность или должность и фамилию, если позволяет место: **[ТИТР=ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КЛИМАТИЧЕСКОГО ФОРУМА ООН УШЛА В ОТСТАВКУ]** и **[ТИТР=СЕГОДНЯ В ПЕРМИ НАЧИНАЕТСЯ СУД ПО ДЕЛУ ИНКАССАТОРА А.ШУРМАНА]**

- в заголовке следует избегать канцеляризмов и специфических терминов, официальных названий документов и т.д.

Разумеется, заголовок только прелюдия к сообщению, важно, чтобы и его текст также бил прямо в цель. Поскольку телевизионная информационная заметка в большинстве случаев пишется по материалам информационных агентств, то здесь нет работы с автором. Здесь автор – сам редактор. Он использует факты, которые передает агентство. А как редактор их преподнесет и обыграет, зависит уже от его профессионализма и творческой работы.

Кроме того, редактору приходится пропускать через себя друг за другом десятки сообщений на разные темы. Он вынужден разрываться между стремлением сделать новость как можно более качественно и необходимостью затратить на ее обработку как можно меньше времени. И еще приходится одновременно оглядываться на ленты информационных агентств, следить за новостным потоком, проверять, нет ли там чего-то более важного, из-за чего надо переключиться на другую новость.

Заметки телевизионных выпусков новостей быстро пишут, быстро исправляют и быстро читают. При этом чем важнее материал и «жестче» его новостная информация, тем оперативнее он должен быть подготовлен к эфиру, а значит, у редакторов меньше реальных возможностей для того, чтобы обнаружить и исправить недостатки.

Кроме того, надо понимать, что эфирный текст информационной заметки значительно отличается от печатной информации. В первую очередь он обязан учитывать тот факт, что телевидение задействует несколько каналов восприятия – звуковой и визуальный. Кроме того, необходимо помнить о том, что телевизионная картинка быстро меняется, информацию уже нельзя вернуть назад. Поэтому будет важным учитывать специфику восприятия зрителем телевизионной информации и приспособлять ее к аудитории. Главными определяющими факторами для успешного написания телевизионной новостной заметки будет всегда ясность мысли при четкости и краткости ее изложения, достоверность, смысловая емкость, привлекательность, максимальная скорость передачи.

1.4 Телевизионный новостной анонс: информировать, рекламировать, манипулировать

Верстка – вот то, что структурирует информационный выпуск и позволяет увидеть расстановку экранных сообщений в определенной последовательности. Композиционное оформление телевизионных

информационных выпусков - процесс в меньшей степени творческий: подчиняется он определенным правилам и идет по устоявшемуся алгоритму. Вне зависимости от содержания выпуска и порядка информационных материалов, первое, что видит зритель в начале информационной программы это, так называемый, шпигель (от нем. Spiegel - зеркало), или краткий анонс новостей, в котором обозначаются самые важные темы дня.

Когда-то программа «Вести» была единственной информационной программой, где шпигель предшествовал появлению на экране ведущего. Это новшество было осуществлено по инициативе генерального директора телеканала «Россия» Олега Добродеева и, по мнению многих, придавало дополнительную динамику выпускам, поскольку сразу погружало зрителя в мир информации. Сегодня тенденция не изменилась: наличие информационного анонса или шпигеля стало обязательным элементом информационного выпуска многих телеканалов.

Телевизионный анонс мало изучен. До сих пор этот жанр был рассмотрен только в диссертации Л.Е. Малыгиной «Современный телевизионный анонс в коммуникативно – прагматическом аспекте». Автор впервые раскрывает экстралингвистические причины трансформации жанра телеанонса, а также стратегии и тактики анонсирования, описывает коммуникативные сбои и лингвоэтические проблемы в текстах телевизионных анонсов. Однако это исследование не рассматривает телевизионный анонс информационных программ как самостоятельный элемент новостных выпусков, что в свою очередь открывает возможности для дополнительного, более детального и глубокого проникновения в сущность вопроса.

Изучение телевизионного информационного анонса в лингвопрагматическом аспекте позволяет исследовать не только новостной выпуск с точки зрения жанрового разнообразия, но прежде всего выявить принципиально новый тип текста как «результат целенаправленного

социального действия, призванного реализовать двойную интенцию автора: *информирование и рекламирование*»⁹². Эти тексты способны активно влиять на поведение аудитории и на формирование ценностей.

В современных средствах массовой коммуникации наблюдается острая конкурентная борьба за массового зрителя, за рост рейтингов, а, следовательно, за денежную прибыль. Информация становится продуктом, который необходимо выгодно продать. Телевизионные новости не исключение: «новости – это товар, а товары по законам рынка надо продавать. Этим и заняты телеканалы. Чтобы товар продать, ему (товару) надо обеспечить достаточную по количеству и достойную по качеству рекламу. Впрочем, сам товар должен иметь определенное качество. Он должен быть красиво упакован и грамотно преподнесен»⁹³. Во многом эти задачи и призван выполнять телевизионный шпигель, позволяющий воспринимать максимальное количество информации за минимальное количество времени. Зачастую новостной анонс длится одну-две минуты, однако именно в это время зрительский интерес к новостной программе либо зарождается, либо нет. Как зацепить внимание аудитории и заставить ее задержаться у экранов - вопросы, которые решаются в ходе лингвостилистического оформления телевизионных информационных анонсов.

Языковая игра в телевизионных новостных анонсах

Феномен языковой игры, ставший в последние десятилетия предметом интенсивных исследований в лингвистике и смежных гуманитарных областях, включает в себе множество аспектов, актуальных прежде всего для разработки текстов телевизионных новостных анонсов.

⁹²Малыгина Л.Е. Телевизионный анонс: информирование или манипулирование? Национальный психологический журнал №2(4), 2010. С. 61.

⁹³ Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей. М., 2008. С. 265.

Несмотря на имеющиеся исследования по языковой игре (С.В. Ильясова, Е.А. Земская, А.А. Негрышев, Н.Н. Панченко, В.З. Санников), единого общепринятого определения этого явления на сегодняшний день не существует. На наш взгляд, специфика этого феномена в СМИ точнее всего раскрыта в работах Н.И. Клушиной, где языковая игра «становится мощным оценочным механизмом, управляющим общественным сознанием»⁹⁴. Рассматривая иронию и языковую игру как способ интерпретации действительности и обосновывая интенциональный характер такой интерпретации, автор, по сути, говорит о воздействующей функции языковой игры. Во многом этот аспект объясняется доминирующей ролью рекламной интенции над интенцией информирования: для адресанта (автора текста) первоочередная задача - удержать внимание адресата (зрителя), внушить ему анонсирующую информацию и добиться ее запоминания всеми возможными лингвостилистическими средствами.

Одной из распространенных форм презентации языковой игры является *прецедентность высказываний*, которые одновременно усиливают выразительность текста и «работают» на создание и развитие интриги.

Прецедентные высказывания – это «законченные, самодостаточные единицы предикативного (предложение) и непредикативного характера. Чаще всего это узнаваемая цитата из какого-то текста, неоднократно воспроизводимая в речи носителей лингвокультурного сообщества. Помимо своего прямого значения, прецедентное высказывание содержит дополнительные смыслы, известные участникам общения»⁹⁵.

Приведем в качестве примера информационный шпигель новостной программы «Воскресное время» («Первый» телеканал) от 22.12.2013, где в

⁹⁴Клушина Н.И. Общие особенности публицистического стиля / Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003. С. 286.

⁹⁵Петрова Н.Е. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. М., 2011. С. 143.

каждом предложении используются ресурсы языковой игры, основанной на прецедентности:

Как наше слово отзовется (Прим. автора: из стихотворения Ф.И. Тютчева «Нам не дано предугадать...»). *Проверка в порту Ванино как ответ президента на вопрос о творящемся там беззаконии. Четыре часа пресс-конференции как разговор по душам с первым лицом о самом наболевшем. Цена вопроса: что за пометки делал президент в блокноте по ходу встречи?*

Форсаж 2013 (Прим. автора: отсыл к американскому боевику «Форсаж», который вышел в шести версиях). *Михаил Ходорковский освобожден из карельской колонии после помилования. Родных и близких он встречает уже в Берлине. Это сладкое слово свобода* (Прим. автора: политический детектив режиссера Витаутаса Жалакявичуса). *Чем займется бывший глава ЮКОСА, сменив лагерную робу на привычную черную водолазку.*

Вот новый поворот (Прим. автора: строчка из известной песни «Поворот» группы «Машина времени»). *Россия дает 30-процентную скидку на газ и обещает купить украинских ценных бумаг на 15 млрд долларов. Детектив с двойным прицелом* (Прим. автора: рассказ Марка Твена): *почему в Европе все еще готовы ждать, пока Украина скажет «да».*

Чужой беды не бывает (Прим. автора: русская пословица). *В Амурской области построены первые дома, деньги на которые собраны всем миром в ходе телемарафона. Планировку и качество строительства новостроек могут проверить будущие жильцы. На новом месте: что и как строится на народные деньги для тех, кого стихия оставила без крова.*

Аттракцион неслыханной щедрости (Прим. автора: цитата из к/ф «Большая перемена»): *встречи друзей вместо корпоративных вечеринок. Многомиллионные бюджеты предновогодних празднований корпорации*

*пытаются спрятать в темных углах бухгалтерских отчетов. **Весело-весело встретим новый год** (Прим. автора: строчка из новогодней песни «В лесу родилась елочка»). *Кому не жалко чужих миллионов на свое безудержное веселье?**

***Налетай – подешевело** (Прим. автора: устоявшееся народное изречение). *Новогодние распродажи превращают девичьи радости в черный день семейного бюджета. Желающим купить подешевле отдают лежалый товар в праздничной упаковке.**

***Привези мне цветочек аленький** (Прим. автора: цитата из к/ф «Аленький цветочек»). *Как не получить нервный срыв, пытаясь купить все, что семья попросила у Деда Мороза.**

Телеканал «Первый» программа «Воскресное время» от 22.12.2013

Итак, мы видим: цитаты из кинофильмов, строчки песен, пословицы, народные выражения – все это может являться популярным ресурсом для создания прецедентных форм. Прежде всего такая интертекстуальность служит средством емкой, экспрессивной характеристики ситуации. Эти цитаты способны «не только вызвать в памяти человека представление о каком-то герое, сюжетной ситуации или событии, но и - главное – активизировать определенное эмоционально-оценочное восприятие»⁹⁶. Как правило, в большинстве случаев основная цель такого цитирования – это ироничность, насмешка, ерничество, которое особо проглядывается на фоне противопоставлений явлений. Самые заветные желания (аленький цветочек) превращаются в нервный срыв; добрая детская песня о елочке идет в контексте безудержного алкогольного веселья на многомиллионных корпоративных вечеринках, освобождение Михаила Ходорковского развивается по сценарию голливудского блокбастера; политические события на Украине и протесты против отказа вступить в Евросоюз

⁹⁶Петрова Н.Е. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. М., 2011. С. 143.

становятся «детективом с двойным прицелом». Ассоциативный ряд через интертекстуальность языка телевизионных новостных анонсов выстраивается таким образом, чтобы произвести яркое впечатление на зрителя: главное «крикнуть» в надежде, что кто-то «обернется» к экрану телевизора.

Имлицитные формы оценки в телевизионном новостном анонсе

Оценочность начинает играть свою роль уже «на самой ранней стадии создания текста. Она проявляется в отборе и классификации фактов и действительности, в их описании под определенным углом зрения, в соотношении негативных и позитивных деталей, в специфических лингвистических средствах»⁹⁷. Информация всегда вырвана из контекста. Мы слышим несколько фактов, упакованных в яркую и привлекательную рекламную обертку, и не более того. С одной стороны – это требование жанра телевизионного новостного анонса (быть лаконичным, не раскрывать материал полностью, а лишь вызвать к нему интерес), с другой стороны - всегда есть риски с декодируемостью информации и правильным ее анализом. Особенно это актуально на фоне постоянного спада доверия к телевизионной информации, когда «средства массовой информации утрачивают видение главного, не могут сделать серьезные выводы»⁹⁸.

Одним из распространенных оценочных средств является метафора, которая в первую очередь задействует механизм ассоциативного мышления реципиента, что позволяет создавать устойчивый образ.

Рассмотрим конкретный пример:

⁹⁷Клушина Н.И. Особенности публицистического стиля / Язык средств массовой информации. М., 2008. С. 483.

⁹⁸Засурский Я.Н. Журналистика и вызовы XXI века. М., 2009. С.7.

*Ждали **Санта-Клауса**, а подарки пришли от **Деда Мороза**. Россия вынимает из Америки свои кровные и размещает 15 млрд долл в украинских бумагах.*

Телеканал «Россия-1» программа «Вести недели» от 22.12.2013

Объяснять, кто такой Санта Клаус и Дед мороз будет излишним. Эти новогодние волшебники занимаются тем, что раздают подарки, однако если образ первого устойчиво связан с западной культурой, то Дед Мороз это явный представитель России. Два полюса - Запад и Россия – показаны и в тоже время ловко разведены по разные баррикады через новогодних героев. И если первый обещает, но не выполняет, то второй (Россия) щедро дарит подарки. Стоит признать, что метафорические ассоциации проведены очень умело. Авторская оценка прослеживается убедительно, но при этом она заглушена и не выражается прямо, а идет завуалированно через метафору.

Или вот еще пример:

*Открыть ящик пандоры легко. Но кто ответит за последствия?
Аппетит приходит во время еды. Политическим силам не впервой готовить любимое блюдо истории - либерал в радикальном соусе.*

Нашествие варваров. Кто выпустил джина из бутылки. И убережет ли предложенный Януковичем компромисс Украину от расколов и откатов в средневековье?

Телеканал НТВ программа «Итоги недели» от 26.01.2014

И «любимое блюдо истории», и «либерал в радикальном соусе» - политические метафоры, которые звучат ярко и эмоционально. На фоне видеоряда из Украины, где вот уже несколько месяцев идет ожесточенная борьба сторонников и противников евроинтеграции, такая имплицитная оценка выглядит ироничной. Протестующие превращаются в пешки

большой политической игры. Традиционное понимание либерала как сторонника демократических преобразований сведено сначала к второсортному образу-ингредиенту, из которого «готовят» новый политический раскол, «обмазав предварительно радикальным соусом». А затем и вовсе к «варвару». Высказывание строится по правилам восходящей градации, когда слова встают в синонимический ряд так, что интенсивность значения каждого последующего члена нарастает. Градация всегда усиливает экспрессивность текста. Казалось бы, всего несколько ловко подобранных слов, но каких эмоционально емких: «помощь, оказываемая метафорами, состоит не только в образно-ассоциативной характеристике определяемых реалий, но и в выработке к ним у читателя, слушателя, зрителя соответствующего отношения, которое, заметим, в девяноста девяти случаях из ста есть отношение негативное, отрицательное. В похвалу политические метафоры (за редчайшим исключением) не употребляются»⁹⁹.

Фразеологизмы также широко излюбленный стилистический прием в текстах телевизионных информационных анонсов. Выше уже употреблялось «*ящик Пандоры*», понимаемый как «ящик всех бедствий». Еще одно «*выпустить джина из бутылки*», то есть дать неограниченную свободу злым силам. Такая однозначность фразеологизмов позволяет автору быть, с одной стороны, всегда понятым, с другой стороны – придает его высказыванию образность и яркий эмоционально-экспрессивной окрас.

Однако бывают и обратные ситуации. Фразеологизм «подмочить репутацию» широко известен как «подпортить» репутацию, имидж, предстать в худшем виде. Ниже приведен пример, где «подмочить» употребляется не только в переносном значении, но и в прямом:

⁹⁹Бессарабова Н.Д. Политические метафоры в СМИ / Язык СМИ и политика. М., 2012. С. 407.

*Лучшие на Глобусе. В США вручили престижные кинонаграды. Организаторы церемонии серьезно **подмочили** свою репутацию.*

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 13.01.2013

За несколько часов до начала церемонии вручения наград кинофестиваля «Золотой Глобус» в Лос-Анджелесе символическую красную дорожку, по которой перед объективами фото- и видеокамер дефилируют кинознаменитости, залило водой из противопожарной системы. Вода била так мощно, что дорожка стала совсем мокрой. Таким образом, и ковер оказался «подмочен», и репутация организаторов. Такая полисемия позволяет авторам «играть» со словами, их смыслом и, соответственно, восприятием аудитории.

Метонимию, основанную на смежности понятий, также можно рассматривать как яркое стилистическое средство:

*Как голубые еврокомиссары не смогли прибрать к рукам Украину?
И почему Вильнюс не стал для Европы новым Мюнхеном?*

Телеканал «Россия-1» программа «Вести недели» от 01.12.2013

Не будем скрывать, какой смысл многие сегодня вкладывают в понятие «голубые». На фоне активной борьбы с пропагандой гомосексуализма и однополых браков в России и узаконивания данного образа жизни на Западе и навязывания его другим странам, зритель слышит то, что слышит и понимает то, что способен понимать. Мало, кто знает про «голубой устав» и голубую карту ЕС. Журналист мог бы и опустить определение «голубые» в данном контексте (Ср.: *Как еврокомиссары не смогли прибрать к рукам Украину?*), однако автор сознательно оставляет его, остро подмечая смежность данных понятий, для того чтобы выразить свою позицию несогласия и непринятия действий ЕС.

Стоит отметить, что в таких ярко-экспрессивных формах всегда есть риск пойти по пути речевой агрессии - феномен, который сегодня прочно закрепился в телевизионных новостных анонсах. Поддерживаемая интонационными средствами (усиление тона, логические ударения, завышенная эмоциональность, увеличенная громкость), нелитературными речевыми средствами и риторическими фигурами речевая агрессия служит основным способом привлечения внимания зрителя.

Агрессивность часто приводит к нарушению лингвоэтических норм, которое проявляется не только на уровне выбора стилистических приемов. Созданию агрессивной тональности текста новостного телеанонса служат также антитезы, риторические вопросы и восклицания. Все они заостряют поднятую в материале проблему, придают авторской речи особый драматизм, передают накал чувств, позволяют разнообразить интонационный рисунок текста. Надо признать, этими приемами охотно пользуются журналисты программы «Сегодня», выходящей на телеканале НТВ. Зачастую можно услышать шпигель, в котором каждая анонсируемая тема заканчивается вопросом (выпуск от 22.12.2013):

*О сенсации будничной. Не на пресс-конференции. После. Путин помиловал Ходорковского, которому оставалось отсидеть 9 месяцев. Тот из карельской колонии улетел в Германию. Бывший глава тамошнего МИД, как говорят, способствовал освобождению. Помилование, амнистия, в том числе по ряду резонансных дел. **Что стоит за актом милосердия власти?***

*Жгут не по-детски. Общая задолженность более 40 млрд. **Когда республики Северного Кавказа вернут миллиардные долги за электричество и газ?***

Братская помощь. Украину от катастрофы спасем, но в чем наша выгода? Как избежать рисков и гарантировать возвратность вложений?

Дальневосточная кущовка. Что хотят, то и творят. Так что происходит в поселке Ванино, о проблемах которого Путину рассказала местная журналистка?

Рекордный приговор. 950 млн рублей. Что дальше: заплатит уличенный в коррупции чиновник или сядет?

Чудо таблетка. Какой эффект ощутили на себе и сколько заработали подопытные. Новые лекарства от каких недугов тестируют наши ученые?

Телеканал НТВ программа «Сегодня от 22.12.2013

С одной стороны, вопросительные предложения действительно акцентируют внимание на теме, усиливают пафос обсуждаемого, с другой стороны – они усиливают агрессивную тональность анонсируемого материала. Тенденциозное использование таких конструкций насыщает текст сложной для психологического восприятия информацией. Такое искусственное нагнетание эмоционального фона может вызвать обратную реакцию и отпугнуть зрителя от экранов.

В процессе написания телевизионных новостных шпигелей и погоней за экспрессией и эмоциональностью, всегда важно еще и анализировать лингвоэтический аспект употребления того или иного выразительного средства. Если зритель испытывает дискомфорт от того, что его этическая позиция принципиально не совпадает с позицией адресанта (автора текста), он скорее всего выключит телевизор и не будет продолжать смотреть то, что вызывает у него неприятие. Информирование и манипулирование в одной новостной передаче нередко имеет обратный эффект. За агрессивной формой воздействия на сознание зрителя, скрытой попыткой заставить его мыслить и действовать в интересах адресанта,

можно отбить желание и, главное, зрительское внимание ко всему новостному продукту. Пока еще сохраняя позиции главного источника информации¹⁰⁰, телевидение рискует их потерять.

ВЫВОДЫ

Итак, главной целью *лингвопрагматического анализа* всегда является изучение текста как многоуровневого, сложного произведения, в котором язык, помимо так называемой фактической коммуникации, то есть общения ради общения, выступает еще и способом, посредством которого решаются конкретные задачи: побудить адресата к определенным действиям или к их прекращению, выразить чувства, намерения, дать оценку чьим-либо поступкам и т.д.

Языковые средства соответственно тесно связаны с *экстралингвистическими факторами* (субъект, объект речи (адресат общения), обстановка и цель речевой ситуации, знания о мире, мнения, установки, цели говорящего), которые влияют на отбор речевых средств, вероятность употребления тех или иных лексем, грамматических форм и конструкций.

Таким образом, исследуя язык телевизионных новостных текстов с позиций лингвопрагматики, высказывания, продуцируемые в этой сфере речевой деятельности, целесообразным будет рассматривать их как «поступки», имеющие прагматические и аксиологические составляющие, и фокусировать свое внимание на тех языковых средствах и техниках, использование которых призвано обеспечить запланированное воздействие на сознание адресата.

¹⁰⁰ Данные инициативного всероссийского опроса ВЦИОМ, который был проведен 2-3 мая 2015 г. // <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115248>

В таком соотношении тексты телевизионных новостных программ становятся богатым эмпирическим материалом для лингвопрагматического анализа. Новостному телевидению недостаточно сегодня информировать зрителя. Оставаясь главным источником информации для большинства населения страны, телевизионные новости посредством глубокого языкового воздействия способны решать задачи вполне мирового масштаба.

Информационные войны, использование манипулятивных технологий по-прежнему являются составной частью процесса производства телевизионных новостей. События зачастую конструируются журналистами в соответствии либо с логикой политического руководства страны, либо владельца конкретного средства массовой коммуникации. Такой расклад в меньшей степени затрагивает интересы аудитории и значительно нивелирует социокультурную роль телевизионных новостей. Традиционная система ценностей разрушается под мощным воздействием «языка экрана», который стал показателем нравственного уровня и журналистики, и шире – уровня культуры общества.

ГЛАВА 2. ЯЗЫК НОВОСТНЫХ ПЕРЕДАЧ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ПРАГМАТИЧЕСКИХ И АКСИОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ТВ

2.1 Прагматические и аксиологические установки в подготовке телевизионных новостных текстов

Прагматическая специфика новостного текста традиционно обуславливается идеологической направленностью, что само по себе уже заложено в основе функций журналистики. Чтобы в этом убедиться, обратимся к полифункциональной системе журналистики, предложенной профессором Е. П. Прохоровым. Он выделяет следующие шесть функций журналистики:

- «коммуникативную — функцию общения, налаживания контакта, которую автор называет исходной функцией журналистики;
- непосредственно-организаторскую, в которой наиболее наглядно проявляется роль журналистики как «четвертой власти» в обществе;
- идеологическую (социально-ориентирующую), связанную со стремлением оказать глубокое влияние на мировоззренческие основы и ценностные ориентации аудитории, на самосознание людей, их идеалы и стремления, включая мотивацию поведенческих актов;
- культурно-образовательную, заключающуюся, по мнению автора, в том, чтобы, будучи одним из институтов культуры общества, участвовать в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры, тем самым способствуя всестороннему развитию человека;
- рекламно-справочную, связанную с удовлетворением утилитарных запросов в связи с миром увлечений разных слоев аудитории;

- рекреативную (развлечения, снятия напряжения, получение удовольствия)»¹⁰¹.

Мы видим, что, раскрывая значение каждой из этих функций, автор использует такие убедительные, с ярко выраженной эмоциональной окраской, глаголы, как «влиять», «воспитывать», «пропагандировать» и др. В связи с этим можно прийти к пониманию того, что в задачи СМИ и телевидения, в частности, не входит стремление сохранить нейтралитет.

Как пишет В.В. Богуславская, «прагматическая специфика журналистики как особого вида литературной (творческой) деятельности заключается в стоящей перед автором необходимости четкой адресации материала... Конкретная адресованность любого сообщения способствует оптимизации творческой деятельности, воздействующий эффект журналистского текста в этом случае максимальный»¹⁰².

Наиболее полно «воздействующий эффект» реализуется, на наш взгляд, в новостном медиадискурсе, который учитывает различные экстралингвистические факторы, изучением которых как раз и занимается прагматика. Язык здесь не только система знаков, прагматика показывает язык «как коллективную речевую практику, тесно связанную с законами жизни социума, психологии личности, с особенностями мировосприятия человека, его когнитивной базы, с культурными стереотипами и национальными традициями»¹⁰³.

Как считает Е.П. Прохоров, «достижение высокой прагматической адекватности требует от журналиста знания тех условий и факторов, которые действуют в сфере отношений «текст-аудитория», влияя на эффективность контактов с читателем, слушателем, зрителем и определяя высокую информативность текста. При этом для различных слоев аудитории журналист обязан специально, по-новому, готовить

¹⁰¹Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 1995. С. 47- 72.

¹⁰²Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоцикультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М., 2008. С. 63-66.

¹⁰³Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. М., 2007. С. 500-501.

информацию, учитывая ее потребности, интересы, уровень подготовки, социальные позиции и т.д.»¹⁰⁴.

Важным будет заметить и согласиться с тем, что деятельность средств массовой информации уже изначально «аксиологична, она направлена на распространение системы взглядов на мир, структурированных согласно определенной совокупности ценностей»¹⁰⁵.

В этой связи крайне актуальным становится вопрос о том, какова **аксиология всего новостного телевидения**. Журналистика ведь сегодня не просто интерпретирует текущую действительность, но и конструирует их ценностную характеристику в сознании адресата.

События последних десятилетий показывают, что медиатексты и телевизионный новостной текст, в частности, с одной стороны, могут просвещать людей, содействовать стремлению к свободе и социальной справедливости, с другой, могут дезинформировать людей, поработать, разжигать этнические конфликты, сеять недоверие и страх, насаждать пошлость и дурновкусие.

Вопросы этики на телевидении возникают всегда, особенно если происходят экстраординарные события или военные конфликты. Можно ли размещать сенсационную информацию априори, без доскональной проверки? Этично ли в документальных программах о событиях текущего дня показывать кадры 20-летней давности, «выдавая» их как причастные к конкретно обсуждаемой теме? Какие вопросы журналистов считать некорректными (ситуация с телеканалом «Дождь» в 2014 г., когда на его сайте появился вопрос к аудитории «Нужно ли было сдать Ленинград, чтобы сберечь сотни тысяч жизней»)? Показывать ли жертв экологических катастроф и террористических актов? Можно ли демонстрировать тела убитых во время боевых действий?

¹⁰⁴Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 1995. С. 35.

¹⁰⁵Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.): автореф. дис.... д-ра филол. н. СПб., 2010. С. 18.

Как показывает реальная практика, ответы на эти вопросы у журналистов зачастую вытекают исходя не из морально-нравственных побуждений: телевизионщики главным образом руководствуются своими корпоративными целями – повысить рейтинги программы, удержать аудиторию у экранов по принципу «зло эффективней», спровоцировать аудиторию к дискуссии и т.д. Интерпретация действительности идет в соответствии с морально-нравственными представлениями, не традиционно принятыми в обществе, а искусственно созданными в угоду личным прагматическим целям.

Так, сегодняшнее стремительное движение к западным образцам, интеграция в глобальное информационное пространство опережают динамику ценностных установок, которые более инерционны. Как результат, идет массивное вливание западных стандартов жизни как единственно верных для благополучного существования.

Исследуя проблемы глобализации, доктор философских наук Ю.Д. Гранин глубоко раскрывает сущность «вестернизации» не как единственного вида глобализации, а как варианта, рассматривая ее и в историческом аспекте (колониализм и империализм), и в современном состоянии как «превращенную форму государственного национализма стран «первого мира»¹⁰⁶. Вестернизация началась с насаждения в завоеванных колониях «демократии» и «гражданского общества», однако в XIX в. не была осуществлена из-за социокультурного сопротивления народов. Но уже в наши дни этот глобальный политический и цивилизованный проект парадоксальным образом возродился как «национальный проект» США, которые, активно используя международные структуры (ООН, МВФ, НАТО и др.), не только постоянно выигрывают от привнесенной вестернизацией унификации экономических усилий, но и активно вмешиваются в дела других

¹⁰⁶Гранин Ю.Д. Глобализация и национализм: история и современность. Социально-философский анализ. Автореферат докторской диссертации. М., 2008. С. 50.

государств, пытаясь силой, в том числе и военной, навязывать им будто бы общезападные («общеловеческие»), а в действительности именно американские ценности и стандарты жизни»¹⁰⁷.

Такое грубое вмешательство идет в первую очередь за счет широкого медийного обеспечения вестернизации, которое вылилось на экраны в ожесточенное, но умело замаскированное сопротивление. Стратегической задачей такого информационного сопротивления является ослабление стран, которые проводят самостоятельную политику, отстаивают многополярный мир, соблюдение норм международного права, в итоге формируя в сознании как можно большей группы граждан «псевдореальность», которая либо не соответствует действующей реальности, либо мало на нее похожа, однако сконструированная «картинка» отвечает интересам организаторов сопротивления, являясь целью их манипулирования общественным сознанием.

Даже в так называемых демократических обществах власть заинтересована в создании благоприятного для себя имиджа и с этой целью внедряет в массовое сознание специально сконструированные мифы. Как отмечает известный американский социолог профессор Герберт Шиллер (1919-2000) в своей книге «Манипуляторы сознанием», в США для утверждения господства правящей элиты используются пять мифов:

- «1. Об индивидуальной свободе и личном выборе граждан.
2. Об объективности действий важнейших политических институтов: конгресса, суда, президента, СМИ.
3. О неизменной эгоистической природе человека, его агрессивности, склонности к потребительству и накопительству.
4. Об отсутствии в американском обществе социальных конфликтов, эксплуатации и унижения.

¹⁰⁷Гранин Ю.Д. Глобализация или «вестернизация»? // Вопросы философии. 2008, №2. С.12.

5. О плюрализме СМИ, которые в действительности контролируются крупными рекламодателями и правительством»¹⁰⁸.

Ярким примером такого геополитического вмешательства является и военная кампания НАТО в Ираке, которая началась в 2003-м году на основании ряда утверждений, что в Ираке якобы находится и производится оружие массового поражения. Это утверждение накануне нападения на страну широко распространялось многими СМИ, в том числе российскими, со ссылкой на западные спецслужбы. При этом Россия неоднократно официально заявляла, что у нее нет сведений о наличии у Ирака такого оружия. После американской агрессии никаких его следов в Ираке не нашли, и тезис постарались забыть.

Сегодня аналогичный прием используется в информационной войне против Ирана. Несмотря на многочисленные заявления его лидеров о том, что у них нет намерений создавать атомную бомбу, многие СМИ под маской некоего «независимого» мнения, которое адекватно позиции организатора противоборства, способствует формированию у аудитории определенных взглядов и оценок.

Например, 15 мая 2012 г. телеканал «Евроныюз» сообщил об убийстве в Тегеране физика-ядерщика Мохаммади. В сюжете говорилось, что это уже шестой убитый за последнее время иранский специалист по ядерной физике. А в финале приводилось мнение некой «оппозиции», которая «считает, что это убийство организовано самими властями, так как Мохаммади разделял оппозиционные взгляды». Абсурдность подобного обвинения очевидна: Иран развивает свою ядерную программу, ему остро нужны специалисты-ядерщики, однако их убивают одного за другим. Логично предположить, что идти на подобные преступления могут только те, кто заинтересован в остановке ядерной программы Ирана.

¹⁰⁸Шиллер Т. Манипуляторы сознанием. М., 1980.

Особое явление, которое еще долго будут оценивать политологи, «арабская весна» 2011-го года. Это типичный пример использования позитивного клише («арабская весна»), когда красивые лозунги и надежды на светлое будущее в итоге обернулись стремительной сменой власти на Ближнем Востоке и Северной Африке, которая проходила при мощной поддержке прозападных политиков. Распространение и широкое внедрение этих выступлений шло в первую очередь с помощью средств массовой информации.

В реальности отношения к борьбе за демократию не имеют и события в Сирии. Вот один из примеров того, как апелляция к авторитетам шла при подаче сомнительного тезиса. В мае 2012 г. в Дамаске, у здания, где располагается штаб-квартира спецслужб, прогремел взрыв. 55 человек погибли, около 200 были ранены, в том числе - дети. В эфире «Евроныюз» было озвучено мнение сирийского оппозиционера, который указал на причастность сирийской власти к теракту:

В результате двойного взрыва в Дамаске в четверг погибли 55 человек, 372 получили ранения. Власти возлагают вину на действующих в стране боевиков. Лидер оппозиционного Сирийского Национального Совета Бурхан Галиун отреагировал на эту информацию скептически: «Не странно ли, что теракты начались именно в то время, когда режим должен был вывести войска и тяжелую артиллерию из городов, в соответствии с планом Кофи Аннана? Мы полагаем, что есть прямая связь между этими взрывами и нежеланием режима выполнять условия договоренности».

Телеканал «Евроныюз» от 11.05.2012

При всем понимании восточного коварства неразумным будет допустить, чтобы власти организовали теракт против своих же спецслужб - главной опоры режима. Заявление оппозиции, которая могла быть

причастной к этому взрыву, звучал абсурдно, но приводился телеканалом как допустимый вариант.

Стоит заметить, что схема освещения событий в Сирии изменилась примерно с начала лета 2012 г., когда уже невозможно стало замалчивать наличие мощно вооруженных группировок, на равных воюющих против регулярных войск. Рассказы о «мирных демонстрантах» исчезли, но упор западные СМИ стали делать на «варварские преступления» режима Асада - обстрелы, бомбардировки и т.д. Особенно подчеркивалось, что есть множество жертв среди гражданского населения. Хотя в условиях конфронтации становится понятно, что оружие применяют обе стороны, а мирные жители страдают и от армии власти, и от боевиков оппозиции. Но этот момент, как правило, обходится стороной.

Так, телеканал «Евроныус» в марте 2012 г. находит нескольких беженцев, которые были вынуждены покинуть город Идлиб в Сирии и переместиться в Турцию. В репортаже беженцы жаловались, что в городе все время нет еды, лекарств, воды. Однако при этом умалчивалось, почему сложилась такая ситуация, кто виноват - войска Асада или вторгшиеся в Идлиб отряды боевиков оппозиции?

Далее показываются страшные кадры: убитые дети и женщины. Как они погибли? При каких обстоятельствах? Об этом ничего не говорится, но опять подразумевается, что это жертвы режима. В такой ситуации хорошо работает принцип «была бы концепция, а факты найдутся или будут сфабрикованы»¹⁰⁹. Следует добавить, что этот прием почти всегда используется вместе с умолчанием.

Очень часто на телеканалах частное мнение выдается за общее с помощью такого приема, как опрос «рядовых граждан». В телерепортаже (особенно часто к этому прибегает «Евроныус») дается слово двум-трем гражданам, которые высказывают личные мнения. Получается «глас

¹⁰⁹Вирен Г. Современные медиа: приемы информационных войн. М., 2013. С. 63.

народа». Вопрос лишь в одном: корреспондент мог опросить и 20 человек, но выбрать для репортажа только двух-трех, чьи мнения совпали с позицией данного СМИ. Рассмотрим конкретный пример.

Телеканал «Евроныюз» 2 июня 2012 г. подробно освещал приговор о пожизненном заключении, вынесенный экс-президенту Египта Хосни Мубараку. Это решение суда вызвало протесты в Египте: одни требовали казнить Мубарака, другие считали приговор излишне жестоким. Корреспондент «Евроныюз» упомянул, что демонстрации имеют противоположную направленность, однако затем он дал слово трем «простым людям» - и все, как один, требовали казнить Мубарака. Заметим, что в мае 2012 г., после первого тура президентских выборов, во второй тур вышел, собрав четверть голосов избирателей, бывший премьер Египта Ахмед Шафик, один из ближайших сподвижников Мубарака. Из этого можно сделать вывод: требования казнить экс-главу государства не могли быть в Египте столь категоричными.

Сегодня события в Египте, можно сказать, разворачиваются по вполне мирному сценарию. Свержение «Братьев-мусульман» и в 2014 году победа на президентских выборах бывшего министра обороны страны Абделя Фаттаха ас-Сиси положила конец египетской революции 2011-го года, которая разворачивалась под видом борьбы за свободу и демократию и в итоге повергла страну на два года в хаос.

А можно ли говорить о торжестве «прав человека» в постреволюционной Ливии, погрузившейся в хаос междоусобной борьбы вооруженных группировок? Можно, только если смотреть западные телеэфиры, где журналисты воссоздавали благостную картину мира в оправдание иностранным вторжениям. Вот только один из примеров.

Так, «Евроныюз» выдал в эфир в феврале 2012 г. репортаж из Ливии, где были показаны соревнования школьников на небольшом, но вполне обустроенном стадионе. Говорилось, что ранее, при Муаммаре Каддафи, спорт не развивался, а теперь наступила «демократия» - и дети с пользой

проводят время. При этом видно, что стадион построен давно, то есть при Каддафи. К тому же трудно поверить в то, что всего через три-четыре месяца после окончания тяжелых боев власти вложили финансовые средства в спортивное сооружение.

Последствия описанных выше ситуаций нельзя назвать для многих неожиданностью (организаторы «арабской весны», аналитики отчетливо понимали, к каким результатам она приведет), а использование в СМИ таких понятий, как «свобода», «демократия», «права человека», стало лишь приемом информационной войны и проявлением политики двойных стандартов. Столь частая апелляция к ценностям в качестве информационного прикрытия в итоге привела к существенной девальвации этих понятий. Любые действия Запада, включая авиаудары, провоцирование беспорядков, военные перевороты объяснялись исключительно «борьбой за мир», «за права человека, за свободу и демократию».

В следующих параграфах будет достаточно подробно проанализировано освещение военно-политического конфликта на Украине, которое также вылилось в ожесточенное информационное противостояние. Информационная политика телеканалов выстраивается при помощи одного и того же набора средств телевизионной манипуляции, то есть «преднамеренного отклонения информационных потоков от реальной действительности»¹¹⁰.

Такое конструирование «медиареальности» «по одному лекалу» укладывается в рамки «информационного глобализма»¹¹¹, которому свойственны, помимо наступательности, агрессивности и массивности, и черты универсальности. Другими словами, универсальность – это не что иное как заданные стандарты, которые могут

¹¹⁰Борецкий Р.А. Телевидение как социальная технология и социальный институт // Телерадиоэфир: История и современность. М., 2005. С. 29.

¹¹¹См. об этом подробнее: Хелемендик В.С. Информационный глобализм и информационная идентичность / «СМИ в эпоху глобализации»: Материалы научно-практической конференции. М., 2012. С. 3-46.

распространяться и внедряться в любом месте, а, значит, и в большей степени унифицировать многие явления. Так, вестернизация, лежащая в основе информационного глобализма, по сути и есть определенная матрица принципов, форм и методов, которые навязываются извне и «представляют собой не что иное как закамуфлированные с идеологическим и геополитическим расчетом ценности стран золотого миллиарда»¹¹². Такое навязывание ценностей приводит, как правило, к единообразию не только форм, но и содержания.

2.2 Унификация телевизионных информационных выпусков

Еще в начале XX в. нидерландский экономист Г. Хотеллинг при помощи математического анализа доказал тенденцию увеличивающейся похожести товаров и услуг на конкурентных рынках¹¹³. Позднее его соотечественник исследователь Я. ван Куйленбург даст этому явлению определение «парадокс разнообразия СМИ», когда большое количество вновь создающихся телеканалов не означало их реального разнообразия. И если Куйленбург, объясняя причины этого явления, подчеркивал, что возможность СМИ «высказывать какие-либо взгляды, противоречащие взглядам большей части потенциальной аудитории, ограничена экономически»¹¹⁴, то исследователи финского университета К. Норденстренг и Т. Варис в своей книге «Телевизионный трафик: улица с односторонним движением?» (*Television Traffic – a One-Way Street?*) проблему однообразия СМИ видели в доминировании США и ряда других западных стран в производстве и распространении телевизионных программ¹¹⁵.

¹¹²Зиновьев А.А. Социальная организация и система ценностей // Распутье. М., 2005. С. 289.

¹¹³Hotelling H. Stability in Competition // The Economic Journal, 1929. Vol. 39, No. 153. Pp. 41-57.

¹¹⁴Цит. по: Cuilenburg J. van. New Perspectives on Media Diversity. Toward a Critical-Rational Approach to Media Performance // Changing Media and Communications / Ed. by Y.N. Zassoursky and E. Vartanova. Moscow, 1999. P. 77.

¹¹⁵Nordenstreng K., Varis T. Television Traffic – a One-Way Street? Paris, 1974.

В целом такие подходы больше обращали внимание на количественное, но не качественное однообразие медиапродуктов. Наша задача проанализировать сегодняшнюю ситуацию в российском новостном телевидении, связанную с унификацией медиаконтента на содержательном уровне.

В самом широком смысле понятие унификация (нем. *unification* от лат. *ūnus* (*ūni*) один + *facere* «делать») принято трактовать как приведение чего-либо к единообразию, к единой форме или системе. Дифференцировать плюсы и минусы унификации телевизионного эфира – задача довольно сложная.

С одной стороны, унификация, если рассматривать это явление как скоординированную позицию телеканалов, помогает решать задачи особой важности: это и воспитание, и просвещение, и защита государственных интересов в период информационного давления со стороны других стран. Как правильно подметил тележурналист Владимир Соловьев, Россия – страна, «которая не может жить без идеологии. Идеология – это всегда государственная позиция. А когда мы говорим об идеологии, это значит, что есть определенный цикл программ, которые в том или ином виде должны решать государственные задачи. И вот здесь необходимы скоординированная позиция телеканалов и четкое понимание, что и как делать»¹¹⁶. При этом таких центров координации может быть несколько и находиться они могут на диаметрально противоположных полюсах.

Показательным здесь будет, как мировые западные СМИ освещали агрессию Грузии против Южной Осетии в 2008 году. Резкое обострение конфликта пришлось на сезон отпусков между двумя телевизионными сезонами и совпало с другим крупным мировым событием, в частности, Олимпийскими играми в Китае.

¹¹⁶Владимир Соловьев: «Россия не может жить без идеологии». 2013. Окт., 23. – URL: <http://lgz.ru/article/-42-6435-23-10-2013/vladimir-solovyev-rossiya-ne-mozhet-zhit-bez-ideologii/>

Как известно, 8 августа после мощного артобстрела и бомбардировок грузинская армия вторглась в Южную Осетию, которая официально считалась «зоной конфликта» и, согласно международным решениям, находилась под охраной российских миротворцев. Таким образом, Грузия безоговорочно стала агрессором, России же в ответ пришлось защищать жителей республики и своих миротворцев.

Российские СМИ, оказавшись по другую сторону баррикад, своевременно проявили гражданскую позицию в условиях возникшего острого геополитического запроса, безоговорочно одобряя политику и действия властных и военных структур страны. Операция по принуждению Грузии к миру, которую в западных телеэфирах называли не иначе как «агрессией», была единственно верным решением в деле защиты государственных интересов.

При этом большинство западных СМИ синхронно, под дирижирующим управлением транснациональных медиа, в подавляющем большинстве своем транслировали только грузинскую версию событий, называя агрессором Россию, а Грузию - жертвой агрессии. В силу массовости такого подхода рядовые граждане практически не имели возможности получить альтернативную правдивую информацию. Во многом угол освещения происходящего обеими сторонами предопределил и тот факт, что съемочные группы российских каналов находились в Цхинвали, а западные корреспонденты и операторы телеагентств в основном базировались в Тбилиси. В итоге кто и на кого напал – понять было трудно.

В интервью телеканалу «Вести» 14 августа 2008 г. председатель комитета Госдумы России по международным делам Константин Косачев назвал работу CNN International и BBC World News в дни конфликта «безобразной»: «Почти сутки Си-Эн-Эн, Би-Би-Си и другие каналы не показывали и сейчас не показывают Цхинвали». По его словам, в определенный момент на двух указанных телеканалах до буквы совпал

даже заголовков новостей - «Грузия сражается», «Не Осетия сражается», не «Грузия и Осетия сражаются», а «Грузия сражается». И на фоне этого - картинки разрушенных домов - неважно, кем они разрушались, неважно, что это грузины стреляли по Цхинвали... Все это очень удобно ложится в ту теорию, которую до сих пор исповедовал Запад по отношению к «свободной демократической Грузии» и по отношению к «агрессивной России», которая эту Грузию пытается как-то подавить».

Еще один пример унификации, который носит геополитический аспект, освещение военно-политического кризиса на Украине. Более подробно этот вопрос будет рассмотрен в следующем параграфе. Отметим только тот факт, что если во время освещения вооруженного конфликта в Грузии, телеканал «Евроњьюс», имевший возможность свободно получать и использовать материалы как своих западных партнеров, так и российского ВГТРК, удалось в целом выдержать нейтральную линию, передавая фактическую информацию со ссылками на источники и информируя о развитии событий через цитирование заявлений обеих сторон конфликта, то в условиях нового украинского конфликта, где уже прямо были затронуты интересы Евросоюза, политика редакционного нейтралитета исчерпала себя в силу понятных причин: западными СМИ выработан центр координации, главная цель которого занять антироссийскую позицию. И даже такие уловки, как совмещение в одном предложении сразу нескольких позиций (мирно звучащее «воссоединение» сменяется «аннексией»; «присоединение» – не расцветом, а «возвращением в СССР»), наглядно выдают позицию телеканала:

*После принятия решения о воссоединении с Россией, украинская и татарская общины объединились, чтобы противодействовать аннексии полуострова **Москвой**» («Евроњьюс» от 20.03.2014); «Референдум, вернувший Крым в состав России, дал новый импульс развитию стиля советского курорта. По сути, в глазах многих избирателей присоединение*

к России означает возвращение в СССР».

Телеканал «Евроньюс» от 20.03.2014

В целом, замечания выше указывают на одну сторону вопроса – унификацию контента на содержательном уровне в целях консолидации усилий, направленных на защиту национальных интересов. Рассмотрим теперь другую сторону унификации.

Сегодня все чаще в адрес телевизионного новостного эфира звучат возражения по поводу того, что отбор новостей, верстка, подача материала редко отличаются от телеканала к телеканалу. По данным ВЦИОМ, 67 процентов россиян считают, что освещение текущих событий в информационных передачах различных общероссийских телеканалов ведется со все более схожих позиций¹¹⁷. В этой тенденции прослеживается, по мнению самих журналистов, государственное регулирование новостей. Унифицированный характер подачи информации может объясняться и самоцензурой СМИ, к которой они стали прибегать.

«Я каждый день смотрю хотя бы один выпуск новостей, чтобы не выпасть из "контекста", - указывает литературный критик, главный редактор журнала «Новый мир» Андрей Василевский. - Как ни странно, мне все равно, на каком именно из телеканалов смотреть новости»¹¹⁸.

При этом до сих пор знание конкретной телестанции и ее владельца всегда играло важную роль в определении целей, преследуемых передачей того или иного сюжета. При соответствующей политической ситуации зрителям приходилось обращать внимание на то, какой телеканал они смотрят. За постсоветский период зрители привыкли к двум центральным телеканалам – ОРТ (переименованный впоследствии в «Первый канал») и РТР (также сменивший название – сейчас это телеканал «Россия-1»). В 1993 г. на арену вышел частный федеральный телеканал – НТВ. Телерепортеры и редакторы НТВ ориентировались на прозападную подачу

¹¹⁷Всероссийский опрос ВЦИОМ. 12-13 августа 2006 года.

¹¹⁸Цит. по: Дерфель О. Почему писатели не смотрят ТВ-новости // Телецентр. 2007. № 23. С. 28.

новостей (яркий стиль, ведущие держатся в кадре свободно). В центре внимания оказался якобы рядовой человек, а не президент или чиновник. При этом главная роль стала отводиться не человеку труда, созидателю, а персонажу-жертве, вызывающей сочувствие, сострадание, или, напротив, отталкивающему, пугающему человеку-разрушителю, преступнику. Во многом такой ожесточенный информационный тон НТВ распространился и на другие телеканалы. Эмоции во многом стали замещать информацию и вытеснять ее анализ: «ценность информации меняется, подменяясь эмоциональным воздействием»¹¹⁹. Вместе с этим меняются и представления о том, в чем состоит профессионализм журналиста. Команда НТВ, несмотря на высочайшую квалификацию, сегодня уже «не может удержать предложенную им самим планку»¹²⁰: эмоции захлестывают.

Новости «Первого канала» и телеканала «Россия-1» и вовсе утрачивают свое лицо в силу согласованного отбора новостей: «сообщения, связанные с внешней и особенно внутренней российской политикой, оказались в рамках довольно жесткого контроля и стали стремиться к унификации, похожести друг на друга, черты индивидуального стиля телеканалов оказались во многом утрачены»¹²¹.

В целом такая «синхронность» в работе федеральных телеканалов может быть вполне оправданной. Важным этапом в подготовке информационных выпусков является ранжирование - определение степени общественно-политической важности, общечеловеческой значимости новостей, последовательность их сообщения аудитории. Принципы верстки на федеральных телеканалах похожи и во многом совпадают: выпуск новостей формируется на основе так называемой «рыбы» - необходимого набора тем. Приоритетно освещаются внутривнутриполитические

¹¹⁹Якушева Ю.Г. Ценности в контексте освещения трагедий на российском телевидении // Ценности современного общества и средства массовой информации. М., 2012. С. 193.

¹²⁰Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей. М., 2008. С. 13.

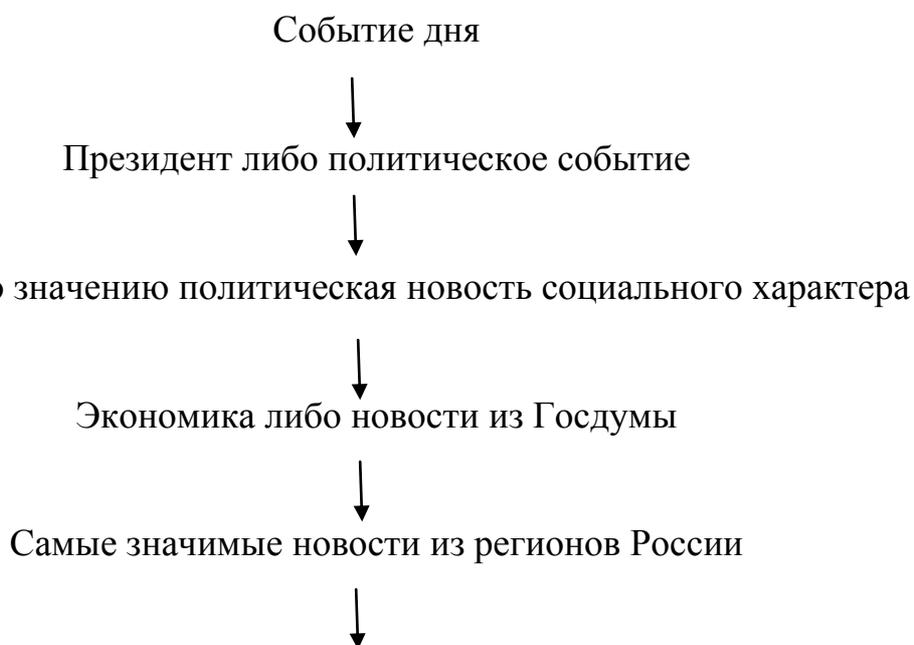
¹²¹Кирия К.Д. Дискурсивные и прагматические тенденции в российском информационно-аналитическом вещании // Язык СМИ и политика. М., 2012. С. 634.

события при отсутствии каких-либо экстраординарных событий в мире и обязательно - сообщения из регионов нашей страны.

Как правило, сначала идет официальная информация, но бывают и исключения. Когда есть события, имеющие социальный резонанс, главной темой выпуска может стать не политическая новость. «Официоз любой ценой уже давно не стиль новостных программ»¹²², - отмечает телевизионный журналист Мария Маргонт.

На ВГТРК приветствуются интересные «человеческие истории» - рассказ о неновостных событиях, представляющих общественный интерес. Все зависит от масштаба истории: информация, связанная с работой президента, может оказаться и третьим номером. Выпуски, как правило, начинаются с «темы дня» - с того, о чем говорят все информагентства. Президент встает на первое место, если только информационный повод этого заслуживает.

Вот как может выглядеть выпуск, если не произошло каких-либо неординарных событий:



¹²²Магронт М. Новости как профессия. М., 2015. С. 100.

Материал из ближнего зарубежья либо сюжет о научно-технических исследованиях, изобретениях

↓
Международная новость

↓
Материалы о культуре

Если же случилось нечто экстраординарное, то сообщение об этом будет размещено в начале выпуска. Так в феврале 2014 года все телеканалы начинали выпуски с Олимпиады, а во второй половине февраля олимпийский репортажи уже чередовались событиями на Украине и вокруг Украины.

В остальном же отбор, верстка, подача новостей редко отличаются от телеканала к телеканалу. Как один из примеров: за неделю просмотра новостных программ (31.03.2014 – 06.04.2014) государственные телеканалы только один раз принципиально разошлись в верстке выпуска (02.04.2014), когда новость об отмене российско-украинского соглашения по Черноморскому флоту у «Первого канала» стояла в выпуске под номером один, а у телеканала «Россия-1» седьмой. Вместо привычного уже освещения украинских событий в «Вестях» первой шла новость об отставке губернатора Волгоградской области Сергея Баженова в связи с его коррупционной деятельностью.

НТВ же позволяет себе «отступления» чаще. Так, программа «Сегодня» в тот же день началась с новости о пресс-конференции Виктора Януковича. Расстановка акцентов снова меняется 4 апреля 2014 г.: эфир открывает новость о том, что Россия готовится направить заявку на расширение континентального шельфа в Арктике в то время, как другие информационные программы («Время» и «Вести») начинают выпуски с освещения новых подробностей следствия по «делу снайперов».

Впрочем, можно ли говорить об однотипности новостных программ только при идентичности верстки информационных выпусков? Ответить на этот вопрос поможет детальный структурный анализ новостных программ «Время» и «Вести». Для сравнения мы взяли новостной эфир от 09.01.2014 и от 14.04.2014.

Выпуски от 09.01.2014 начинаются с сообщения о чрезвычайном происшествии в Египте, где произошла авария экскурсионного автобуса, внутри которого находились и пассажиры из России. В обеих программах новость была дана с помощью видеоряда, озвученного ведущим.

Следующим блоком информационной программы «Вести» стала внутренняя политика. Президент Владимир Путин приехал в Сочи обсудить вопросы электроснабжения региона, после чего глава страны встретился с министром энергетики Александром Новаком. Данная новость была представлена подробным репортажем.

Далее в виде прямого включения был передан разговор Владимира Путина с президентом Ирана по вопросам ядерной программы, атомной энергетики и новых площадках в этой области.

В программе «Время» эти две новости были объединены в один большой аналитический репортаж. Беседа Путина с Новаком была дана в виде синхрона, а разговор президента о договоренностях с Ираном был пересказан журналистом. Корреспондент не только логично выстроил репортаж, позволив себе небольшую оценку, но и углубился в историю вопроса, показав какой прогресс Россия совершила в области электроэнергетики за прошлый год.

Следующей новостью программы «Время» стал короткий видеоряд с озвучиванием ведущего о том, что Германия примет участие в утилизации сирийского химического оружия, что выглядело неуместно в общей структуре выпуска, поскольку далее последовал репортаж о российском судне, захваченном в Сенегале.

На обоих телеканалах эта новость была представлена репортажами с одинаковой картинкой, полученной с борта корабля. Однако репортаж программы «Время» выглядел более проработанным: корреспондент напомнил телезрителям подробности и причины захвата корабля, только после чего дал новую информацию о судне. Кроме того, репортаж был дополнен синхронном официальным представителем МИД РФ Александра Лукашевича и цитатами с официального сайта ВВС, где была дана яркая оценка случившемуся. Программа «Вести» предоставила менее детальный репортаж, который завершился монологом корреспондента в кадре, где тот высказал надежду на скорое освобождение судна.

Следующая новость, которую показали в программе «Время», была о том, что на авиакомпанию Eviterra завели уголовное дело по поводу недействительных билетов. У программы «Вести» такой новости не было вообще.

Практически одинаковые репортажи представили обе новостные программы о серии шести убийств в Ставрополе. Однако репортаж программы «Вести» снова отличился стендапом с выводами корреспондента.

Новость о том, как премьер-министр Дмитрий Медведев проверил систему защиты на Курском вокзале Москвы, телеканалы представили разными способами. Телеканал «Вести» дал небольшой видеоряд о мерах защиты, лишь упомянув причину такого пристального внимания к вокзалам России. Телеканал «Первый», наоборот, дал подробный репортаж о системах защиты вокзалов, напомнив причины теракта в Волгограде.

В последнем материале телеканалы также не совпали. Телеканал «Вести» дал в эфир репортаж про запуск Олимпийского поезда на серой ветке московского метрополитена. «Первый» представил в эфире аналитический репортаж о смене мобильных операторов и номеров.

Структура и верстка программ «Время» и «Вести» в эфире от 14 апреля 2014 года также наметили различия в специфике структуры

новостных программ при всей кажущейся идентичности выпусков. Большинство материалов программ «Время» и «Вести» были посвящены ситуации на Украине и присоединению Крыма к России.

Начался выпуск программы «Вести» со срочной новости с Юго-Востока Украины, где в Донецке и Горловке местные власти взяли под контроль мэрию. Несмотря на то, что сюжет представлял собой некачественную "картинку", снятую на телефон, сопровождаемую комментариями специального корреспондента, говорящего по телефону из Донецка, информация было передана оперативно.

В программе «Время» о том, что произошло в Горловке, можно было узнать исключительно со слов ведущего. Далее события переместились в Луганск. Корреспондент в закадровом тексте передавал настроение, оппозиционно настроенного народа, синхроны местных жителей также служили доказательством. Следующим сюжетом стал видеоряд о ситуации в Донецке, который был представлен менее подробно, чем в эфире программы «Вести».

Ведущий программы «Вести» замечает, что есть еще один город на востоке Украины, где власть захватывают местные жители. Репортаж из Славянска начинается с развернутого стендапа корреспондента, далее следуют планы разрушенного города и закадровый текст о том, что жители Славянска будут готовиться к борьбе с властями западной Украины. Закадровый текст корреспондента дополняют многочисленные синхроны жителей этого города, которые высказывают поддержку России.

Программа «Время» также дала репортаж из Славянска в сопровождении с синхронами местных жителей. Однако они, в отличие от выступающих в эфире программы «Вести», говорили о защите личных интересов, а не о положительной поддержке России. Также корреспондент рассказал о том, что в Славянск приехали наблюдатели ОБСЕ, чтобы узнать, как на самом деле складывается ситуация на Украине. Местные жители упрекнули наблюдателей в том, что они не дают объективную

оценку событий. Программа «Вести» не включила этот момент в свой репортаж.

Следующий сюжет программы «Вести» о том, как Александр Турчинов, представитель центральной власти Киева, просит Запад ввести миротворческие войска на территорию Украины для проведения антитеррористической операции на Востоке страны. Мнение корреспондента, несогласного с этой позицией, было передано через комментарий Петра Симоненко, первого секретаря ЦК компартии Украины. Завершается первая часть этого сюжета стендапом, где корреспондент открыто называет украинских властей «сторонниками националистов». Во второй части материала корреспондент рассказывает о создании спецподразделений идеологически выверенных добровольцев на востоке Украины. Синхрон лидера этих организаций Дмитрия Булатова о том, что ему «отрезали ухо российские войска», дополняет картину неприязни к новым украинским властям.

Программа «Время» также рассказала о призывах Турчинова, однако корреспондент программы сделала акцент на то, как сильно пострадает экономика Украины, если удастся воплотить и этот план. В синхроне корреспондента председатель фракции партии регионов Александр Ефремов советует обойтись без применения силы. Также в репортаже корреспондента был использован комментарий эксперта в области экономики Олега Ногинского, который дал прогноз относительно того, что данная ситуация в дальнейшем может привести «к социальному противостоянию». Также корреспондент указал на то, что мнения украинских политиков меняются ежедневно. В качестве аргумента дается выдержка из интервью Юлии Тимошенко украинскому телеканалу, где она сообщает о том, что ситуацию на востоке страны нужно решать путем переговоров, однако на следующий день она отдает свой голос уже за силовой сценарий развития событий. Этих фактов и прогнозов не было в эфире программы «Вести».

Однако ведущая телеканала «Россия-1» в подводке к следующему репортажу предполагает, что восстанием руководит не украинская власть, а агенты ЦРУ. Эта новость была представлена портретным интервью, в котором Александр Якименко, бывший руководитель службы безопасности Украины, рассказывает корреспонденту о сотрудничестве Александра Турчинова с американскими спецслужбами. Заканчивается сюжет рассказом корреспондента об истории Наливайченко и Кондратюка, чей тандем якобы всегда был тесно связан с американским правительством. Также подробно рассказывается и про историю Данелюка, руководителя правого сектора, у которого супруга сначала улетела в Лондон, потом это сделал и сам Данелюк, однако на предстоящие выборы он вернулся в страну. В конце сюжета сообщается о том, что на Украине оцифровывают истории служб КГБ в СССР, скорее всего с целью их фальсификации, а значит, скорее всего «придется ждать кровавых историй от Наливайченко про спецслужбы советских войск», делает вывод корреспондент.

В программе «Время» аудитории предоставили такое же портретное интервью с Александром Якименко. Однако в отличие от другой программы, в сюжете крайне мало закадрового текста, корреспондент предоставляет возможность аудитории получить информацию «из первых уст».

Интервью с главой МИД РФ Сергеем Лавровым, предполагающим, что Россия может порвать отношения с Западом в связи с разногласиями, связанными с ситуацией на Украине, предоставила в эфир программа «Вести».

Программа «Время» показала зрителям репортаж об экстренном заседании совета ОБСЕ в Австрии, расширенный синхронами Сергея Лаврова, который высказал позицию России по отношению к Украине, и синхронами других представителей стран.

Программа «Вести» обратилась к крымскому вопросу только во второй части программы, подробно разобрав события, происходящие на Украине, тогда как программа «Время» начала именно с этого события свой информационный выпуск. Там предоставили детальный репортаж, состоящий из двух частей: первая была посвящена назначению Сергея Аксенова главой Крымской республики, вторая часть была посвящена назначению губернатором Севастополя Алексея Чалова. Об остальных назначениях в Крымской республике только было упомянуто в небольшом видеоряде.

Материал корреспондента «Вестей» о назначении Сергея Аксенова главой Крымской республики был представлен подробным репортажем. В этом сюжете корреспондент в закадровом тексте рассказал о том, что происходит в Крыму, а именно о выдаче российских паспортов, о расширении сети российских банков, о вопросе, связанном с питьевой водой. Главное, на чем корреспондент акцентировал зрительское внимание, – это подготовка Крыма к курортному сезону. О кадровых решениях В. Путина в Крыму подробно рассказала ведущая.

Далее в «Вестях» появился репортаж о возможностях жителей России задать вопрос президенту. Корреспондент заметил, что в основном звонят жители Крыма с целью высказать благодарность Владимиру Путину. Программа «Время» также показала в эфире сюжет по поводу возможности задать вопрос президенту. Репортажи информационных программ были практически одинаковыми.

Следующим в верстке программы «Вести» стоял репортаж о городе Изюм, куда Украина начала вводить войска для урегулирования ситуации на Юго-Востоке страны. Корреспондент подробно описал обстановку в этом городе. Несколько синхронов местных жителей, взятых корреспондентом по интернет-связи, ярко отразили ситуацию всеобщей городской паники.

Следующий репортаж «Вестей» снова вытекает из украинской тематики: санкции, наложенные на Россию, стали формальностью для делегации российских ученых, приехавших во Францию, где отмечается столетие начала Первой мировой войны. Причину этого объяснили в синхронах Алексей Пушков, Сергей Нарышкин и председатель ЦК КПФР Геннадий Зюганов. Встреча делегаций еще впереди, но обе стороны уже уверены, что сотрудничество будет продолжаться, несмотря на трудности в политике. Завершается этот репортаж стендапом корреспондента о том, что санкции - мера невыгодная и самому Евросоюзу. Программа «Время» также дала репортаж о встрече ученых разных сторон, однако корреспондент акцентировал внимание зрителей на культурный аспект встречи, на памятник столетию Первой мировой войны, созданный скульптором Шемякиным.

Конфуз Запада был представлен небольшим видеорядом в программе «Вести». Президента Швейцарии встретили на Украине датским флагом. Программу «Время» эта тема не заинтересовала.

Следующий видеоряд программы «Вести» вновь возвращает зрителей к вопросу об экспорте газа: премьер-министр Медведев на конференции решает вопросы сотрудничества и поставки газа.

Программу «Время» заинтересовал другой аспект деятельности премьера. В программе был дан видеоряд о субсидировании полетов. Полеты в Санкт-Петербург, Новосибирск, Сочи и особенно в Крым станут более доступными. Завершается информационный выпуск программы «Вести» репортажем о праздновании еврейской пасхи.

Итак, можно сделать вывод о том, что две информационные программы, кажущиеся на первый взгляд унифицированными, обладают и своими специфическими особенностями, которые зачастую можно уловить только при параллельном просмотре выпусков. В программе «Вести» информационные материалы представлены в основном двумя жанрами: репортажами и видеорядами. Однако следует заметить, что практически в

каждом репортаже присутствует стендап, в котором корреспондент делает выводы из произведенного в репортаже анализа или прогнозирует развитие события.

В программе «Время» также есть большое количество видеорядов, но их репортажи отличаются от репортажей программы «Вести» развитием сюжетных смыслов - они больше по хронометражу, представляют собой скорее развернутые аналитические истории, практически в каждом сюжете корреспондент углубляется в тему, поднимает историю вопроса.

Что касается освещения политически важных тем, то в ходе исследования удалось установить, что телеканалы «Первый» и «Россия-1» действуют синхронно и показывают сюжеты с одинаковой тональностью, видеоматериалом и набором ньюсмейкеров, которые, как правило, несут определенную оценку и выражают отношение к происходящему. Также в информационных выпусках особое внимание концентрируется на позиции правительства по тому или иному вопросу. Иногда событие полностью игнорируется, может быть показана только реакция на него. В большей степени это касается информационных выпусков программы «Вести», где акцентирование внимания именно на позиции государства подчеркивает статус информационной программы как федеральной.

Стилистическая унификация

Унификация может проявляться не только на уровне отбора и подачи новостей, но также на уровне лингвостилистического оформления телевизионных информационных материалов. В первую очередь, к условному единообразию, как уже было обозначено ранее, приводит композиционный строй информационных заметок, который выстраивается по принципу перевернутой пирамиды: от главного к частностям.

Во-вторых, ежедневная повторяемость новостей однородной тематики, короткие сроки создания заметки, обусловленные

оперативностью жанра и актуальностью новости, также порождают образование языковых стандартов. Это готовые, воспроизводимые в речи средства выражения, используемые в публицистическом стиле:

В финском городе Тампере празднование Дня независимости Финляндии переросло в уличные беспорядки.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 07.12.2013

В ожесточенные столкновения переросла демонстрация профсоюзов в Брюсселе.

«Первый» телеканал программа «Новости» от 05.04.2014

Редко мы сегодня услышим, что «движение остановилось», оно во многих журналистских текстах «парализовано»:

На Колыме из-за сильных метелей и нулевой видимости парализовано движение на основных трассах.

«Первый» телеканал программа «Новости» от 04.02.2014

Ситуация на трассах в Волгоградской области, где из-за снегопада было парализовано движение, стабилизировалась.

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 31.03.2014

После прибытия президента США в Брюсселе было практически полностью парализовано движение.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 26.03.2014

Такие стандарты не вызывают негативного отношения, так как обладают четкой семантикой и экономно выражают мысль, способствуя скорости передачи информации. Эти речевые единицы широко используются журналистами, так как невозможно в каждом конкретном случае изобретать новые средства выражения. Однако злоупотреблять ими не стоит. Всегда есть опасность перехода речевых стандартов в разряд

штампов. Как пишет в своей книге «Стилистика современного русского языка» И.Б. Голуб, речевыми штампами становятся «получающие широкое распространение слова и выражения со стертой семантикой и потускневшей эмоциональной окраской»¹²³. Штапом может стать всякое часто повторяемое речевое средство, например, шаблонные метафоры, определения, потерявшие свою образную силу из-за постоянного обращения к ним.

К речевым штапам относятся парные слова или слова-спутники; использование одного из них обязательно подсказывает и употребление другого (ср.: размах – широкий; вопросы – острые; критика – резкая; поддержка – горячая; трагедия – страшная; скандал – громкий):

*Глава оборонного ведомства Израиля Моше Яалон обрушился с **резкой критикой** на предложенный госсекретарем США Джоном Керри план по налаживанию механизмов безопасности в Иорданской долине.*

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 14.01.2014

*Американцу Гаррету Гудвину удалось предотвратить **страшную трагедию**, которая едва не произошла на борту самолета, летевшего из Тампы в Хьюстон.*

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 13.03.2014

***Страшную трагедию** прямо в День знаний удалось предотвратить спасателям в Курской области.*

«Первый» телеканал программа «Новости» от 03.09.2013

К приему стилистической унификации также можно отнести обобщение ряда явлений действительности: именно в эфире государственных телеканалов появилось выражение «дело снайперов», когда в феврале в центре Киева несколько человек были убиты

¹²³Голуб И.Б. Стилистика русского языка. М., 1997. С. 168.

прицельными выстрелами:

Коллеги задержанных сотрудников "Беркута" ночью начали пикетировать здание МВД, требуя объективного и независимого следствия по "делу снайперов".

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 03.04.2014

Россия призывает не делать поспешных и политизированных выводов по "делу снайперов" в Киеве, основанных на внезапно всплывших материалах и гипотезах.

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 3.04.2014

Появляются новые комментарии к озвученной версии украинских властей о "деле снайперов", работавших в центре Киева в феврале.

«Первый» телеканал программа «Новости» от 05.04.2014

С одной стороны, такое обобщение позволяет при ограниченном хронометраже выпуска быть кратким и не вдаваться в историю вопроса, а сразу переходить к новым подробностям. С другой стороны, непосвященному зрителю сложнее войти в ход событий, отследить причинно-следственные связи, информацию он не усваивает, а захватывает обрывочно – все это в свою очередь может грозить неправильной трактовкой событий.

Безусловно, список примеров стилистической унификации, который представлен в этой работе, является не полным и может быть расширен. Главное, на что нам сейчас важно было указать, – это на проблему «шаблонной» работы, к которой может привести процесс унификации новостного контента.

Журналистам, в целях сохранения собственной индивидуальности и своеобразия новостного продукта в целом, важно учиться смотреть на жизнь свежим взглядом, расширять, углублять проблематику

информационных материалов, искать новые направления анализа освещаемых событий.

С другой стороны, унификация не позволяет отходить от заданных шаблонов и тем самым сдерживает уникальность телеканала и его новостного продукта, превращая новости в фабрику, работающую по конвейерному принципу и обеспечивающую бесперебойную работу по выдаче на экраны информационных выпусков.

2.3 Освещение военно-политического конфликта на Украине в телевизионных новостях: лингвоэтический аспект

Важнейшим стратегическим фактором в деятельности любого СМИ является информационная политика. Это «идейно-творческая концепция ведения проблемно-тематических линий, характер разработки которых определяется социальной позицией и воплощается в совокупности принятых форм реализации программы»¹²⁴. Общеизвестно, что основные черты этого направления определяются учредителем СМИ.

Если мы говорим об общенациональных государственных телеканалах, финансируемых за счет государственного бюджета в том числе, то очевидным будет ответ, кем и чем определяется информационная политика – политическим руководством страны и национальными интересами. Особенно отчетливо это заметно в период освещения военных конфликтов, когда телеканалы становятся основным инструментом информационно-пропагандистской войны.

Первым термин «информационная война» использовал американский эксперт Томас Рона в отчете «Системы оружия и информационная война», подготовленным им в 1976 году для компании Boeing. Т. Рона указал, что информационная инфраструктура становится ключевым компонентом

¹²⁴Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 1995. С. 277.

американской экономики. После окончания «холодной войны» термин «информационная война» официально был введен в директиву министерства обороны США (№ TS DODD 3600.1 от 21 декабря 1992 года), а несколько раньше активно упоминался в прессе особенно в ходе проведения операции «Буря в пустыне» в 1991 году, где новые информационные технологии впервые были использованы как средство ведения боевых действий против Ирака.

Отмечая, что информационные войны не являются чем-то принципиально новым, авторы «Основ теории журналистики» Л. Коханова и А. Калмыков предлагают ввести в научный оборот термин «коммуникационные войны», что, на их взгляд, в большей степени отражает существо дела. «Во-первых, коммуникативная война включает в себя все то, что относится к информационной и психологической войне. Во-вторых, позволяет более четко сформулировать цель поражения. А именно коммуникативное пространство противника. В-третьих, подразумевает определенную самостоятельность, т.е. потенциальную возможность ведения войны, конечной целью которой является изменение структуры коммуникативного пространства противника. Иными словами, речь идет о замене одной системы симулятивных коммуникаций на другую»¹²⁵.

В целом, о чем бы ни шла речь, основой информационной или коммуникационной войны всегда будет являться быстрое распространение нужной информации для манипуляции сознанием. Каждый из этих типов информирования имеет свои приемы, формы и методы (перечень их можно найти на сайте «Азбука пропаганды»).

Наиболее полное определение, наш взгляд, термину «информационная война» дал А.В. Черняк, который обозначает это явление как «целенаправленное воздействие на гражданское население и

¹²⁵Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики. М., 2009. С. 214.

военнослужащих другого государства посредством распространения информации определенного содержания, нанесения ущерба информационным процессам и информационным системам противника, экономике для достижения превосходства путем изменения массового общественного сознания вплоть до свержения правительства без вторжения на территорию страны, против которой ведется война, при одновременной защите собственной информации, информационных процессов и информационных систем. Разработаны стратегия и тактика ведения информационных войн, определена матрица принципов, форм и методов их ведения»¹²⁶.

Как ведется информационная война, можно видеть на примере новостных выпусков «Евроньюс» и российских трех федеральных телеканалов в ходе освещения военного-политического кризиса на Украине. Фактически громкие утверждения о том, что «в силу международного статуса «Евроньюс» освещение конфликтов телеканалом оказывается, с точки зрения редакции, политически нейтральным, не оказывающим предпочтения той или иной стороне»¹²⁷, сводятся на «нет». Более того, еще отчетливее становится заметной полярность морально-нравственных установок конфликтующих сторон.

Особенно показательна в этом отношении новость на всех трех российских федеральных телеканалах от 02.06.2014 г., когда жертвами авианалета на здание луганской администрации стали восемь человек. Еще 28 горожан получили ранения различной степени тяжести. Среди погибших при атаке оказалась и министр здравоохранения Луганской народной республики Наталья Архипова. Она занималась закупками медикаментов, сама оказывала первую помощь раненым в столкновениях ополченцам.

Пока киевские власти пытались изобразить луганскую трагедию как

¹²⁶Черняк А.В. Власть и журналистика. Монография. М., 2015. С. 248.

¹²⁷Локтев Д. Редакционный нейтралитет в международном информационном телевидении: диссертация канд. фил. наук. М., 2012. С. 206.

самоподрыв или несчастный случай, утверждая, что авианалета не было вовсе, миссия ОБСЕ после тщательного расследования выступила с докладом, где официально заключила, что «по данным международных наблюдателей, удар был нанесен неуправляемыми ракетами, выпущенными с самолета».

Кроме того, премьер самопровозглашенной Луганской народной республики Василий Никитин заявил: эксперты, которые работали на месте обстрела здания, смогли идентифицировать касетные заряды С-8КОМ, запрещенные международной конвенцией. Фактически, данная трагедия означала, что впервые после авиабомбардировки Белграда силами НАТО в центре Европы было совершено новое международное преступление. Доклад об этом факте опубликован был на сайте ОБСЕ¹²⁸, но остался «за кадром» европейских тележурналистов. Единственная новость, которая появилась в эфире «Евроньюс», была следующего содержания:

По данным Минобороны Украины, перемирие, объявленное ранее в Луганске, прервано и бой пророссийски настроенных ополченцев с пограничниками возобновился снова. В ночь на понедельник бойцы «Луганской народной республики» предприняли штурм пограничной базы, расположенной в южной части города. Жителям близлежащих домов во время перемирия было разрешено покинуть район. Киев утверждает, что сепаратисты используют мирных жителей как прикрытие. Москва обвиняет украинские власти в «преступлениях против собственного народа».

Известно, что на подмогу пограничникам прибыла военная авиация,

¹²⁸Доклад ОБСЕ по факту авианалета на здание луганской администрации. – URL: <http://www.osce.org/ukraine-smm/119479>

которая уничтожила два минометных расчета ополченцев. Сообщается о гибели пяти сепаратистов и ранении восьми. Среди пограничников пострадали 10 человек.

По меньшей мере, семь человек стали жертвами взрыва в здании луганской областной администрации. Сведения о причине взрыва поступают противоречивые: Москва говорит об авианалете, а Киев – о случайном попадании в здание ракеты сепаратистов, которые целились в вертолет. Проверить эти данные не представляется возможным.

Телеканал «Евроньюс» от 03.06.2014

Только из третьего абзаца аудитория узнает коротко о трагедии в Луганске. С одной стороны, озвучены две позиции, которые только подчеркивают полярность мнений, при этом официальный вывод ОБСЕ аудитории не представлен. Когда СМИ «умалчивают известную им достоверную информацию, позволяя укорениться или распространиться важному для общества ложному мнению, то поначалу это потрясает даже больше, чем прямая ложь»¹²⁹.

Журналисты прикрываются формулировкой «проверить эти данные не представляется возможным». Такие формулировки один из излюбленных приемов «Евроньюс», которые помогают телеканалу подчеркнуто оставаться якобы за пределами конфликта. Однако здесь важно не забывать, что в период освещения острых военно-политических конфликтов аудитория прежде всего ценит не умение дистанцироваться от оценки событий, а честность и четко выраженную позицию. В данном случае чиновники миссии ОБСЕ оказались правдивее журналистов.

Мартин Белл, военный корреспондент ВВС, писал, что нейтральность не годится для репортажей из зоны боя: «Сейчас я сильно сомневаюсь в идее объективности, которая кажется мне сейчас своего рода иллюзией и

¹²⁹Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2012. С. 561.

пережитком прошлого. Когда я веду репортаж из зоны военных действий или откуда-либо еще, я делаю это со всей честностью и непредвзятостью, на которые я способен, и со скрупулезным вниманием к фактам - но я использую при этом мои собственные глаза, уши и накопленный опыт, что, вне всякого сомнения, субъективно в высшей степени»¹³⁰.

В этом отношении будет уместно рассматривать телевизионный текст как «поступок»¹³¹ - неважно журналиста, репортера, редактора или редакционного коллектива в целом. Главное – этот поступок всегда несет эмоционально-нравственный заряд, оценить который предстоит зрителю. На примере такого аксиологического подхода можно рассмотреть, как освещалось освобождение украинских военнослужащих, неожиданно перешедших украинско-российскую границу:

Более 400 украинских военнослужащих в ночь на понедельник после нескольких недель обстрела со стороны сепаратистов перешли российско-украинскую границу. Им был открыт гуманитарный коридор.

Украинские военнослужащие рассказали, что служили в 72-й бригаде. В Ростовской области для них был развернут палаточный лагерь, где их обеспечили всеми видами довольствия. «Сегодня обстрел очередной и угрозы прямые. Просто не было выбора. Приходилось отступить. Нас приняли как своих, напоили, накормили». Более 180 украинских военнослужащих уже отправились на родину.

Военные, попавшие на российскую территорию во время отступления из пограничных участков, не просили политического убежища в России, заявил на брифинге в Киеве глава Информцентра СНБО Андрей Лысенко.

¹³⁰ Bell M. (1997) TV news: how far should we go? British Journalism Review; 8; P. 7

¹³¹ Березин В.М. Публицистический телевизионный текст как поступок. – URL: <http://mediascope.ru/node/222>

Телеканал «Евроњьюс» от 05.08.2014

Офицеры 72-й моторизованной бригады вооруженных сил Украины свое решение покинуть места дислокации объяснили предательством командования. Об этом сообщил старший сводного отряда военнослужащих, перешедших границу, командир батальона майор Виталий Дубиняк.

По его словам, украинские солдаты две недели жили без боеприпасов и продуктов, с ними даже перестали выходить на связь, поэтому командирам ничего не оставалось, как самим спасать своих людей: «В течение двух недель мы практически отбивались без боеприпасов и топлива. Кормить людей у меня не было возможности практически больше двух недель. Закончился даже сухой паек. Личный состав измотан не столько обстрелами, сколько безысходностью ситуации. Помимо команд «держитесь», больше центр ничем нам не помогал. А в последнюю неделю с нами даже не выходили на связь — они нас уже похоронили. Чтобы сохранить людей, командирами подразделений было принято решение на переход границы с Россией. Технику и оружие пришлось оставить на той стороне. Главное было — спасти людей».

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 05.08.2014

Как мы видим, переход украинских военных через российскую границу освещается с диаметрально противоположных позиций. Пока «Евроњьюс» ограничивается только констатацией факта, российские СМИ со ссылкой на конкретное лицо подробно рассказывают о причинах происшедшего, предоставляют описание той негативной ситуации, которая сложилась в рядах украинской армии (командование отказывается помогать своим же). При этом европейские журналисты не стремятся вдаваться в такие подробности и смещают акцент в сторону того, что решение было вынужденным: «*просто не было выбора*», дополняя

описание и комментариями о том, что в России украинские военные «не просили политического убежища» и «уже отправились на родину». Более того, в самом начале телевизионного текста стоит указание на то, что переход границы произошел «*после нескольких недель обстрела со стороны сепаратистов*», что нивелирует всю ценность открытого гуманитарного коридора. То, что должно было восприниматься как поддержка, помощь, сострадание, любовь к ближнему, – все эти духовно-нравственные ориентиры журналистами сознательно игнорируются.

На подобное освещение событий отреагировал и МИД России, который обвинил западных журналистов в предвзятом освещении украинского конфликта. Помимо «Евроныюз», ряд американских СМИ вообще отказались освещать тему массового дезертирства украинских военнослужащих в Россию.

«Понимая, насколько важно журналистам, особенно иностранным, пообщаться с представителями вооруженных сил Украины, из первых рук узнать о реальной картине боевых действий, мотивации украинских солдат, истинных причинах их поступка, мы решили в этот же день пригласить группу иностранных корреспондентов в Ростовскую область. Срочно начали всех обзванивать, - сообщает официальный представитель МИД РФ Мария Захарова. - Когда мне принесли список подтвердивших свое участие в поездке журналистов, я испытала культурный шок. Кроме агентства Bloomberg, ни одного журналиста американского СМИ»¹³². Среди тех, кто отказался, были CNN, The New York Times, The Washington Post, The Christian Science Monitor. «Смешнее всего», по словам Захаровой, повел себя корреспондент агентства Reuters. Как утверждает пресс-секретарь дипломатического ведомства, «он записался, выехал в аэропорт, на полпути «передумал» и не полетел»¹³³.

¹³²Информационный портал NEWSru.com: МИД России обвинил журналистов США в предвзятом освещении украинского конфликта. – URL: <http://www.newsru.com/russia/06aug2014/zaxarova2.html>

¹³³Там же.

Журналистам становится удобнее готовить их информационные заметки, опираясь не на реально существующие факты, а на сообщения одной из сторон конфликта, разумеется, той, которую они поддерживают.

Заметим, что даже такой добрый шаг России как оказание гуманитарной помощи населению Юго-Востока Украины нивелируется в телеэфире «Евроньюс» за счет ввода соответствующего негативного контекста:

Уже около 100 грузовиков МЧС России с гуманитарной помощью прибыли в Луганск на востоке Украины. До конца дня ожидается прибытие всех 250 машин. Минувшей ночью автоколонна с грузами, среди которых продукты питания, теплые вещи, дизельные генераторы, предметы первой необходимости, благополучно пересекла границу и прошла таможенный контроль.

По словам главы МИД России Сергея Лаврова, Москва посылает помощь жителям городов в регионах, где уже в течение четырех месяцев идут бои.

Это уже вторая колонна с гуманитарными грузами, которую отправляет Россия. Первая вызвала протесты Киева, который назвал поставки помощи «вторжением».

В то же время премьер-министр Украины Арсений Яценюк призвал США и Евросоюз принять участие в переговорах с Россией по вопросу урегулирования ситуации в Донбассе...

На Ялтинской конференции по европейской стратегии, которая в этом году проходит в Киеве, Яценюк выразил удовлетворение введением Евросоюзом новых санкций против России и обвинил ее президента в желании «уничтожить Украину как независимое государство и восстановить Советский Союз».

Телеканал «Евроньюс» от 13.09.2014

Заметим, если бы журналисты после абзаца *«по словам главы МИД России Сергея Лаврова, Москва посылает помощь жителям городов в регионах, где уже в течение четырех месяцев идут бои»* поставили точку, сообщение воспринималось бы в положительном ключе, что не устроило бы западную и украинскую стороны. Поэтому структура заметки выстроена таким образом, чтобы нивелировать в очередной раз ценность российской поддержки. Гуманитарная помощь сравнивается с «вторжением», комментарии Яценюка якобы разоблачают истинные намерения российской власти. При этом все это делается под прикрытием политики «редакционного нейтралитета», которая за счет ловкого отбора фактов позволяет телеканалу «Евроньюс» показывать позицию двух противоположных сторон с приоритетной прежде всего для себя перспективой.

Важным в контексте данного исследования будет проследить и то, как освещалась новость вокруг сноса крупнейшего памятника В.И. Ленину в Харькове (общая высота более 20 метров):

Ленина, простоявшего в Харькове без малого 70 лет, кувалдами разбивают на сувениры. Как сообщили в милиции, стражи порядка в это время охраняли находящийся неподалеку памятник Щорсу — еще одной фигуре, неоднозначной для современной Украины.

Как сообщает из Киева шеф нашего украинского бюро Серджио Кантоне, «свержение памятника Ленину является спорным шагом для многих украинцев, но одновременно и важным символом. Это уже перевернутая страница истории, потому что для многих украинцев эта статуя на бульваре Шевченко в центре Киева была символом власти, возвращение которой они не хотели. В целом, этот памятник был символом бывшего Советского Союза, который для многих украинцев уже остался далеко позади».

Телеканал «Евроньюс» от 29.09.2014

В Харькове собравшиеся на Площади Свободы радикалы после многочасовых усилий все-таки совладали с установленным там памятником Ленину. С помощью тросов и крана митингующие снесли монумент вождю мирового пролетариата, предварительно отпилив болгаркой статуе ногу, передает ИТАР-ТАСС.

Вандалы, пришедшие к монументу с флагами Украины и батальона «Азов», который состоит из неонацистов, отбойным молотком выбили на постаменте «Слава Украине!» и эмблему Социал-Национальной Ассамблеи. Милиция все это игнорировала.

Областные власти по-разному комментируют происходящее в центре Харькова. Так, отдел по связям с общественностью ГУМВД сделал заявление, что против митингующих возбуждено уголовное дело по статье «Хулиганство». Однако существует также информация, что памятник якобы сносят по распоряжению губернатора Харьковской области Игоря Балуты. Такие данные распространил советник главы МВД Антон Геращенко.

По оценкам милиции, на это зрелище собрались около трех тысяч человек. Стоит отметить, что памятники Ленину, начиная с февральского переворота, регулярно становятся жертвами украинских радикалов и вандалов. В феврале только за одни сутки снесли 16 памятников, напоминающих украинцам о советской эпохе. Этот процесс даже окрестили «ленинопадом».

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 29.09.2014

В 2003-ем году на центральной площади Багдада десятки жителей иракской столицы также сносили памятник Саддаму Хусейну, а потом распрощались и с мирной жизнью, и со страной. Представители украинского народа, беснующиеся под фашистскими лозунгами, на фоне подобных событий мало чем отличаются от иракцев. То, что фактически

означает вандализм, «Европьюс» преподносит под символом новой свободы и ухода от советского прошлого.

Нет и упоминаний о том, чьими руками был распилен памятник, – о неонацистах с отбойными молотками сознательно замалчивают, выдавая события в Харькове за якобы выражение позиции местных граждан, более того – «многих украинцев».

Этот пример – яркое свидетельство того, что в информационной войне, направленной на манипулирование сознанием западной в первую очередь аудитории, антисоветизм является составной частью русофобии в ходе массивной медийной пропаганды.

«Устранение из сознания стабилизирующего блока традиций резко повышает уязвимость к манипуляции. Не менее важно отключение более систематизированного и «рационального» знания – исторической памяти. В этой памяти заложены сведения и символы, которые соединяют людей в общество и обеспечивают наличие в нем общего языка и устойчивых каналов общения. В периоды общественных кризисов разрушение исторической памяти выполняется как целенаправленная программа политических сил»¹³⁴.

Еще один пример, который доказывает несостоятельность политики редакционного нейтралитета «Европьюс» - новость от 04.08.2014 г.: в эфире телеканала появляется сообщение с заголовком *«Россия снова проводит масштабные военные учения вблизи границы с Украиной»*. Далее рассказывается, что проходить они будут *«на полигоне Ашулук в Астраханской области, который расположен менее чем в тысяче километров от границы с Украиной. Планируется задействовать около сотни самолетов, включая бомбардировщики Су-24*. Более того, продолжает автор, *«с начала боевых действий на востоке Украины Россия не раз проводила учения вблизи границы. Украинское*

¹³⁴ Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2012. С.511.

руководство, а также США и страны Европы неоднократно выражали беспокойство по этому поводу, расценивая такие учения как угрозу западному соседу».

Озабоченность американской администрации учениями в Астраханской области и освещением данного события в эфире «Евроньюс» в целом выглядит явно надуманным с определенной целью фактом. Заметим, что учения на полигоне Ашулук проходят из года в год, новые также были запланированы еще в прошлом году. Тысяча километров - это довольно большое расстояние, о пограничной территории говорить не приходится. Почему журналисты решили выбрать оборот «менее чем» вызывает удивление. В Минобороны РФ по этому поводу также выразили недоумение и посоветовали при подготовке подобных заявлений пользоваться атласом: «Прежде чем будоражить мировую общественность, было бы полезным изучать не только информацию из социальных сетей, но и обращаться к официальным источникам, например, сайту Минобороны России в сети интернет и географическому атласу»¹³⁵, - порекомендовал представитель ведомства.

Как одно из проявлений новостной политики любого СМИ можно рассматривать и **выбор источника информации**. Особенно это показательно в период освещения военно-политического конфликта, когда в завуалированной форме можно отдать предпочтение той или иной стороне. В эфире российских государственных телеканалов не будут цитировать госдепартамент США, если есть озвученная позиция Минобороны РФ. При этом в эфире «Евроньюс» происходит ровно наоборот. На этом телеканале ссылки по важным новостям в основном идут на сообщения властей Украины либо представителей американской стороны:

¹³⁵ТАСС. Минобороны РФ обеспокоено отсутствием у Джен Псаки элементарных географических знаний. – URL: <http://itar-tass.com/mezhdunarodnaya-panorama/1361308>

Служба безопасности Украины обнародовала запись, на которой, по ее утверждению, командир вооруженных мятежников признается представителю российской разведки в том, что самолет сбили сепаратисты.

Телеканал «Евроньюс» от 04.08.2014

Пресс-центр штаба АТО сообщает, что украинские военные попали в засаду во время передислокации.

Телеканал «Евроньюс» от 01.08.2014

После захвата Новоазовска, следующей целью сепаратистов, как считают в Киеве, может стать Мариуполь, который пока находится под контролем украинской армии.

Телеканал «Евроньюс» от 01.09.2014

Пример ниже также демонстрирует «сенсационные» заявления через третью сторону, не имеющие отношения к действительности и вводящие в заблуждение зрителя:

Все более вероятной выглядит версия о том, что малазийский «Боинг», рухнувший вчера близ украино-российской границы, был сбит ракетой «земля-воздух» скорее всего из зенитно-ракетного комплекса «Бук». Об этом заявляют неназванные американские официальные лица, которых цитирует Wall Street Journal и CNN.

Телеканал «Евроньюс» от 18.07.2014

С помощью приема введение эксперта через цитату утверждениям якобы придает большая весомость. Это весьма «изысканный прием, позволяющий эффективно маскировать самую пышную пропаганду в

строгих формах «авторитетного мнения» какого-нибудь эксперта»¹³⁶. В этом отношении показателен и следующий пример:

Госдепартамент США опубликовал фотографии вооруженных людей на востоке Украины, некоторые из которых, как считают в Вашингтоне и Киеве, являются российскими военнослужащими. Эти снимки, как сообщается, были предоставлены украинскими дипломатами; в сети снимки бородатых бойцов появились уже несколько дней назад.

Телеканал «Евроньюс» от 18.07.2014

Так называемая неназванная экспертиза – это запрещенный прием. «Считается, что его используют только в бульварной прессе. Однако... как показывает практика, иногда даже качественные СМИ «забывают» уточнить, кто именно высказал данное столь авторитетное мнение. Так и рождаются чарующие фразы вроде «большинство экспертов убеждено, что...»¹³⁷. В данном случае обобщение «как считают в Вашингтоне и Киеве» фактически мало что означает: достоверность и точность суждений проверить нельзя.

Военно-политический конфликт через языковое воздействие

Ежемесячно по теме украинского кризиса появляется более 4 тысяч сюжетов в новостном телеэфире российских общенациональных телеканалов. На фоне такого масштабного и длительного «вливания» информационных потоков (конфликт начал набирать силу в декабре 2013г.), будет интересным проследить, как менялась риторика освещения украинского конфликта в российском телеэфире.

¹³⁶Миронов А.С. Раздувай и властвуй. Практическое руководство по технологиям «мягкой пропаганды». М., 2001. С.40.

¹³⁷Там же. С. 40-42.

Зачастую телеканалы, говоря об украинском правительстве, использовали слово «хунта», подразумевая тем самым, что люди, пришедшие к власти после свержения Виктора Януковича, не имеют легитимности:

*Но к такому развитию событий **киевская хунта**, кажется, более чем готова. Если Восток не придет на избирательные участки — не беда. За них выбор сделают ребята в камуфляже.*

Телеканала «Россия-1» программа «Вести» от 13.03.2014

*В самом здании - добровольцы. Обеспечивают порядок. Многие в масках - опасаются преследований. Говорят - главное, чтобы все и дальше проходило мирно. Власти в Киеве - они называют не иначе как **киевской хунтой**, уничтожающей страну.*

«Первый» телеканал программа «Новости» от 07.04. 2014

*Протестующие считают, что прокуратура поддерживала **киевскую хунту**. Активистам пытался противостоять кордон правоохранителей, но безуспешно.*

Телеканал НТВ «Сегодня» от 01.05.2014

Слово «хунта» произошло от исп. junta — объединение, собрание. Это «политическая группировка, пришедшая к власти неконституционным путем и осуществляющая диктаторское правление методами террора»¹³⁸. Фактически ситуация на Украине развивалась по такому же пути, когда смена власти произошла в ходе государственного переворота, и ее захватили неонацистские элементы. Собственно, аналогичные события происходили во время узурпации власти фашистами в Испании, Италии,

¹³⁸Погорелый Е.Д., Филиппов К.В., Фесенко В.Ю. Политологический словарь-справочник. Ростов н/Д, 2010. С. 243.

Германии.

Агентство «Медиалогия», занимающееся мониторингом и анализом СМИ проанализировало частоту употребления выражения «киевская хунта» с рядом других понятий при освещении событий на Украине государственными телеканалами:



Как видно на графике, количество сюжетов с упоминанием этого выражения в основном превалировало до избрания Петра Порошенко президентом Украины 25 мая 2014 г.. Далее риторика государственных телеканалов стала несколько сдержанной в надежде на то, что политика киевских властей изменится.

Похожая ситуация и с понятием «карательная операция»:

Против Юго-Востока Украины Киев проводит не только карательную операцию, но и самую настоящую информационную войну. Подконтрольные украинским олигархам СМИ наперебой рассказывают о сепаратизме в регионе, при этом откровенно фальсифицируя факты.

Телеканала «Россия-1» программа «Вести» от 24.05.2014

Если в конце апреля (после введения режима АТО), мае и начале июня действия киевских властей на Донбассе описывались на государственных телеканалах как «карательная операция» более чем в 12% от общего числа всех сюжетов «Первого канала», «Россия 1» и НТВ об украинском кризисе (в среднем в 120 сюжетах в неделю), то на неделе, начавшейся 23 июня (20 июня Порошенко объявил о перемирии с ополченцами), этот термин использовался лишь в 0,7% случаев (8 выпусков).

Более точную содержательную и эмоциональную окраску в российских телесюжетах имели слова «фашист» и «нацист». Их используют в различных контекстах – будь то описание националистов из организации «Правый сектор» или проведение исторических параллелей с реалиями Второй мировой войны. В журналистскую лексику прочно вошло слово «бандеровцы» - так называют последователей Степана Бандеры - лидера украинских фашистов, пособника немецких оккупантов и террориста.

Пики употребления терминов «фашисты» и «бандеровцы» в российских телеэфире приходится на моменты массовой гибели людей - после событий в Одессе (02.05.2014) и в Мариуполе (09.05.2014):

Сегодня в Александровском саду состоялась акция, посвященная памяти жертв массовых беспорядков, произошедших в Одессе 2 мая. К памятной стеле города-героя Одессы пришли ветераны войны. Звучали такие слова, как «бандеровцы», «фашизм».

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 05.05.2014

В немецком Аахене прошел стихийный митинг противников новой киевской власти. Конфликт на Украине получил отражение на плакатах, которые держали участники стихийного митинга. «Яценюк - партнер

фашистов», «Остановите нацизм», «Яценюк, вам тут не рады».

«Первый» телеканал программа «Новости» от 30.05.2014

*Многие, к кому сейчас обращаются жители донецких и луганских пригородов, вполне искренне и даже гордо сами себя называют настоящими **фашистами**. У каждого нашивка батальона «Азов», уже привычный символ **«Правого сектора»**, а на каске у боевиков, воюющих под украинским флагом, свастика, взятая на вооружение **фашистами**, и сдвоенная руна - символ СС, самых жестоких спецподразделений Гитлера.*

«Первый» телеканал программа «Новости» от 05.09. 2014

При этом если в российском телевизионном эфире Бандеру по праву называют военным преступником, то в Европе его образ преподносится в другом ключе.

Вот как описывает в статье «Немцы не верят» освещение немецкими государственными телеканалами событий на Украине Наталия Янкова¹³⁹, проживающая в Германии вот уже более 20 лет:

«Более ранняя февральская программа государственного телеканала ZDF, Heute – journal, модератор (здесь так называют ведущих) Мариэтта Сломка говорит о наследниках Бандеры: Партия «Свобода» не менее важна, чем партия Кличко или Тимошенко. Здесь живут очень симпатичные люди, пытается далее убедить телезрителей корреспондент ZDF из Львова Андреас Вайзе, они только хотят радоваться здоровому чувству причастности к своей национальности. Андреас Вайзе признает, что Степан Бандера был военным преступником, нацистским коллаборационистом. Но! Он был также и узником

¹³⁹Прим.: Н. Янкова - председатель правления некоммерческого объединения «Искусство в диалоге» (Kunst im Dialog e.V., Германия), консультант ряда немецких издательств по вопросам русской литературы и книгоиздательского рынка России, литературный агент, эксперт по вопросам книжного рынка.

концлагеря, потому что нацистская Германия была тоже против независимости Украины. Видимо, журналист считает, что наличие концлагеря в биографии Бандеры придает ему обаяние и даже в некотором роде может служить индульгенцией»¹⁴⁰.

Стоит добавить, что позиция официального Киева по отношению к набирающему силу неонацизму становится крайне пугающим фактом. Там не только не пытаются бороться со всеми возрождающимися признаками гитлеровского фашизма (от символики до лозунгов), но и более того дают зеленый свет подобным движениям на международном уровне. 21 ноября 2014 г. Генассамблея ООН большинством голосов приняла предложенную Россией резолюцию по борьбе с героизацией нацизма, в которой осудили прославление нацистского движения и объявление пособников фашизма героями. Однако среди участвовавших сторон единогласия не было. Документ поддержали 115 стран из 193, три страны – Украина, США и Канада – были против, воздержались - 55, в том числе страны ЕС, Австралия и Япония, 20 не голосовали. Такая позиция может только официально подтверждать тот факт, что Украина и США поддерживают распространение нацизма и одобряют те преступления, которые совершались на основе политики полного попрания достоинства человеческой личности путем реализации концепции расового превосходства. В таком контексте неудивительными становятся рассуждения премьер-министра Арсения Яценюка о «ватниках», «колорадах», недочеловеках¹⁴¹, якобы проживающих на Юго-Востоке Украины. Это классическое нацистская терминология (в гитлеровской Германии это звучало на немецком «*untermensch*»).

В конце апреля - начале мая также произошла эволюция

¹⁴⁰Янкова Н. Немцы не верят. – URL: <http://lgz.ru/article/-36-6478-17-09-2014/nemtsy-ne-veryat/>

¹⁴¹Прим.: заявление Арсения Яценюка по поводу сбитого в Луганске Ил-76 было опубликовано на сайте посольства Украины в США. Позднее в английском тексте слово «*subhuman*» («недочеловек») было заменено на «*inhuman*» («нелюдь»).

терминологии, используемой по отношению к воюющим на Донбассе. Если с начала апреля по середину мая чаще использовался термин «сторонники федерализации», то уже с конца апреля его вытесняют «ополченцы». При этом характерно, что в эфире телеканала «Евроньюс», который повторяет украинскую риторику (нет, разумеется, упоминаний слов «фашисты», «карательная операция», «хунта» и т.д.), при освещении новостей с Востока Украины, силы самообороны называются «сепаратистами».

В то же время при освещении ситуации в Сирии, силы, воюющие против законной власти и законной армии, называются повстанцами:

*Президент Украины Петр Порошенко накануне посетил осажденный **сепаратистами** Мариуполь. Глава государства сообщил, что в момент его прибытия обстрел города усилился.*

Телеканал «Евроньюс» от 09.09.2014

*Официальный Киев утверждает, что наступление на юге Донецкой области осуществили российские военные. Украинские власти говорят, что благодаря им **сепаратисты** открыли новый фронт на Донбассе.*

Телеканал «Евроньюс» от 28.08.2014

*Сообщается также, что в окрестностях Дамаска был обнаружен 500-метровый туннель, который **повстанцы** использовали для переброски боеприпасов.*

Телеканал «Евроньюс» от 08.07.2013

*На этой любительской видеосъемке, как утверждается, **повстанцы** подбивают из гранатомета танк сирийской армии в провинции Латакия.*

Телеканал «Евроньюс» от 13.08.2014

Лексико-синонимическая вариативность в данном случае

объясняется применением двойных стандартов и выступает мощным средством языкового манипулирования: одно явление называется разными словами и одно слово описывает разные явления. Отсюда и выбор между синонимическими единицами, который придает высказыванию ярко выраженный оценочный характер, у телеканалов расходится.

Выбор определения также может оказаться решающим для придания необходимых смысловых акцентов любому понятию. Рассмотрим выражение «пророссийский» – именно так называются в эфире «Европьюс» ополченцы Донбасса:

*16 украинских военных убиты, более 30 получили ранения в результате нападения неизвестных на блокпост украинской армии у села Благодатное Донецкой области в четверг. Минобороны Украины заявило, что нападение совершили **пророссийские сепаратисты**.*

Телеканал «Европьюс» от 23.05.2014

*Идут бои и за донецкий аэропорт – его удерживают украинские войска, тогда как город находится под контролем **пророссийских сепаратистов**.*

Телеканал «Европьюс» от 02.10.2014

Если следовать подобной логике, тогда и противоположную сторону необходимо называть «прозападной» либо «проамериканской».

У так называемых пророссийских активистов на Украине есть и другое название в украинских и западных СМИ. «Ватники», «колорады» - это все те неологизмы с пренебрежительно-оценочным характером, которые активно сначала вошли в обиход блогосферы, а затем уже перешли на телевизионные экраны. «Дихлофос для колорадов» - с таким, например, заголовком вышла в эфир передача одного из украинских телеканалов. «Колорадами» телеканал называет защитников Славянска,

которые в честь предстоящего праздника Победы надели Георгиевские ленты.

Для всех тех, кто поддерживает новую украинскую власть и безоговорочную ориентацию на Запад, также есть свое определение оскорбительного толка - «укроп» (сокращенное от «украинский патриот»):

*«Вот наши «Грады», **отжатые у укропов**. У нас их мало, всего два, и снарядов мало, будем надеяться, они попадут точно», — говорит один из ополченцев.*

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 10.07.2014

*Выйду из больницы, буду крошить **этих «укропов»** до конца, говорит один из раненых ополченцев.*

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 25.01.2015

Российские телеканалы не только не оставляют без внимания подобные неологизмы, но и широко объясняют обществу их происхождение и употребление, вводя целую «азбуку Майдана».

Важным также будет проследить оценочную вариативность в таких однокоренных словах, как *воссоединение* и *присоединение*. Казалось бы, различий мало, только приставка, однако именно данная часть слова способна придать слову дополнительные смысловые оттенки и даже возвести его в принадлежность к книжному стилю. Так, *воссоединение*, согласно словарю, «соединение вновь, присоединение отторгнутого». Присоединение же означает соединить что-нибудь с чем-нибудь. После того, как президент России подписал закон о вхождении Крыма и Севастополя в состав Российской Федерации, федеральные телеканалы почти сразу пришли к пониманию того, что события, которые разворачивались после Крымского референдума, необходимо называть не

иначе как «воссоединением» с целью восстановить в памяти и закрепить в сознании россиян историческую связь Крымского полуострова и России:

*Россия не собирается оказывать давление на своих союзников с тем, чтобы они признали **воссоединение Крыма с РФ**, а также независимость Абхазии и Южной Осетии.*

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 19.11. 2014

*Путин назвал неадекватной реакцию Запада на **воссоединение Крыма с Россией**.*

«Первый» телеканал программа «Новости» от 17.11.2014

Умолчание, массированное введение в информационное пространство фактов, представляющих сознательную дезинформацию, ложные рассуждения, так называемая аналитика на основе фальсифицированных фактов с акцентом на эмоциональное, а не рациональное осмысление происходящего - все это особые средства информационной войны, так называемая борьба «без правил», когда ради «победы» своих идей, подходов, оценок используются формы манипулятивного воздействия на аудиторию. К приемам информационной войны СМИ прибегают особенно часто в периоды обострения политической борьбы, избирательных кампаний, однако именно во время разгорающихся военных конфликтов информационную войну ведут обе столкнувшиеся стороны.

Как мы видим, телеканал «Европьюс» со всей своей заявленной политикой редакционного нейтралитета не выдерживает проверку на прочность. Налицо все аспекты информационного глобализма как «конкретной актуализации концепта информационной войны»¹⁴², когда под

¹⁴²Хелемендик В.С. Главные компоненты национального и социального статуса СМИ. М., 2013. С.11.

дирижирующим управлением транснациональных медиа западноевропейские СМИ встают на медийное обеспечение геополитических интересов как стран-фаворитов вестернизации, так и тех стран, которые получили шанс лишней раз подтвердить свою приверженность «атлантическому» курсу.

2.4 Основные методы языкового манипулирования в телевизионных новостях

Под языковым манипулированием понимается скрытое информационно - психологическое воздействие на человека с помощью языковых средств, осуществляемое на трех уровнях (индивидуальном, групповом и массовом), которое нацелено на побуждение человека к действиям, нередко входящим в противоречие с его интересами, воззрениями, а также с языковой картиной мира и системой ценностей общества в целом.

Для выявления скрытого языкового воздействия в текстах средств массовой информации особенно важными являются следующие критерии анализа текста: «референция, позволяющая определить истинность или ложность составляющих высказывания через соотнесенность сигнификата (означающий) с денотатом (означаемым), с объектами действительности, и композиция - группировка языковых блоков в целях максимального воздействия на аудиторию»¹⁴³.

На уровне слова наиболее эффективными **являются лексические приемы и формы воздействия**, основанные на разрыве сигнификативно-денотативной связи, нарушениях предметной соотнесенности знака.

Лексико-семантическая вариативность (синонимия)

¹⁴³Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М., 2011. С. 206.

Ассиметрия языкового знака и значения является одним из основных условий языкового воздействия: одно явление может быть названо разными словами и одно слово может описывать разные явления. Отсюда и выбор между синонимическими единицами может придавать высказыванию оценочный характер. Наиболее отчетливо это проявляется в группе семантико-стилистических синонимов, дающих разную оценочную характеристику обозначаемому субъекту.

Рассмотрим синонимичный ряд:

демонстрация (массовое шествие как публичное выражение общественно-политических настроений);

митинг (общественное собрание или сходка для обсуждения политических вопросов);

акция протеста (действие, связанное с неприятием чего-либо; возражение, заявление о несогласии с чьей-то позицией, тем или иным решением; нежелание совершать поступок в том или ином плане);

манифестация (торжественное уличное шествие для выражения сочувственного отношения к каким-нибудь событиям, фактам политического характера или протеста против них).

Журналисты охотно используют этот синонимичный ряд, зачастую в целях избежать лексических повторов. Однако, как можно заметить, каждое из этих слов имеет важные семантические нюансы. Так, например, акция протеста может быть спонтанной, тогда как митинг - это всегда организованное действо, окрашенное в политические тона. Однако журналисты этим нередко необоснованно пренебрегают. Приведем пример, когда использование слова «митинг» неуместно. В данном контексте речь идет об акциях протеста:

Стражи порядка в немецком городе Мерценгер минувшей ночью разгоняли водометами экологов, пытавшихся остановить поезд с

*переработанными ядерными отходами из Франции. Десятки человек получили ранения. Состав с опасным грузом пересек границу Германии, но к его прибытию приготовились основательно. **Митинги** проходят чуть ли не на всем протяжении франко-германской границы.*

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 25.11.2011

Кроме того, синонимичный ряд имеет и очень тонкое разграничение эмоциональной окраски. Так, «манifestация» и «демонстрация» в толковом словаре Ушакова даже снабжены пометкой «книжное»: значимость мероприятия усиливается, показывается его массовость, в отличие от «акции протеста», которая может быть малочисленной и носить локальный характер:

*В Мадриде тысячи людей вышли на центральные улицы в знак протеста против реформы образования. Правительство намерено уволить часть педагогов, а их нагрузку распределить между остальными. Участники **манifestации**, большинство из которых преподаватели и студенты, уверены: такие меры приведут к ухудшению качества образования. Поначалу **демонстрация** проходила мирно, но вечером несколько десятков молодых людей прорвались к зданию парламента и попытались использовать его ступеньки как трибуну. Стражам порядка пришлось применить силу. Несколько человек задержаны.*

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 18.11.2011

В то же время подчеркнем, что и манифестация, и демонстрация, и митинг может быть во имя чего-то, тогда как «акция протеста» – это всегда «против». Кроме того, из предложенного синонимического ряда «акция протеста» - наиболее конкретное указание на заявленные цели участников («они пришли протестовать»):

*Сотни греческих пенсионеров вышли на **акцию протеста** в центре Афин. У здания министерства экономики они развернули плакаты с*

надписями: “Хватит налогов!”, “Мы не можем питаться одними орешками!”, “Руки прочь от наших пенсий!”.

Телеканал «Евро Ньюс» от 10.12.2014

Эвфемизмы, основанные на устойчивых изменениях семантического поля слова

Приведенные выше примеры побуждают нас к исследованию скрытого воздействия на сознание - процессов, основанных на устойчивых изменениях семантического поля. Суть технологии состоит в проекции позитивных или негативных качеств человека или какого-то объекта, предмета, моральных ценностей на другого человека. Видный американский лингвист Д. Болинджер отмечал, что «акт номинации, сопровождаемый в силу выбора там языковых средств некоторыми одобрительными или неодобрительными обертонами – это излюбленный пропагандистский прием и образец высшей утонченности в искусстве лжи»¹⁴⁴. Так рождаются эвфемизмы – ложные понятия и «слова-амебы»¹⁴⁵, которые манипуляторы «фабрикуют и вбрасывают в общественное сознание огромными потоками»¹⁴⁶.

За последние годы в России «в массовое сознание внедрен целый язык-призрак»¹⁴⁷. Процесс эвфемизации затрагивает практически все виды СМИ, поэтому неудивительно, что широкое распространение он получил и в телевизионных новостях. Например, вторжение сил НАТО в Ирак никогда в западных медиа не называлось агрессией, интервенцией, но только «операцией коалиционных сил» и даже «миротворческой миссией». Между тем в 2008 г., когда после нападения Грузии на Южную Осетию на грузинскую территорию вошли российские войска с целью уничтожения военной инфраструктуры агрессора, эта операция в западных СМИ

¹⁴⁴ Язык и моделирование социального взаимодействия / под ред. В.В. Петрова. М., 1987. С. 35.

¹⁴⁵ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2001. С. 415.

¹⁴⁶ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2001. С. 415.

¹⁴⁷ Там же. С. 425.

называлась только «агрессией» или «вторжением». Кстати, саму войну против Южной Осетии грузинская сторона назвала «операцией по восстановлению конституционного порядка».

Другой яркий пример: показательно то, как мир и церковь по-разному приняли новость о смерти террориста «номер один» Усамы бен Ладена. Российская православная и католическая церковь призывали не радоваться этому событию, называя его в первую очередь «убийством». В телеэфире употреблялось в большинстве своем эвфемизм «ликвидация» либо «уничтожение» с яркой негативной окраской. И неудивительно. Для зрительской аудитории он в первую очередь террорист:

Главная мировая новость последних часов. Ликвидирован самый разыскиваемый человек на планете, террорист номер один Усама бен Ладен.

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 02.05.2011

*Специалисты в США проведут анализ ДНК для подтверждения факта **уничтожения** в Пакистане главаря "Аль-Каиды" Усамы бен Ладена. Результаты исследований будут готовы в ближайшие несколько дней.*

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 02.05.2011

*Несколько часов назад, когда в США был еще поздний вечер, заснуть американцам не дал их президент, выступивший со срочным обращением к нации. В нем он сказал то, чего многие ждали почти 10 лет: Усама бен Ладен мертв. Эту фразу на американских каналах сейчас повторяют как мантру, усиливая ликование, охватившее всю страну. По словам Барака Обамы, главаря «Аль Каиды», ответственного за атаки 11 сентября 2001-го, **уничтожили** в пригороде Исламабада.*

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 02.05.2011

Ликвидация главаря “Аль-Каиды”, террориста номер один Усамы бен Ладена, в самом Пакистане вызвало неоднозначную реакцию.

«Евроньюс» от 02.05.2011

А теперь рассмотрим, как освещался факт убийства полковника Каддафи, который для прозападного мира стал едва ли не «врагом номер один». Если в эфире «Евроньюс» звучит исключительно «ликвидация», которая еще к тому же сопровождается массовой радостью:

*В большинстве районов ливийской столицы раздавались беспорядочные и непрерывные выстрелы из автоматического оружия, которыми жители города **отмечали ликвидацию Каддафи** и взятие Сирта – родного города полковника.*

Телеканал «Евроньюс» от 02.05.2011

То уже в российском телеэфире жесткая «ликвидация» сменяется сочувствующими «гибелью» и «убийством». Объяснения меняющейся тональности стоит искать в том, с каких позиций воспринимается внешняя политика, проводимая Россией и США. Не секрет, что любые имперские амбиции Вашингтона, насильственная вестернизация Белым домом Ближнего Востока и Северной Африки, Москву не устраивают. Государственные СМИ эту позицию разделяют. Лексический набор идет таким образом, чтобы показать в первую очередь жестокость этих событий:

*Муаммар Каддафи, свергнутый после 40 с лишним лет правления Ливией, сегодня **объявлен убитым** в ходе штурма города Сирта, его малой родины и последнего оплота. Событие, решающее для ливийского конфликта, длящегося почти весь этот год. **Тело бывшего лидера страны в крови** - картинка трясется, снимали, видимо, на мобильный*

телефон. Это первое настоящее подтверждение того, что полковник Каддафи **мертв**. Его, как и его сыновей, «хоронили» за время этой войны уже несколько раз. Сегодня **смерть** нашла полковника.

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 20.10.2011

Представители Переходного национального совета Ливии объявили, что в районе Сирта **убит** Муаммар Каддафи. По информации новых ливийских властей, полковник был захвачен живым, но **умер от ран**, которые получил при попытке вырваться из окруженного города.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 20.10.2011

Срочные сообщения поступают из Ливии: Муаммар Каддафи **скончался от ран**. Об этом заявили представители Переходного национального совета Ливии. Глава джамахирии **был атакован** при попытке покинуть свой родной город Сирт.

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 20.10.2011

Мы видим, каким образом идет отбор лексических средств - «убит», «умер от ран», «атакован», «тело в крови» - все это не просто показывает, а намеренно подчеркивает именно факт жестокой расправы над живым человеком. Известно, что Каддафи фактически линчевали. Российские СМИ подчеркивали, что живым Каддафи был опасен, поскольку мог во время судебного трибунала предать огласке слишком много «неудобной» информации, в том числе, и по поводу того, кто финансировал президентскую кампанию Николя Саркози во Франции.

Изменение ассоциативного поля

Ассоциативный ряд может быть модифицирован частотой употребления слова в определенном контексте. Чтобы заменить в массовом

сознании одну ассоциацию на другую, необходимо изменить частотность их употребления в СМИ. Так, например, слово «сербы» употребляется в СМИ исключительно в сочетании со словами, вызывающими отрицательную реакцию, что можно проиллюстрировать в приведенных ниже контекстах:

Разрешение на применение боевых патронов при нападении манифестантов получили расквартированные в Косове бойцы миротворческих сил KFOR. Как сообщают представители НАТО, такая мера вызвана произошедшим в начале недели крупным столкновением с протестующими. Солдаты, которым было приказано разобрать баррикады косовских сербов, встретили ожесточенное сопротивление, в результате пострадали 75 человек - 50 сербов и 25 военных, из них двое получили огнестрельные ранения. Постоянный представитель РФ при Совбезе ООН Виталий Чуркин уже выразил озабоченность резким обострением ситуации в регионе.

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 30.11.2011

Отметим, что в данном информационном сообщении сербы представлены зрителю как некая протестная сила, которая «сооружает баррикады» и вступает в «ожесточенное сопротивление» с миротворцами. При этом опускаются причины относительно того, почему косовские сербы пошли на эти меры. Для полного представления не будет лишним объяснить аудитории, что баррикады были возведены в знак протеста против действий косовских албанцев, которые в одностороннем порядке решили разместить свои таможенные и полицейские посты на контрольно-пропускных пунктах на административной границе Сербии и Косово. В следующем примере на эти причины авторы сообщения указывают. Однако акценты на пострадавших расставляются иначе. На первый план выносятся информация о раненых среди европейских военных:

На севере Косово произошли массовые столкновения между сербским меньшинством края и миротворцами НАТО. Ранения получили 8 австрийских солдат. Сербские СМИ сообщают, что военнослужащим разрешили применять боевые патроны в случае нападения. В результате ранения, в том числе и тяжелые, получили несколько десятков гражданских. Инцидент произошел, когда бойцы KFOR попытались разобрать очередную баррикаду, установленную местными сербами в знак протеста против политики албанских властей в Приштине. За последнюю неделю подобные столкновения происходят уже второй раз.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 29.11.2011

Метафоры

Смысл употребления метафоры сводится к подмене рационального обоснования суждения иррациональным, а также вариантом обращения к авторитету, имеющим формальные признаки выражения общеизвестного факта или непреложной истины. Например, в выпусках новостей одна из популярных тем – мировой финансовый кризис, который особо остро переживают в Европе. Власти вынуждены идти на антикризисные меры, которые на самом деле оборачиваются массовыми сокращениями и урезаниями доходов. Журналисты вскрыли неприглядную сторону через яркую метафору:

Волна протестов охватила и Болгарию. Минувшим днем на демонстрацию перед парламентом вышли около пяти тысяч человек. Это и пенсионеры, и госслужащие. Активное участие проявили также фермеры, которые решили вооружиться во время митинга бензопилами. Все они протестуют против непопулярной в стране политики «затягивания поясов».

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 30.11.2011

Имплицитная оценка, содержащаяся в метафорах, способна резко скорректировать зрительское восприятие, причем иногда не только демонстрируя, но и «маскируя неприглядную сторону события»¹⁴⁸. Отметим, как в следующем сообщении называется все та же политика «затягивания поясов» – **«финансовой дисциплиной»**. Соответственно отношение к происходящему резко меняется:

*Инвесторы принялись активно избавляться от евро, и он резко обвалился к американскому доллару. Накануне за него давали уже менее 1,33 доллара. Сначала игроков финансового рынка расстроил глава Европейского Центробанка Марио Драги. Он заявил, что регулятор не планирует наращивать покупки гособлигаций проблемных стран еврозоны. Затем пришли новости с поля саммита ЕС, который стартовал в Брюсселе накануне вечером и продолжится сегодня. В ходе переговоров Германия выступила против идеи объединения временного и постоянного антикризисных фондов Европы. Впрочем, не все так плохо. Лидерам европейских стран все же удалось согласовать новый бюджетный договор, который укрепит **финансовую дисциплину** в регионе.*

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 09.12.2011

Или вот пример телеканала «Евроньюс», который резкое урезание расходов, сокращение бюджетных выплат называет «финансовой диетой»:

*Италия дает понять, что не справляется с **финансовой диетой**: правительство технократов под руководством Марио Монти перед*

¹⁴⁸Клушина Н.И. Общие особенности публицистического стиля // Язык средств массовой информации / под ред. М.Н. Володиной. М., 2008. С. 485.

сложением с себя полномочий резко ухудшило макроэкономические прогнозы для страны.

Телеканал «Евро Ньюс» от 21.03.2013

В следующем примере и вовсе пошли по пути использования неофициальной лексики для обозначения полицейских операций. Протесты превращаются в «сражение»:

*В двух городах США полиция пошла на штурм палаточных лагерей участников акции «Оккупируй Уолл-стрит». В Филадельфии в ходе разгона демонстрантов стражи порядка арестовали около 50 человек, а в Лос-Анджелесе, где у здания мэрии вырос один из самых многочисленных **форпостов «оккупантов»**, задержанных - свыше двухсот. Полицейским там даже пришлось применить травматическое оружие, чтобы, как сообщается, согнать с дерева трех особо несговорчивых протестующих. На «зачистку» территории ушло около четырех часов.*

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 01.12.2011

Введение эксперта

Категория «эксперт» формируется определенным набором слов, имеющих соответствующие коннотации: достоверность, точность, правильность. С помощью этого приема, который позволяет «эффективно маскировать самую пышную пропаганду в строгих формах «авторитетного мнения» какого-нибудь эксперта»¹⁴⁹, утверждениям придается значительно большая весомость. Кроме того, такая апелляция к чужим мнениям позволяет склонить неуверенных в своих ценностных ориентациях индивидов к точке зрения, исповедуемой другими людьми.

¹⁴⁹Миронов А.С. Раздувай и властвуй. Практическое руководство по технологиям «мягкой пропаганды». – М., 2001. С. 40.

Обращение к экспертным мнениям не ограничивается, безусловно, яркими синхронами (фрагменты интервью), грамотно вмонтированными в сюжетную линию. Это может быть и ловко оформленная косвенная речь, как например: *«в Кремле дают понять, что весьма настороженно относятся к инициативе депутатов».*

Телеканал «Евроньюс» от 19.12.2012

Автор избавляет зрителя от прямых заявлений российского руководства, он обобщает заранее высказывания, не оставив аудитории возможности самостоятельного анализа.

Ниже приведен пример, в котором через *модальность* (якобы и возможно) и *авторитетное мнение* («наблюдатели указывают на то, что...») идет подстрекание к войне:

Против сирийского режима, возможно, готовится международная военная операция. Сегодня сразу несколько арабских изданий сообщили, что Турция и НАТО готовят военную операцию против Сирии. По этим данным, ударная группировка якобы уже сформирована. В нее, кроме военно-воздушных сил, входят несколько сотен специально обученных диверсантов, которые в самом начале операции перейдут границу, и под видом сирийской оппозиции, начнут боевые действия. Официально Анкара и Брюссель пока не комментируют эти сообщения, однако наблюдатели указывают на то, что Сирия с каждым днем приближается к полной изоляции и возможной войне. Так, накануне против режима Башара Асада ввела санкции Турция. В Средиземное море к берегам Сирии срочно переброшен американский авианосец «Джордж Буш». А сегодня утром власти Саудовской Аравии и Кувейта потребовали от своих граждан немедленно покинуть Сирию.

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 01.12.2011

Еще один ходкий емкий прием журналистов – «под угрозой», который также обосновывают авторитетные мнения (это политики, экономисты, дипломаты, журналисты, эксперты):

Парламентские выборы в Египте - под угрозой. По данным телеканала «Аль-Джазира», во временном правительстве предложили перенести начало голосования из-за народных волнений. Сейчас на площади Тахрир в Каире - тысячи людей. Там не прекращаются столкновения между демонстрантами и силами безопасности: слышна стрельба. Демонстранты требуют скорейшего проведения реформ. По их мнению, военные, получившие власть в результате январской революции, - не спешат с ней расставаться. Выборы в парламент Египта назначены на 28 ноября.

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 24.11.2011

Мнения экспертов являются функционально и прагматически обусловленными и могут вводить зачастую и диаметрально противоположную информацию. Однако данный случай скорее хорошо, чем плохо. У зрителя появится та редкая возможность самостоятельного выбора:

*Совет управляющих МАГАТЭ сегодня обсудит ядерный доклад по Ирану. Еще на прошлой неделе отдельные положения конфиденциального документа просочились в прессу. В частности, гендиректор агентства указал на то, что Иран ведет деятельность, имеющую отношение к разработке ядерного оружия. **Официальный Тегеран** назвал эти опасения безосновательными и пообещал направить в МАГАТЭ подробный и аргументированный ответ. Глава российского МИД Сергей Лавров считает, что страсти вокруг иранской ядерной программы нагнетаются, чтобы принять новые односторонние санкции.*

Телеканал «Россия-1», программа «Вести» от 17.11.2011

Синтаксические способы воздействия на сознание моделируют структуру высказывания и усиливают эффект, достигаемый лексическими средствами. Самый распространенный и простой здесь способ - это, конечно, инверсия. Таково требование новостной журналистики – представлять главные факты в начале информационной заметки:

Почти 700 международных экспертов следят за ходом голосования в России.

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 04.12.2011

Массовыми арестами закончились марши протеста активистов движения «Оккупируй Уолл-стрит».

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 05.12. 2011

Однако такие перестановки могут ограничиваться не только переносом слов, а целых предложений. Отсюда уже и происходит **перенос смысловых акцентов** - прием, с помощью которого «вместо положения, требующего доказательства (ассерции), аргументируется очевидное положение (пресуппозиция)»¹⁵⁰. Сравните, как одна и та же новость, подается с диаметральных позиций. Вместо позитивных фактов вперед выставляются негативные:

Среди российских туристов, которые уже четвертые сутки ожидают вылета из Болгарии, появились заболевшие. Об этом сообщили сами туристы. По их словам, у четырехлетней девочки поднялась высокая температура, простыли еще два человека. Кроме того, у одной женщины, страдающей диабетом, закончились лекарства.

¹⁵⁰Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М., 2011. С. 210.

В аэропортах Варны и Бургаса остаются около трехсот россиян. Как ожидается, в понедельник будут выполнены три рейса - два в Москву и один в Петербург.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 12.09.2011

В следующем примере, наоборот, проблемные стороны теряются в свете позитивной информации, с которой начинается заметка:

Сегодня в Россию, как ожидается, вернутся туристы, еще на той неделе застрявшие на болгарских курортах. В Москву и Санкт-Петербург должны вылететь 280 человек. Ранее Бургас и Варну смогли покинуть более 600 наших соотечественников. Часть из них - на правительственном лайнере, предоставленном властями в Софии. В то же время, есть данные, что некоторым пассажирам нужна медицинская помощь. У одного из туристов, страдающего диабетом, закончилось лекарство. Еще одна девочка сильно простудилась.

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 12.09.2011

Или вот такой пример, который полностью переворачивает представление о ситуации в Сирии, где не стихают якобы антиправительственные выступления:

Массовыми демонстрациями в поддержку президента Башара Асада встретили в Сирии решение Лиги арабских государств ввести против страны жесткие санкции. В перечне ограничений - прекращение авиасообщения с Сирией, приостановка операций с государственными банками и заморозка финансовых активов Дамаска за границей. Причем последняя мера может распространиться и на частные вклады высших должностных лиц. Некоторых чиновников страны Межарабского совета могут объявить персонами нон-грата. Инициаторами принятия таких

мер выступили Катар и Саудовская Аравия. Они обвинили Дамаск в невыполнении взятых на себя обязательств по прекращению политического кризиса в стране.

Телеканал «Первый» программа «Новости» от 28.11.2011

В следующем примере предпочли же начать не с реакции, а с самого факта. При этом заметьте, что такая важная новостная деталь, как смена настроений внутри сирийского общества, то, что неодобрение вызывает не только политика властей, но и решения так называемых «друзей Сирии», снова теряется в тексте этой информации, акценты расставляются несколько иным образом:

*Лига арабских государств одобрила пакет жестких санкций против Сирии. Решение было принято накануне в Каире. Новые меры предусматривают прекращение авиасообщения с Сирией, замораживание финансовых активов правительства, а также приостановку операций с сирийским Центробанком. Оппозиция заявляет, что от этих мер пострадает не власть, а сирийские граждане. **Народное недовольство уже переросло в массовые демонстрации, причем в поддержку президента Башара Асада.** ЛАГ в ответ заявляет, что пересмотрит свое решение, если Дамаск разрешит разместить в стране иностранных наблюдателей.*

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 27.11.2011

Мы видим, что с помощью определенного выстраивания композиционных частей, новость можно преподносить на совершенно разных интонациях.

Кроме того, в вышеприведенном примере активно используется и еще один заметный способ языкового воздействия - это риторические фигуры, построенные на повторе, и в частности, плеоназмы. В данном

случае это «массовые демонстрации». Демонстрация уже по определению событие массовое, поэтому дополнительное определение явно избыточно, оправдать его использование можно только в целях усиления воздействия текста, нагнетания ситуации.

Итак, под языковым манипулированием понимается скрытое информационно - психологическое воздействие на человека с помощью языковых средств. Как мы могли убедиться, лексические и грамматические приемы и формы воздействия используются в телевизионных новостях на семиотическом (синонимия, эвфемизмы, изменение ассоциативного поля и др.) и метасемиотическом (метафоры, введение эксперта) уровнях - в целях осуществления воздействия на общественное сознание.

Кроме того, огромную роль играет и структурно-композиционное строение информационного материала: порядок и расположение тех или иных семантических единиц в тексте, акцентируемые и скрытые взаимосвязи между ними, структурно - семантические особенности вступления и заключения информации.

Все это языковое воздействие на сознание в силу своего большого информационно-психологического потенциала может представлять опасность как для индивида, так и для общества. Специалисты уже заговорили о целесообразности, в связи с возрастающим, нередко деструктивным, влиянием СМИ в современном обществе, разрабатывать образовательные программы медийной грамотности. Ведь до настоящего времени весь спектр лингвистических способов воздействия на сознание, используемый в первую очередь в телевизионных новостях, и последствия этого воздействия не рассматривались комплексно. Как отечественные, так и зарубежные исследования проблемы воздействия массовой информации на общественное сознание обычно были связаны с изучением новейших политтехнологий, социодинамики культуры и функциональности средств массовой информации.

В психологической практике существует не так много способов нейтрализации манипулятивных уловок, которые могли быть перенесены в медиапространство. Самый распространенный и самый, пожалуй, бездейственный - это открытое объявление о недопустимости использования манипуляций. В телевизионной журналистике это скорее не сработает. В информационных выпусках давно уже научились пользоваться скрытыми приемами, которые неподготовленный слушатель на слух не всегда может распознать. Кроме того, возможность манипулирования заложена в самой природе новостей. Для того чтобы удержать зрителя у экранов, из двух новостей выбирается самая яркая. По такому же принципу идет и отбор фактов. Пока одни выносятся в громкие заголовки, другие замалчиваются, что уже несет в себе угрозу искажения существующей реальности.

Для того чтобы распознать уловки телеманипуляторов, аудитория, безусловно, сегодня не должна отдавать предпочтения только одному СМИ или, как в нашем случае, только одному телеканалу. Для полноты и целостности картины сегодня зритель вынужден подпитывать себя и свое сознание информацией из различных медиаисточников, быть в меру доверчивым и в меру критичным. Правило «конструктивной критики», которое также пришло из психологии, предполагает, что зритель «не отключает разум и не принимает ничего на веру без обдумывания и дальнейшей проверки информации»¹⁵¹. Для этого человеку необходимо прежде всего иметь знания о манипулятивном влиянии и понимании того, что он в любой момент может стать его жертвой. Как известно, врага на войне можно победить, если знать тактику и ход его действий. Фактически, на сегодня эта самая действенная защита от языкового манипулирования.

¹⁵¹Владиминова М.Б. Телевидение: скрытое воздействие на массовое сознание и способы противодействия манипулятивным процессам // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. М., 2012. С. 169.

Использование скрытого воздействия средств массовой информации на сознание общества может привести к непредсказуемым последствиям для социального и психологического здоровья граждан, их правового и нравственного состояния, вплоть до радикальных трансформаций психики. Эффекты такого воздействия СМИ существенно зависят от духовного иммунитета личности и общества.

2.5 Лексические средства речевой агрессии в телевизионных новостях

Средства массовой информации как трансляторы «повестки дня» играют значительную роль в отражении социальной реальности. Так, ограниченный по хронометражу новостной выпуск способен концентрировать внимание аудитории на различных сторонах жизни до предела: у зрителя нет возможности отвлекаться и выбирать информацию, исходя из своих интересов и предпочтений, скажем, как у интернет-пользователя; смотреть и слушать можно только то, что в данную минуту, час, день и будет формировать информационную картину дня.

Как точно подметили исследователи Эверет Дэннис и Джон Мэрилл, новости – «скоропортящийся продукт, несовершенный результат принятия скороспелых решений в ситуации давления извне и изнутри»¹⁵². Все чаще эта спешка, удачно завуалированная эвфемизмом «оперативность», выливается в истерию и агрессию на экране. После очередного выпуска новостей складывается ощущение, что информационная картина дня выглядит как сценарий к фильму ужасов, где наводнения, землетрясения, массовые убийства, авиакатастрофы и ДТП, социальные столкновения и протесты лишь разбавляются обязательными новостями о деловой повестке дня президента либо парламентскими сводками. Такое

¹⁵²Дэннис Э., Мэрилл Д. Беседы о масс-медиа. М., 1997. С. 205.

количество присутствия крайне негативной информации телезрители уже назвали одним из «зол телевидения».

Журналисты в ответ могут возразить: новости не придумывают, о новостях рассказывают. «Если самолет вылетает вовремя, мы не можем назвать это новостями. Если он разбивается, к сожалению, можем»¹⁵³.

Безусловно, отбор новостей идет по степени важности и чрезвычайности, однако даже уже на этом этапе проявляется оценочность как неотъемлемая черта публицистического текста – «в отборе и классификации фактов и явлений действительности, в их описании под определенным углом зрения, в соотношении негативных и позитивных деталей, в специфических лингвистических средствах»¹⁵⁴.

Оценочность может проявляться как на открытом, так и на скрытом уровнях. Отличительной чертой современной новостной журналистики стало умело завуалированное скрытое воздействие на сознание адресата. Несмотря на то, что основная цель «информационного подстиля»¹⁵⁵ проинформировать зрителя, говорить «о полном отсутствии субъективной модальности нельзя»¹⁵⁶. Лингвисты и зрители вынуждены признать: при всей своей намеренно подчеркнутой объективности, стилистическая тональность информационных выпусков стала непозволительно агрессивной.

Причины феномена вербальной агрессии многие лингвисты видят в так называемой «демократизации» языка СМИ, то есть расширении рамок литературного языка за счет проникновения просторечий, жаргонов, стремлении близости к народу, максимальному самовыражению и раскрепощенности, что «приняло форму прямого давления на адресата, навязывания собственной точки зрения при освещении тех или иных

¹⁵³ Там же. С. 204.

¹⁵⁴ Клушина Н.И. Особенности публицистического стиля / Язык средств массовой информации. М., 2008. С. 483.

¹⁵⁵ Дроняева Т.С. Информационный подстиль / Язык средств массовой информации. М., 2008. С. 496.

¹⁵⁶ Там же. С. 497.

событий»¹⁵⁷. Фактически, это явление не обошло своим воздействием ни одно СМИ, в том числе и телевизионную новостную журналистику. Информацию теперь не доносят, но, как бы грубо это ни звучало, ее настойчиво «вдалбливают в головы»¹⁵⁸ телезрителей новостных программ.

Следствием такого положения дел становится общая девальвация авторитета телевидения как социального института, формирования имиджа телевидения в целом как "грязного", "кровавого", "агрессивного", "бесстыжого", "аморального", которая дополнительно усиливается из-за присутствующего некоторым телеканалам стремления к политической манипуляции.

Феномен речевой агрессии

Речевая агрессия – явление многоаспектное, включающее помимо языковой манифестации психологическую, прагматическую, поведенческую, социальную, политическую составляющие. Неудивительно, что понятие «речевая агрессия» неоднозначно трактуется исследователями. Одни лингвисты связывают с ним осуществляемое средствами языка воздействие на сознание адресата, а именно «явное и настойчивое навязывание собеседнику определенной точки зрения, лишаящее его выбора и возможности сделать собственный вывод, самостоятельно проанализировать факты»¹⁵⁹. Другие ученые определяют речевую агрессию как «неаргументированное вовсе или недостаточно аргументированное открытое или скрытое (латентное) вербальное воздействие на адресата, имеющее целью изменение его личностных установок (ментальных, идеологических, оценочных и т.д.) или поражение

¹⁵⁷Кормилицына М.А. Усиление личностного начала в русской речи последних лет // Русский язык сегодня. 2003. Вып. 3. С. 418.

¹⁵⁸Зиновьев А.А. Социальная ориентация и система ценностей // Развитие личности. 2003. № 2. С. 217.

¹⁵⁹Быкова О.Н. Языковое манипулирование общественным сознанием. Красноярск, 1999. С. 22.

в полемике»¹⁶⁰. Третьи акцентируют внимание на таком сущностном качестве речевой агрессии, как намеренная нацеленность на оскорбление или причинение вреда человеку.

Если все же рассматривать феномен речевой агрессии в рамках телевизионных новостей, то в этом случае целесообразным будет говорить не только о перенасыщении текста негативной информацией, вызывающее у адресата тягостное впечатление. Главным образом, мы будем рассматривать это явление как намеренно скрытое выражение средствами языка негативного эмоционально-оценочного отношения к кому- и чему-либо, зачастую нарушающее представление об этической и эстетической норме.

Оценочная лексика

Оценочная лексика является прямым и наиболее простым орудием вербальной агрессии. Ловко вкрапленная в информационный текст она способна разрушить заявленное правило телевизионных новостей – беспристрастное изложение фактов. Усиление субъективного начала лингвисты объясняют не только стремлением журналистов к выразительности и экспрессии, но и тем, что новости, информирующие читателя о событиях реальной действительности, «часто подчиняются субъективным смыслам и, в конечном счете, служат лишь для аргументации справедливости авторской позиции»¹⁶¹. Нижеприведенное информационное сообщение – наглядный тому пример:

Почта России готовит программу модернизации. Об этом заявил ее новый глава Дмитрий Страшнов на совещании в аэропорту “Внуково”.

¹⁶⁰Сковородников А.П. Языковое насилие в современной российской прессе. Красноярск; Ачинск, 1997. С. 14.

¹⁶¹Кормилицына М.А. Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет / Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2008. С. 15.

Там до сих пор, как и в других московских аэропортах, не разобраны **завалы** посылок. Всего порядка около 300 тонн. Напомню, **коллапс** случился пару недель назад. Посылок скопилось столько, что даже перевод на круглосуточную сортировку не спас ситуацию. Аэропорт «Шереметьево» пошел на **крайнюю меру** – попросил зарубежные авиакомпании перестать присылать почту. Тогда еще руководитель «Почты» Александр Киселев предложил создать антикризисную комиссию, и тем самым **расписался в своей беспомощности** и в итоге лишился кресла.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 22.04. 2013

Очевидно, что ситуация с разбором посылок в «Почте России» не самая благоприятная. Вопросов к работе организации скопилось действительно много. Однако, как решаются проблемы, об этом информации мало. Зато много того, что так или иначе объясняет отставку старого главы «Почты России» и назначение нового. Пока один пришел с программой модернизации, другой **«расписался в собственной беспомощности»** (мнение подается как знание истины), создав **«коллапс»** (книж.), не помогли даже **«крайние меры»**. Наличие в одном коротком сообщении стольких оценочно-негативных слов-гипербол допустимо в публицистическом дискурсе, предполагающем полемику и связанные с ней эмоции, однако никак не в строгом информационном сообщении. Общий пренебрежительный тон усилен употреблением и разговорных слов: **«завалы»** посылок выглядят как горы чего-то неважного и второстепенного, до которых у «Почты России» не скоро дойдут руки.

Экспрессивным средством оценки, как правило, негативной, также служит *стилистически сниженная лексика*. Она нередко используется в текстах социальной, в том числе криминальной тематики, в текстах, отражающих противостояние различных оппозиционных партий и движений. Не будем преувеличивать ее количество в телевизионных

информационных текстах, однако не будем и не замечать ее возрастающее использование. Вот подводка к одному из сюжетов программы «Сегодня» на телеканале НТВ:

*«В Тамбовском госуниверситете развернулась масштабная реконструкция. Там решили демонтировать **трехэтажный мат**, которым нередко злоупотребляют студенты, а вместо этого построили цех по утилизации бранных слов. Как выяснила корреспондент НТВ Ольга Чернова, борьбу с **крепким словцом** организовали педагоги, устав слушать в коридорах вуза речь, от которой **уши вянут!**».*

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 05.05.2013

После того как Государственная дума подключилась к борьбе с нецензурной бранью и даже ввела штрафы за ее использование, эту же тенденцию подхватили и государственные новостные программы. Разъяснять населению принятые правительством меры решили недвусмысленно: вместо брани теперь охотно используется разговорное «**мат**». Журналисты телекомпании НТВ разбавили не только синонимичный ряд уничижительно разговорным «**словцом**» и народным фразеологизмом «**трехэтажный мат**», но и разговорно-презрительным «**уши вянут**». Двойственная природа иронии всегда скрывает за собой социальную оценку, в том числе резко негативную. Такой насмешливый тон журналистов явно не нацелен на борьбу с нецензурной лексикой: они лишь только цинично смеются, сравнивая «трехэтажный мат» с неким фундаментальным сооружением с цехами, которому предстоит теперь «демонтаж».

Важным будет отметить, что журналисты не только не соблюдают литературную норму, они способны ее расшатывать до таких пределов, когда слово с нейтральной окраской может полностью изменить свой смысл и превратиться в символ «жестокости», «терроризма» и «агрессии».

Так уже произошло с понятием «исламист». В Большом толковом словаре русского языка «исламист» трактуется как «сторонник ислама». В телевизионных же новостях предлагают другое понимание: «исламист» воспринимается исключительно как «сторонник радикального крыла», что не соответствует действительности:

*Более 20 человек погибли в Дакке, столице Бангладеш, во время столкновений демонстрантов с полицией. Акцию за ужесточение закона о богохульстве организовали **исламисты**.* (Ср.: организовали - последователи ислама – мусульмане).

Телеканал «Евроньюс» от 06.05. 2013

*«На севере Мали погибли 13 бойцов армии Чада и уничтожены 56 **исламистов**. Таковы результаты военной операции, которая проходила недалеко от малийско-алжирской границы».* (Ср.: уничтожены - последователи ислама - мусульмане).

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 23.02.2013

В данных контекстах журналисты, опуская важное смысловое определение **«радикальный»**, производят подмену понятий: сторонники ислама, которые в ряде арабских стран являются законной правящей властью, автоматически приравниваются к понятию **«боевик»**. Безусловно, никто не собирается отрицать наличие радикального исламистского крыла. Однако указаний на это в текстах нет: ассоциативный ряд модифицирован частотой употребления слова «исламист» исключительно в негативном контексте.

Как эксплицитное проявление речевой агрессии можно рассматривать **употребление жаргонных слов**. Популярность такой лексики во многом обусловлена обострением социального и политического противостояний. «Лихие 90-е», отметившиеся ростом криминальных группировок, по-прежнему находят отражение в сегодняшних реалиях. И

здесь идет речь не только об известных выражениях «мочить в сортире» и «кошмарить бизнес». Важно, что сегодня морально-нравственный уровень страны определяет и выбор темы, с которой могут начинаться телевизионные выпуски. Широкое общественное обсуждение вызвал факт освещения в телевизионных новостях смерти криминального авторитета по прозвищу «Дед Хасан». Несколько дней это была главная новость дня на всех федеральных телеканалах. Рассмотрим одну из них:

Минувшей ночью на Троекуровском кладбище Москвы было непривычно оживленно. Там прощались с убитым два дня назад криминальным авторитетом Асланом Усояном, более известным как Дед Хасан. Гражданская панихида по погибшему собрала немало его коллег. Вокруг похорон убитого до сих пор сохраняется интрига. Сообщалось, что это должно произойти в Грузии, но власти страны, известные жесткой борьбой с криминалом и, в частности, с ворами в законе, заявили, что ничего не знают о подобных планах.

Телеканал НТВ программа «Сегодня» от 18.01.2013

Это новостное сообщение демонстрирует не только обилие жаргонизмов криминального характера (**криминальный авторитет, вор в законе**). Любопытно, как описывается подобное событие: **«на кладбище было непривычно оживленно»** (оксюморон, который демонстрирует массовость и важность этого события), преступники и соучастники криминального мира называются **«коллегами»** (с помощью этого эвфемизма скорректирована негативная оценка), и даже уточнение, из которого следует, что в Грузии, где жестко борются с криминалом, похороны авторитета запретили, указывает на то, что в России, наоборот, такое поддерживается и приветствуется. Здесь будет справедливо вспомнить замечания лингвиста М.А. Грачева, который считает, что журналисты, употребляя жаргонные слова, «сами того не подозревая,

осуществляют акт вербальной агрессии по отношению к зрителю, невольно превращая его в человека, сочувствующего уголовным элементам и покорно воспринимающего их субкультуру, да и сами журналисты невольно начинают симпатизировать уголовному миру, его морали, законам и субкультуре»¹⁶².

Изменение социально-политических доминант, появление и развитие «теневого» частного предпринимательства, сопровождающегося борьбой за передел собственности и влияния, смена в связи с этим аксиологических ориентиров породили также обилие арготических по происхождению слов: **беспредел, разборка, раскрутка, отмывание**, которые сегодня широко употребляются в телевизионном новостном эфире:

*В России раскрыта деятельность преступников, чьи обороты ежемесячно достигали 15 миллиардов рублей. Это была хорошо организованная, как считает следствие, **криминальная прачечная по отмыванию денег**. На счета фирм-однодневок зачислялись средства, которые необходимо было отмыть, и клиенты подозреваемых, как правило, – представители уголовного мира – вместо грязного безнала получали трудовые рубли, которые граждане доверили “серым” платежным терминалам. А **воровской безнал** создатели схемы переводили в качестве платежей граждан за те или иные услуги. С каждой такой операции мошенникам причитались проценты.*

«Первый» телеканал программа «Новости» от 01.03.2013

Складывается ощущение, что автор этого текста сам некогда вращался в этой метафоричной «криминальной прачечной по отмыванию денег»: каждое предложение, буквально, пропитано криминальным слэнгом: «средства отмывались», «грязный», «воровской» безнал», «серые

¹⁶²Грачев М.А., Романова Т.В. Культура речи современного города. Лингвистический ландшафт Нижнего Новгорода. Н. Новгород, 2006. С.74.

терминалы», «обороты», за которые «причитались проценты». Регулярность и массовость использования подобных выражений вызывает справедливые опасения у филологов: «все это ведет к изменению социальной оценки жаргонизмов, которые постепенно начинают переходить в разряд нормативных средств»¹⁶³.

Справедливо будет заметить, что подобная лексика встречается не только в текстах федеральных СМИ. Стремление к редакционному нейтралитету телеканала «Евроньюс» также на практике нередко оказывается фиктивным. Во многом это объясняется отсутствием «существующего в других редакциях контрольного звена между автором текста и зрителем: подготовленная журналистом “начитка” материала выходит в эфир без санкции непосредственного начальника, что создает риск проявления ошибок или отдельных случаев индивидуальной предвзятости»¹⁶⁴. Рассмотрим следующее сообщение:

*Киприоты в шоке и растерянности. Они не могут снять свои сбережения со счетов, ни один банкомат не работает. Финансовые доноры все предусмотрели. Впервые страну Евросоюза спасают напрямую за счет владельцев банковских счетов. Правительство уверяет, что у него не было выбора. Альтернатива – **финансовый коллапс Кипра** и выход из еврозоны. С вкладчиков кипрских банков планируется получить 5,8 миллиардов евро. И существуют подозрения, что происхождение их денег – **манны небесной для острова** – не всегда законно. Европейские власти хотят прикрыть эту лавочку по отмыванию денег.*

Телеканал «Евроньюс» от 18.03.2013

Как мы видим, такие жаргонные выражения, как **«лавочка по отмыванию денег»** не чужды и журналистским текстам телеканала

¹⁶³Петрова Н.Е. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. М., 2011. С. 63.

¹⁶⁴Локтев Д.С. Редакционный нейтралитет в международном информационном телевидении. М., 2012. С. 239.

«Евроныус». Это сообщение любопытно и по своему наполнению такими экспрессивными средствами языка, как метафора «**финансовый коллапс**» и сравнительный оборот «денег – **манной небесной**» – все это также может быть использовано как средство речевой агрессии. Более того, нагнетание информационного тона может быть направлено и композиционное построение новостного материала. Представленный текст начинается не с изложения новости как таковой, а с описания сильных негативных эмоций (шок, растерянность), что уже определенным образом отрицательно воздействует на психологическое состояние аудитории. Спекуляцию на чувствах сегодня также можно назвать одним из излюбленных журналистских приемов привлечения зрительского внимания: «эмоции замещают информацию и вытесняют ее анализ, тем самым ценность информации теряется, подменяясь эмоциональным воздействием»¹⁶⁵.

Жаргонная лексика не обязательно должна быть связана с криминальным миром. До сих пор редко можно было услышать в новостном эфире такой жаргонизм, как «**геи**». Однако эта тенденция все стремительнее сходит на нет, во многом за счет позиции российской власти, которая после предложенных штрафов за «гей»-пропаганду, фактически дала зеленый свет всем государственным средствам массовой информации освещать эту острую тему свободно и поучительно:

Параллельно в Париже состоялась марш в поддержку прав сексуальных меньшинств. Его возглавил мэр французской столицы Бертран Деланоэ. Один из первых французских политиков открыто признавшийся в том, что он гей. Примечательно, что противники однополый любви не возражают против нее как таковой. Возмущает, что геи и лесбиянки получают право усыновлять детей.

¹⁶⁵Якушева Ю.Г. Ценности в контексте освещения трагедий на российском телевидении / Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. М., 2012. С. 193.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 22.04.2013

«Как показывают опросы, легализацию однополых браков поддерживают две трети американцев. Сейчас геи и лесбиянки могут узаконить свои отношения лишь в 9 штатах из 50.

Телеканал «Евроньюс» от 26.03.2013

Таким образом, если собрать в одну мозаику все жаргонизмы, которыми сегодня наполнены новостные эфиры, «языковой вкус эпохи»¹⁶⁶ будет выглядеть несколько удручающим. Широко употребляя, а, значит и, пропагандируя все то, что так или иначе несет негативное психологическое воздействие, СМИ, и в том числе телевидение, будет и дальше заражать свою аудиторию «вирусом» разрушения традиционных ценностей.

Более того, журналисты решили, что имеют право не только «ужесточать» своей экспрессией существующую реальность, но и «обогащать» русский язык и свою аудиторию новыми словами с негативным экспрессивно-оценочным характером. **Неологизмы** в телевизионных информационных текстах явление редкое, в силу оперативности подготовки новостных материалов, редакторам и корреспондентам бывает некогда изобретать что-то новое, однако, когда эмоции зашкаливают, когда слишком сильно желание превзойти самого себя, появляются такие слова, которые словарям еще не известны:

Конституционный суд не спас португальский бюджет. Несмотря на решение судей, признавших незаконными целый ряд «урезательных» реформ правительства, кабинет все равно будет сокращать расходы. Просто теперь урежут в других местах – но на ту же самую сумму. Португальские лидеры подчеркивают, что соглашения с «тройкой» необходимо выполнять.

¹⁶⁶ Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. СПб, 1999. С. 3.

«Первый» телеканал» программа «Новости» от 08.04.2013

В данном сообщении словообразование «урезательные» реформы явно подмечает отрицательное содержание правительственных мер, задавая ироничный, даже язвительный тон всей новости. Это понятно уже из первого предложения, в котором конституционный суд словно лопнувший спасательный круг, брошенный на помощь португальскому бюджету. Вульгарно-грубое выражение «урезут в других местах» также демонстрирует несостоятельность государственной системы.

Рассмотрим еще один пример, где очевиден принцип «чем гуще и чернее краски изображаемой действительности, тем выше эффект враждебности, предвзятости и «сведения счетов»:

Сирия пытается заставить США надавить на Израиль. Сложно как-то иначе интерпретировать письмо, которое президент Асад направил в Вашингтон. В письме указывается, что в случае еще одного израильского удара ответ будет таков, что мало не покажется. И что удивительно: ответа из-за океана Асад ждет в течение суток. Похоже на ультиматум и на то, что нервы сдают. Причем, у Израиля тоже. Там готовят бомбоубежище. Российский МИД призвал мировое сообщество не нагнетать ситуацию.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 06.05.2013

Призыв российского МИД «не нагнетать ситуацию» журналистами, которые готовили данный материал к эфиру, остается не услышанным. Отчетливо прослеживается проявление **языковой демагогии**, которую можно отнести к особому виду имплицитной речевой агрессии, то есть непрямого воздействия на адресата, «когда идеи, которые необходимо внушить ему, не высказываются прямо, а навязываются исподволь путем использования возможностей, предоставляемых языковыми

механизмами»¹⁶⁷. В данном случае автор позволил сделать себе несколько громких и грубых ремарок, лишив зрителя возможности проанализировать факты самостоятельно, как например, «**похоже на ультиматум и на то, что нервы сдают**», «**мало не покажется**», «**и что удивительно**». Обстоятельства «из-за океана – в течение суток» фактически можно заменить наречием «незамедлительно», однако справедливо заметим, он не настолько эффектно может показать масштабы конфликта.

Как одно из средств речевой агрессии, мы могли бы рассматривать и тенденциозное использование негативной информации в телевизионных информационных текстах. Всегда найдутся факты, которые журналистами могут преднамеренно опускаться в целях смягчить и приукрасить реальную действительность, и те, которые, наоборот, намеренно «выпячиваются» и выставляются напоказ. Смакуя неприглядную сторону события, журналисты руководствуются принципом «зло эффективней»: «текст, несущий в себе негативную оценку, скорее заинтересует читателя и дольше задержится в его памяти, тогда как оценка позитивная будет воспринята либо скептически, либо равнодушно»¹⁶⁸. Например, следующее сообщение начинается с заявления убийцы:

Я не в детей стрелял, я стрелял в ад. С этой малопонятной фразы начались показания белгородского стрелка Помазуна. От других заявлений преступник отказался. Он только признался, что все это время отсиживался в болоте.

Телеканал «Россия-1» программа «Вести» от 23.04.2013

Цитаты террористов и преступников оказывают очень мощный негативный психологический заряд. Предоставлять им площадку для

¹⁶⁷Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира. М., 1996. С. 461.

¹⁶⁸Ягубова М.А. Гендерный аспект оценки в речи печатных СМИ / Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2009. С. 66.

выражения своих намерений может быть рискованно. Никто не знает, как могут повлиять подобные заявления на людей с нарушенной психикой. Не беремся утверждать, но белгородский стрелок Помазун, возможно, стал одним из таких примеров, когда настойчивое освещение жестокости расценивается как призыв к действию.

Феномен речевой агрессии тесно связан с таким широко представленным в массмедийном дискурсе понятием, как языковое манипулирование и в то же время не тождественен ему. Речевую агрессию скорее можно рассматривать как одно из средств манипулирования, которое направлено на создание негативно-тягостного эмоционального впечатления у телезрителя о происходящих событиях. Как мы могли убедиться, причины проявления речевой агрессии в телевизионных информационных текстах могут быть самыми разными – от общего снижения уровня культуры речи журналиста, усиления субъективного авторского начала в информационных сообщениях до преднамеренного создания негативного и враждебного описания какого-либо явления или события.

Существует значительное количество средств проявления активной вербальной агрессии. В этой работе мы смогли охватить только самые распространенные формы, но далеко не все. Как наиболее очевидное проявление агрессии можно назвать использование определенных лексических средств русского языка, выражающих негативную оценку: инвективная и стилистически сниженная лексика, жаргонизмы, агрессивные метафоры и сравнения. Однако если рассматривать это явление на более масштабном уровне, то речевая агрессия может создаваться и за счет синтаксических средств – от инверсий до сознательного нарушения словесных постулатов успешного общения (языковая демагогия).

ВЫВОДЫ

Стремительная волна культурно-ценностной агрессии, проходящая в русле информационного глобализма, сегодня ставит крайне актуальным вопрос о рассмотрении телевизионного новостного контента через призму аксиологических и прагматических установок, которые, как мы могли убедиться, являются изначально составляющими всей журналистской деятельности. Наиболее полно «воздействующий эффект» реализуется в новостном медиадискурсе, который учитывает различные экстралингвистические факторы (субъект, объект речи (адресат общения), обстановка и цель речевой ситуации, знания о мире, мнения, установки, цели говорящего), влияющие на отбор речевых средств, вероятность употребления тех или иных лексем, грамматических форм и конструкций.

За счет такого определенного набора внешних факторов и языковых инструментов, отражая на экране те или иные события, телевидение зачастую создает особую медиареальность (то есть «псевдореальность»), заметно отличающуюся от истинной действительности. Подобная ситуация оказывает существенное влияние на искажение формирования общественно-ценностных ориентиров, изменение литературного языка.

В результате такого информационного противоборства все острее становится вопрос о защите традиционных ценностей и прекращении навязывания ценностей извне.

Прозападное мышление и либеральная журналистика отстаивают «общечеловеческие ценности», защиту прав человека, свободу личности. «Сами по себе, вырванные из контекста исторической действительности, они, безусловно, заслуживают внимания, одобрения и поддержки. Но сегодняшняя Россия в результате такой «либеральной демократизации и стихийной перестройки экономик, социальной и культурной жизни пришла к совершенно противоположным результатам, а не к тем, которых ждали либеральные реформаторы. Объективно ратуя за высокую степень свободы

в современной России, сторонники этих идей вели к разрушению страны. Провозглашение прав и свобод личности, при которых под видом критики недавнего исторического прошлого народа «вытаптывается» национальная культура, историческая память, - разрушительно имманентно»¹⁶⁹.

Демократические ценности не могут быть в конечном итоге лозунгами и громкими призывами к войне (ради прав человек, ради защиты суверенитета и т.д.), резким «скачком» в мир «свободы», которая не имеет пределов и морально-нравственных основ, им необходимо являться производными определенной государственной политики, определенных исторических традиций, опыта народа, который накапливается в результате длительного эволюционного пути.

В этом отношении важным будет говорить об информационной идентичности, грани которой противостоят всем соответствующим аспектам информационного глобализма.

Особенно отчетливо информационная идентичность проявляется в период освещения крупных военно-политических конфликтов, когда общенациональные государственные телеканалы встают на защиту суверенитета и адекватного отражения образа родины. Однако такая консолидация усилий, предпринимаемая на всех уровнях, должна идти с опорой на ту систему ценностей, которая отвечает надеждам большинства россиян, а не отдельной группы лиц. В противном случае есть всегда риск пойти по пути культурно-ценностной агрессии в русле информационного глобализма.

На наш взгляд, телеканалам стоит уделять больше внимание технологиям, которые в конечном счете становятся основополагающими элементами формирования имиджа страны в глобализующемся мире. Как показывает анализ контента российского новостного телеэфира, подавляющие объемы вещания отводятся преступлениям, бедствиям,

¹⁶⁹ Смирнов В.В. Современные ценности общества и проблемы развития России // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. М., 2012. С.39.

чрезвычайным происшествиям: «Теперь же боятся не нашей силы, угрозы применения ядерного оружия, а нашей слабости, непредсказуемости, криминальности, которой на телевизионных экранах больше, чем в жизни»¹⁷⁰. Поэтому крайне важно сегодня говорить с экранов телевизора как можно больше про то, что плохо «там», а что отличительного есть у нас.

«Многонациональная Россия являет собой символ единения многих культур, мировоззрений. Это реальное культурное пространство, где сходятся «Восток» и «Запад», создавая многообразные конфигурации политики, семантические поля духовности и культуры. Именно духовность придает России свой загадочный код, своеобразный магнит, который обладает мощной притягательной энергией, настраивает на движение мысли, на глубокое интеллектуальное напряжение. У России богатый опыт интеграции культур и религий, уникальный по многим признакам. Он имеет не только внутреннее, но и внешнеполитическое значение, и его надо умножать»¹⁷¹.

Современные стратегии продвижения государственного имиджа работают крайне неэффективно, в том числе и на телевидении. При этом в период системного кризиса, следствием которого является ломка привычного образа жизни, и потеря доверия к социальным, финансовым и властным институтам, именно информационные технологии способны максимально ускорить самоорганизацию общества, вернуть ему ценностную навигацию и жизненные ориентиры.

¹⁷⁰ Дугин Е.Я. Формирования имиджа страны в глобализующемся мире: социологический вектор // СМИ в эпоху глобализации: материалы науч.-практ. конференции. М., 2012. С.67.

¹⁷¹ Там же. С. 69.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гипотеза исследования, заключающаяся в предположении, что в новостных выпусках телевидение создает «псевдореальность» текущей действительности, которая определяется информационной политикой коммуникатора (государства, владельцев телеканалов и т.д.), в ходе работы нашла свое подтверждение. Из результатов лингвопрагматического анализа, который позволил рассмотреть телевизионные новостные тексты следует:

- По своей природе деятельность средств массовой информации изначально аксиологична и направлена на распространение системы взглядов на мир, структурированных согласно определенной совокупности ценностей. Несостоятельность политики «редакционного нейтралитета» особенно показательна во время освещения острых военно-политических конфликтов.
- Необходимо комплексное изучение приемов скрытого воздействия на общественное сознание с учетом лексических и стилистических особенностей телевизионных новостных текстов, политических реалий, а также профессиональных этических норм, что позволит минимизировать негативный эффект манипулятивных уловок. В противном случае использование скрытого воздействия средств массовой информации на сознание общества может привести к непредсказуемым последствиям для социального и психологического здоровья граждан, их правового и нравственного состояния.
- Калькирование зарубежных образцов, речевая агрессия, ориентация на язык улицы, попытки манипулировать общественным мнением в конечном итоге не могут стать главными приметами времени. Остро необходима масштабная и своевременная координация усилий всего журналистского сообщества, усиленная работа филологов,

экспертных кругов, направленная на устранение коммуникативных отрицательных лингвоэтических проблем в телевизионных новостных текстах.

- Информационная эпоха выдвигает на первые рубежи требование гуманизации мышления журналиста, которое необходимо вести в формах продуктивного сотрудничества с телезрителем, четко осознавая социокультурный статус СМИ и социокультурную роль журналиста, в частности. В связи с этим редакционному коллективу необходимо постоянно и неуклонно повышать эффективность своей работы, требования к самому себе как автору, производителю контента, а также к тексту, являющемуся основой медиакультуры.
- В связи с возрастающим, нередко деструктивным влиянием СМИ в современном обществе, необходимо ввести образовательные программы медийной грамотности.
- Развитие информационного вещания в России необходимо направлять в сторону поддержания статуса информационных программ, сохранении и развитии их просветительских, интеллектуальных и культурологических элементов.

БИБЛИОГРАФИЯ

Книжные издания

1. Арутюнова Н.В. Образ реальности на телеэкране и избирательный процесс: Опыт политического анализа. – М.: Социум, 2003. – 144с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. – М., 2004. – 783 с.
3. Бельчиков Ю.А. Стилистика и культура речи. – М.: Изд-во УРАО, 2000. – 160 с.
4. Бельчиков Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка. – М.: Изд-во: Аст-Пресс Книга. Серия: Словари XXI века, 2009. – 424 с.
5. Бельчиков Ю.А. Русский язык XX век. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – 318 с.
6. Березин В.М. Нравственные аспекты телевизионной коммуникации. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, 2003. – 109 с.
7. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-Холдинг, 2003. – 157 с.
8. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ. – М.: Высшее профессиональное образование Академия, 2009. – 240 с.
9. Бердяев Н.А. Истоки и смысл русского коммунизма. – М.: Наука, 1990. – 224 с.
10. Бердяев Н. А. Судьба России. – М.: ЭКСМО-Пресс, 1998. – 736 с.
11. Блинова О.Н. Медиа-империи России. – М.: Центр политической информации, 2000. – 159 с.
12. Богомоллов Ю.А. Между мифом и искусством. – М.: Гос. ин-т

искусствоведения, 1999. – 216 с.

13. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. – М.: ЛКИ, 2008. – 280 с.

14. Борецкий Р.А. В Бермудском треугольнике ТВ. – М.: Изд-во ИКАР; ф-т журналистики МГУ, 1998. – 204 с.

15. Борецкий Р.А. Информационные жанры телевидения. – М.: Прогресс, 1961. – 75 с.

16. Борецкий Р. А. Осторожно: телевидение! – М.: Изд-во ИКАР, 2002. – 260 с.

17. Борецкий Р.А. Телевидение на перепутье: статьи 1989-1998. - М., 1998. – 105 с.

18. Борецкий Р.А. Телевизионная программа. М.: НМО ГКРТ, 1967. – 214 с.

19. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). – М.: Изд-во «Языки славянской культуры», 1996. – 545 с.

20. Бурдые П. О телевидение и журналистике / Пер. с фр. Т.В.Анисимовой и Ю.В. Марковой. – М., 2002. – Фонд «Прагматика культуры», 2002. – 159 с.

21. Быкова О.Н. Языковое манипулирование общественным сознанием – Красноярск: Красноярский ГУ, 1999. – 64с.

22. Валгина, Н.С. Теория текста: Учеб. пособие /Н.С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 280 с.

23. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 335 с.

24. Верховоломова Е.В., Гаймакова Б.Д., Иванова И.Н. Мастерство эфирного выступления. – М., 2014. – 431 с.

25. Вильчек В.М. Под знаком ТВ. – М.: Искусство, 1987. – 239 с.
26. Вирен Г. Современные медиа: приемы информационных войн. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 128 с.
27. Власть, зеркало или служанка? Энциклопедия жизни современной российской журналистики. В 2 т. – М.: Издание Союза журналистов России, 1998. – 323 с.
28. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. – М.: Прогресс, 1981. – 277 с.
29. Гаймакова, Б.Д. Основы редактирования телепередач. – М.: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2001. – 77 с.
30. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей и стать медиатором. – СПб.: Амфора. ТИД Амфора, 2007. – 299 с.
31. Галь Н. Слово живое и мертвое. Из опыта переводчика и редактора /Нора Галь. – М.: Книга, 1980. – 208 с.
32. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. – М.: Рольф; Айрис-пресс, 1997. – 437 с.
33. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 190 с.
34. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью. – М.: Эксмо, 2003. – 153 с.
35. Грачев М.А., Романова Т.В. Культура речи современного города. Лингвистический ландшафт Нижнего Новгорода. – Н. Новгород, 2006. – 261 с.
36. Гуревич П.С. Буржуазная идеология и массовое сознание. – М.: Наука, 1980. – 371 с.
37. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. – М.: Аспект Пресс,

2005. – 288 с.

38. Теун ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.

39. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. – М.: Добросвет, КДУ, 2011. – 232 с.

40. Дэннис Э., Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа. – М.: Вагриус, 1997. – 383 с.

41. Дзялошинский И.М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества. – М.: Пульс, 2000. – 48 с.

42. Дзялошинский И.М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. – М.: Восток, 1996. – 302 с.

43. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М.: МаксПресс, 2000. – 288 с.

44. Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным специальностям. – М.: Университет, 2010. – 115 с.

45. Дугин Е.Я. Информационно-публицистические передачи телевидения и пути повышения их эффективности. – М.: Изд-во МГУ, 1986. – 207 с.

46. Дугин Е.Я. Создание смыслов в электронную эру: методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. – М.: Изд-во: Москва, 2005. – 296 с.

47. Егоров В.В. Телевидение и власть. – М.: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1997. – 207 с.

48. Егоров В.В. Телевидение: Страницы истории. – М.: Аспект пресс, 2004. – 128 с.

49. Жирков Г.В. История цензуры в России XIX-XX вв. – М.: Аспект

Пресс, 2001. – 368 с.

50. Зарва М. В. Слово в эфире: О языке и стиле радиопередач: Произношение в радио- и телевизионной речи: справочное пособие. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. – 376 с.

51. Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990-2004 гг. – М.: МГУ, 2004. – 464 с.

52. Земская Ю.Н., Качесова И.Ю. Теория текста: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 224 с.

53. Зиновьев А.А. Несостоявшийся проект: Распутье. Русская трагедия: [сб.]. – М.: Изд-во «АСТ», 2011. – 542 с.

54. Идеология и практика информационной политики в современном российском обществе. / Под ред. С.Г. Маслюка. – М.: РАГС, 2004. – 161 с.

55. Информационная политика. / Под общ. ред. В.Д. Попова. – М.: РАГС, 2003. – 459 с.

56. Калинин А.В. Культура русского слова. – М.: МГУ, 1984. – 300 с.

57. Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика. – М.: Издательство ИПК работников ТВ и РВ, 2009. – 82 с.

58. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет–журналистика. Учебное пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.

59. Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 523 с.

60. Каппон Р. Слово, или как профессионально писать для Ассошиэйтед Пресс. – М.: ТАСС, 1993. – 116 с.

61. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2012. – 864 с.

62. Кара-Мурза С.Г. Русская матрица: будет ли перезагрузка? – М.:

- Алгоритм: Эксмо, 2012. – 238 с.
63. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Перемена, 2004. – 477 с.
64. Кассирер Э. Опыт о человеке. – М.: Гардарики, 1998. – 784 с.
65. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
66. Кащук А.А. Телевидение: приемы манипулирования сознанием и общественным мнением. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2007. – 97 с.
67. Кемарская, И.Н. Телевизионный редактор: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 191 с.
68. Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. - М.: Памятники исторической мысли, 1994. – 170 с.
69. Колесников А.В., Привалов А.Н. Новая русская идеология: хроника политических мифов. - М.: ГУ-ВШЭ, 2001. – 384 с.
70. Коновалова О.В. Методология исследования журналистики в контексте синергетической теории. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2011. – 96 с.
71. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: учеб. пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2001. – 287 с.
72. Костомаров В.Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2005. – 285 с.
73. Костомаров В.Г. Рассуждения о формах текста в общении. – М.: Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, 2008. – 84 с.
74. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. - М.: Педагогика-пресс, 1994. – 246 с.
75. Кравцов В.В. Журналист в избирательном процессе. – М.: Изд.

«РИП-холдинг», 2005. – 310 с.

76. Кравченко В.И. Власть и коммуникация: проблемы взаимодействия в информационном обществе. – СПб.: СПбГУЭФ, 2003. – 272 с.

77. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. – М.: Издательство Московского университета, 2004. – 400 с.

78. Кузнецов Г.В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 220 с.

79. Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917–2000) / Учебное пособие, хрестоматия. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 638 с.

80. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 840 с.

81. Кэрролл В.М. Новости на TV. – М.: Мир, 2000. – 285 с.

82. Ламэй К., Мицкевич Э., Файрстоун Ч. Автономия телевидения и государство. – М.: Знак, 1999. – 208 с.

83. Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана: Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 520 с.

84. Лащук О.Р. Редактирование информационных сообщений: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 159 с.

85. Накорякова К.М. Литературное редактирование. – М.: Изд-во ИКАР, 2002. – 432 с.

86. Лебон Г. Психология народов и масс. – СПб.: Макет, 1995. – 311 с.

87. Лосев А.Ф. Диалектика мифа. – М.: Мысль, 2001. – 561 с.

88. Магронт М. Новости как профессия. – М.: Аспект Пресс, 2015. – 120 с.

89. Маклюен М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. –

- М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
90. Мамардашвили М. Мой опыт нетипичен. – СПб.: Азбука, 2000. – 400 с.
91. Мамардашвили М.К. Сознание и цивилизация. Тексты и беседы. – М., 2004. – 271 с.
92. Массовая коммуникация и массовое сознание: Сборник научных статей. Выпуск второй. – М.: Профиздат, 2002. – 461 с.
93. Массовые информационные процессы в современной России. – М.: РАН ИНИОН, 2002. – 223с.
94. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. – М.: Психология, 2000. – 386 с.
95. Миронов А.С. Раздувай и властвуй. Практическое руководство по технологиям «мягкой пропаганды». – М.: Добросвет, 2001. – 216 с.
96. Мицкевич Э. Телевидение, власть и общество. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 238 с.
97. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. – 480 с.
98. Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений). – М.: Логос, 2001. – 238 с.
99. Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 170 с.
100. Муратов С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика». – М.: Аспект Пресс, 2003. – 201 с.
101. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: Едиториал УРСС, 2000. – 240 с.

102. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики / Учебное пособие. – М.: Изд-во: МГУ, 1999. – 302 с.
103. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. Серия «Практическая журналистика». – М.: Изд-во «РИП-холдинг», 2003. – 168 с.
104. Петрова Н.Е., Рацибурская Л.В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. – М.: Флинта : Наука, 2011. – 160 с.
105. Погорелый Е.Д., Филиппов К.В., Фесенко В.Ю. Политологический словарь-справочник. – Ростов н/Д : Феникс, 2010. – 318 с.
106. Политология: Энциклопедический словарь. / Общ. ред. и сост. Ю.И. Аверьянов. – М., 1993. – 431 с.
107. Почепцов Г.Г. Информационные войны. – М.: Рефл-бук, 2000. – 576 с.
108. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 352 с.
109. Прохоров Е.П. Журналистика. Государство. Общество. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 367 с.
110. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 350 с.
111. Рохлин В.И., Баконин А.Д. Закон и средства массовой информации. СПб.: Нева, 2004. – 576 с.
112. Саппак В.С. Телевидение и мы. – М.: Искусство, 1988. – 168 с.
113. Саруханов В.А. Азбука телевидения. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 223 с.
114. Светлана С.В. Телевизионная речь. Функции и структура. – М.: Наука, 1976. – 194 с.
115. Светлана-Толстая С.В. Русская речь в массмедийном пространстве. –

М.: МедиаМир, 2007. – 344 с.

116. Сенкевич М.П. Культура телевизионной и радиоречи /М.П. Сенкевич. – М.: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1994. – 131 с.

117. Система средств массовой информации России. / Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 165 с.

118. Солганик Г.Я. Практическая стилистика русского языка. – М.: Академия ИЦ, 2008. – 298 с.

119. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 559 с.

120. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. – М.: Наука, 1990. – 180 с.

121. Средства массовой информации постсоветской России. / Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 303 с.

122. Средства массовой информации России. / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2011. – 391 с.

123. Таггл К.А., Карр Ф., Хаффман С. Новости в телерадиоэфире. Подготовка, продюсирование и презентация новостей в СМИ. – М.: ГИТР, 2006. – 431 с.

124. Телевизионная журналистика: учебник. 5-е издание, перераб. и доп. /редкол. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А Я. Юровский. – М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005. – 368 с.

125. Телерадиоэфир. История и современность / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2005. – 237 с.

126. Технологии в политике и политическом управлении. / Под общ. ред. М.Г. Анохина, В.С. Комаровского, Ю.И. Матвеевко. – М.: РАГС, 2000. – 301 с.

127. Уразова С.Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. – Методическое пособие. – М.: ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания», 2010. – 51 с.
128. Уэбстер Ф. Теории информационного общества // Под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект пресс, 2004. – 400 с.
129. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб – М., 2001. – 445 с.
130. Хелемендик В.С. Главные компоненты национального и социального статуса СМИ. – М.: Ин-т повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2013. – 72 с.
131. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. История, теория, практика: Учебное пособие / В. Л. Цвик. М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.
132. Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей: Учеб. пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 319 с.
133. Цвик В.Л., Назарова Я.В. Телевизионные новости России. М., 2002. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 171 с.
134. Цуладзе А.М. Большая манипулятивная игра. – М.: Алгоритм, 2000. – 336 с.
135. Цуладзе А.М. Политическая мифология. – М.: Эксмо, 2003. – 384 с.
136. Черных А. Мир современных медиа. – М.: Территория будущего, 2007. – 312 с.
137. Шариков А.В., Давыдов С.Г., Ивашкина О.Г. Образы ведущих новостных программ в экспертных оценках. – М.: ВГТРК, 2000. – 52 с.
138. Шерковин Ю. Психологические проблемы массовых информационных процессов. – М.: Наука, 1973. – 29 с.
139. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.

140. Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. - М.: Пульс, 2002. – 120 с.
141. Шомова С. А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы. - М.: ИНИОН РАН, 2004. – 246 с.
142. Шостак М.И. Журналист и его произведение. – М.: Гендальф, 1998. – 96 с.
143. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.
144. Юровский А.Я. Телевидение: поиски и решения. Очерки истории и теории советской тележурналистики. – М., 1983. – 183 с.
145. Язык и моделирование социального взаимодействия / под ред. В.В. Петрова. – М.: Прогресс, 1987. – 464 с.
146. Язык массовой и межличностной коммуникации / Под ред. Я.Н. Засурского. - М.: «МедиаМир»: Факультет журналистики МГУ, 2007. – 571 с.
147. Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. - М.: Изд-во Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – 952 с.
148. Язык средств массовой информации / Под общ. ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект, Альма Матер, 2008. – 760 с.

Иностранная литература

149. Bell, M. (1997) TV news: how far should we go? *British Journalism Review*; 8; P. 7.
150. Cuilenburg J. van. *New Perspectives on Media Diversity. Toward a*

Critical-Rational Approach to Media Performance // Changing Media and Communications / Ed. by Y.N. Zassoursky and E. Vartanova. Moscow, 1999. P. 77.

151. Hotelling H. Stability in Competition // The Economic Journal, 1929. Vol. 39, No. 153. Pp. 41-57.

152. Nordenstreng K., Varis T. Television Traffic – a One-Way Street? Paris, 1974.

153. Strunk, William, White, Jr. E. B. The Elements of Style /W. Strunk, Jr. E. B. White. – N.Y.: Longman, 2008. –128 p.

Публикации в научной периодике, сборниках научных статей и материалы научных конференций

154. Бельчиков Ю.А. О роли СМИ в процессе демократизации русского литературного языка // Вестник электронных и печатных СМИ. – 2010. - №10.

155. Бельчиков Ю. А. О стабилизационных процессах в русском литературном языке 90-х гг. XX века // Русский язык XX век. – М., 2003. С. 24.

156. Бердяев Н.А. Человек и машина // Вопросы философии. – 1989. – №2. С.84-86.

157. Бессарабова Н.Д. Политические метафоры в СМИ / Язык СМИ и политика. – М., 2012. С. 407-423.

158. Болинджер Д. Истина – проблема лингвистическая // Язык и моделирование социального взаимодействия. Благовещенск, 1998. С. 26.

159. Вартанова Е.Л. Язык российских СМИ как индикатор социальных перемен // Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. – М.:

Издательство московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. С.3-7.

160.Васильев А. Д. Слово в эфире: Очерки новейшего словоупотребления в российском телевидении: Монография. – Красноярск: Сибирский юридический институт МВД России, 2000. – 168 с.

161.Воронцова Ю.А. Особенности прагматического воздействия в текстах средств массовой информации // Русская словесность в контексте современных интеграционных процессов. – Волгоград, 2007. С. 682.

162.Гранин Ю.Д. «Глобализация» и «глобализм»: прошлое и настоящее / Материалы научно-практической конференции «СМИ в эпоху глобализации» ИПК работников ТВ и РВ. – М., 2012.

163.Гранин Ю.Д. Глобализация или «вестернизация»? // Вопросы философии. – 2008. – №12.

164.Дерфель О. Почему писатели не смотрят ТВ-новости // Телецентр. – 2007. – № 23. С. 28.

165.Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2006. – №2. С. 20-33.

166.Дроняева Т.С. Информационный подстиль / Язык средств массовой информации. – М., 2008. С. 496.

167.Дугин Е.Я. Формирования имиджа страны в глобализующемся мире: социологический вектор // СМИ в эпоху глобализации: материалы науч.-практ. конференции. – М., 2012. С. 67-74.

168.Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики

МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. – 524 с.

169.Засурский Я.Н. Колонка редактора: Журналистика и вызовы XXI века // Вест. Моск. Ун-та. Серия10. Журналистика. – 2009. – №5. С.5-8.

170.Захарченко Н.А. Телевидение и псевдоценностные ориентиры // Ценности современного общества и средства массовой информации. – М., 2012. С. 171.

171.Зиновьев А.А. Социальная ориентация и система ценностей // Развитие личности. – 2003. – № 2.

172.Ивченков В.И. Медиатекст в когнитивной обработке дискурса // Стилистика сегодня и завтра. – М., 2012. С. 60.

173.Каспаров П. В столице есть свой особый взгляд // Телефорум. – 2002. – №5.

174.Качкаева А.Г. Новейшая история российского телевидения 1990-2002 (опыт периодизации) // Вестник Московского университета. – 2003. – №3.

175.Качкаева А.Г. Фабрика образов: телевидение основной инструмент создания политических мифов // Профессия – журналист. – 2000. – №1.

176.Кирия К.Д. Дискурсивные и прагматические тенденции в российском информационно-аналитическом вещании // Язык СМИ и политика. – М., 2012. С. 634.

177.Клушина Н.И. Особенности публицистического стиля / Язык средств массовой информации. – М., 2008. С. 483.

178.Клушина Н.И. Общие особенности публицистического стиля // Язык средств массовой информации / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Альма Матер, 2008. С. 483-485.

179.Клушина Н.И. Публицистический текст в прагматическом аспекте // Язык массовой и межличностной коммуникации. – М., 2007. С. 75.

- 180.Клушина Н.И. Стиль и его интенционально-коммуникативная структура // Стилистика сегодня и завтра. – М., 2012. С. 89-90.
- 181.Кобозева И. М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ // Язык СМИ как объект дисциплинарного исследования / под ред. М.Н. Володиной. – М., 2008. С. 224.
- 182.Кормилицына М.А. Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет // Проблемы речевой коммуникации. – Саратов, 2008. С.28.
- 183.Кормилицына М.А. Средства интимизации и доверительности в современной газете // Стилистика сегодня и завтра. – М., 2012. С. 99.
- 184.Кормилицына М.А. Усиление личностного начала в русской речи последних лет // Русский язык сегодня. – 2003. – Вып. 3. – С. 418.
- 185.Малыгина Л.Е. Телевизионный анонс: информирование или манипулирование? Национальный психологический журнал №2(4), 2010. С. 61.
- 186.Светлана-Толстая С.В. Слово в эфире // Журналистика и культура русской речи. – 2002. – №4.
- 187.Сиротинина О.Б. Положительные и негативные следствия двадцатилетней «свободы» русской речи // Проблемы речевой коммуникации. – Вып. 8. – Саратов, 2008. С. 6.
- 188.Сковородников А.П. Языковое насилие в современной российской прессе // Университетская жизнь. – Красноярск; Ачинск, 1997. – 12 февр. С.2.
- 189.Соболева С.М. Перспективы лингвистической прагматики // Актуальные проблемы русского языка: материалы региональной конференции, посвященной 70-летию ЧГПУ. – Челябинск, 2005. С. 244.
- 190.Солганик Г.Я. Современная языковая ситуация и тенденции развития русского литературного языка // Вест. Моск. Ун-та. Серия 10.

Журналистика. – 2010. – №5. С.122-134.

191.Сурикова Т.И. Журналист, аудитория, власть: лингвоэтические аспекты взаимодействия в политическом дискурсе СМИ // Язык СМИ и политика / под ред. Г.Я. Солганика. – М., 2012. С. 200.

192.Сурикова Т.И. Этический аспект языка СМИ // Язык массовой и межличностной коммуникации. – М., 2007.

193.Федосюк М.Ю. Об основной тенденции развития стилей русской речи в XX веке // Речеведение. – Великий Новгород, 2000. С. 29-30.

194.Хелемендик В.С. Информационный глобализм и информационная идентичность / «СМИ в эпоху глобализации»: Материалы научно-практической конференции. – М., 2012 г. С. 3-46.

195.Хелемендик В.С. К вопросу о понятиях «Взаимодействие СМИ» и «Конвергенция СМИ» // Вестник электронных и печатных СМИ. – 2011. – №16.

196.Хелемендик В.С. Союз пера, микрофона и телекамеры (Опыт системного исследования). Монография. – М., 1977. – 318 с.

197.Хелемендик В.С. Традиции и ценности православия в региональной печати / Вестник электронных и печатных СМИ. 2008. – №5. Актуальные проблемы функционирования печатных СМИ. Часть 2. С. 3-28.

198. Ценности современного общества и СМИ. Материалы Международной научно-практической конференции «Журналистика 2011». – М., 2012;

199.Ценности журналистики и достоинство журналиста (Аксиология журналистики). Всероссийская научно-практическая конференция, 11-12 ноября 2009. – СПб, 2009.

200.Черняк А.В. Свобода слова в эпоху глобализации // Журналист. Социальные коммуникации. – 2012. – №1.

201. Черняк А.В. «Что несет нам глобализация и какова роль в этом СМИ» / РФ сегодня. – 2008. – №11.
202. Электронные СМИ: современное состояние и развитие. Мат-лы научно-практической конференции кафедры журналистики 29-30 ноября/Под. ред. М.Н.Кима. – СПб.: Изд-во СПбГУП, 2002. – 84 с.
203. Ягубова М.А. Гендерный аспект оценки в речи печатных СМИ / Проблемы речевой коммуникации. – Саратов, 2009. С. 66.
204. Якубинский Л.П. О диалогической речи // Русская речь. Вып. 1. – Пг., 1923. С.119.
205. Якушева Ю.Г. Ценности в контексте освещения трагедий на российском телевидении / Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. – М., 2012. С. 193.

Диссертации, авторефераты, монографии

206. Бакулев Т.П. Современные концепции и теории массовой коммуникации в контексте новых медиа. Дисс. докт. филол. наук. – М., 2003.
207. Бондаренко О.А. Отражение и формирование ценностей в молодежной печати. Дисс. кандидата филол. наук. – М., 2014.
208. Герасимова. С.А. Телевидение как средство формирования культурных ценностей личности. Дисс. кандидата культурол. наук. – СПб, 2000.
209. Гранин Ю.Д. Глобализация и национализм: история и современность. Социально-философский анализ. Дисс. докт. философ. наук. – М., 2010.

210. Долгова Ю.И. Политическая пропаганда на телевидении: особенности модели и технологий (по материалам избирательных кампаний 1999-2000 гг.). Дисс. кандидата филол. наук. – М., 2002.
211. Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.): автореф. дис. д-ра филол. н. – СПб., 2010.
212. Козина Е.С. СМИ и выборы: мифотворчество как элемент информационно-пропагандистских кампаний. Дисс. кандидата филол. наук. – М., 2000.
213. Лисицкая Л.Г. Прагматическая адекватность медиатекста: взаимодействие контента и аксиологии. Дисс. докт. филол. наук. – Краснодар, 2010.
214. Локтев Д.С. Редакционный нейтралитет в международном информационном телевидении. Дисс. кандидата филол. наук. – М., 2012.
215. Малыгина Л.Е. Современный телевизионный анонс в коммуникативно – прагматическом аспекте. Дисс. кандидата филол. наук. – М., 2010.
216. Назарова Я.В. Информационное вещание государственных и частных телеканалов: эволюция, сравнительный анализ (1990-е гг.). – Дисс. кандидата филол. наук. – М., 2001.
217. Старобахин Н.Н. Программная политика общенациональных российских телеканалов (1999-2006 гг.): информационная повестка дня и медиа-реальность. Дисс. кандидата филол. наук. – М., 2008.
218. Цвик В.Л. Телевидение переходного периода: Тенденции и проблемы реформирования в условиях информационного рынка. Дисс. докт. филол. наук. – М., 1997.
219. Черняк А.В. Власть и журналистика. Монография. Академия

медиаиндустрии, 2015.

220. Черняк А.В. Изменились ли функции СМИ в эпоху глобализации / Монография. – М., 2013.

Электронный ресурс

221. Выступление К. Эрнста на ежегодном международном телевизионном рынке MIPCOM в 2011 году в Канне. – URL: http://www.1tv.ru/mipcom_article/si=5840/a=10961

222. Данные инициативного всероссийского опроса ВЦИОМ, который был проведен 2-3 мая 2015 г. // <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115248>

223. Данные инициативного всероссийского опроса ВЦИОМ, который был проведен 27-28 июля 2013 г. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114345>

224. Березин В.М. Публицистический телевизионный текст как поступок. – URL: <http://mediascope.ru/node/222>

225. Послание Президента Федеральному Собранию от 12 декабря 2013 года. – URL: <http://www.kremlin.ru/news/19825>

226. Волин: Либеральная аудитория меня не поняла. – URL: <http://grani.ru/Society/Media/m.211512.html>

227. Вартанова Е. Л. СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества. – URL: <http://mediascope.ru/node/352>

228. Владимир Соловьев: «Россия не может жить без идеологии». 2013. Окт., 23. – URL: <http://lgz.ru/article/-42-6435-23-10-2013/vladimir-solovyev-rossiya-ne-mozhet-zhit-bez-ideologii/>

229. Янкова Н. Немцы не верят. – URL: <http://lgz.ru/article/-36-6478-17->

[09-2014/nemtsy-ne-veryat/](#)

230. Информационный портал NEWSru.com: МИД России обвинил журналистов США в предвзятом освещении украинского конфликта. –

URL: <http://www.newsru.com/russia/06aug2014/zaxarova2.html>

231. ТАСС. Минобороны РФ обеспокоено отсутствием у Джен Псаки элементарных географических знаний. – URL: [http://itar-](http://itar-tass.com/mezhdunarodnaya-panorama/1361308)

[tass.com/mezhdunarodnaya-panorama/1361308](http://itar-tass.com/mezhdunarodnaya-panorama/1361308)

232. Доклад ОБСЕ по факту авианалета на здание луганской администрации. – URL: <http://www.osce.org/ukraine-smm/119479>