Министерство образования Российской Федерации

ГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»

Факультет журналистики

КУРСОВАЯ РАБОТА

На тему:

Специфика подачи информации на телеканалах «Первый», НТВ, РенТВ

Студентка ФЖ, 3 курс, гр. 31-31

Е.А. Ложкина

Научный руководитель,

Ассистент кафедры ЭСМИ

А.Р. Оганезова

Ижевск 2011 г.

**Содержание:**

Введение

Глава 1. Медиа-реальность как отражение действительности

* 1. Стереотипы

1.2 Формирование медиа-реальности

Глава 2. Специфика подачи информации в новостных программах федеральных телеканалов

* 1. НТВ
  2. РенТВ
  3. «Первый» канал

Заключение

Список литературы

**Введение**

На сегодняшний день телевидение является, пожалуй, самым распространенным источником информации. Его целевая аудитория имеет наибольший охват и представлена различными возрастными категориями. Таким образом, телевидение распространяет модель медиа-реальности на более широкую аудиторию нашей страны. И модель эта является аудиовизуальной, а, значит, самой полной и наиболее действенной.

Тема данной курсовой работы - «Специфика подачи информации на телеканалах «Первый», НТВ и РенТВ» - актуальна, потому что преимуществом телевидения новой формации является высокая степень информационной насыщенности текста и быстрота реакции при многообразии каналов. Кроме этого, выбранные для анализа телеканалы являются федеральными и имеют достаточно высокие рейтинги.

Эта работа может быть полезна не только журналистам, для того, чтобы понять, как на различных телеканалах создается собственная модель медиа-реальности, но и простым телезрителям для осознания того, что любая информация на телевидении пропущена через призму мировоззрения журналиста и политики телеканала, а значит, не может объективно отражать действительность.

Основная цель исследования – изучить специфику подачи информации на телеканалах. Задачи исследования – изучить понятие «стереотип», формирование стереотипа, его воздействие, формирование медиа-реальности и на основе этого выявить особенности подачи информации на телеканалах НТВ, РенТВ и «Первый».

Для анализа в данной работе использованы информационные жанры, так как они являются одними из самых влиятельных. Новостные программы по определению должны предоставлять самую оперативную и объективную информацию, и потому они в наибольшей степени воспринимаются как подлинная реальность, а, следовательно, вызывают у аудитории особое доверие. Но и новостные программы на деле представляют собой лишь элемент медиа-реальности.

Исследования в области формирования стереотипов и медиа-реальности проводятся на протяжении уже почти столетия. Впервые эти понятия ввел американский журналист и социолог Уолтер Липман. В 1922 г. в своей книге «Общественное мнение» он дал определение этим понятиям. С точки зрения Липмана, все категории – это стереотипы, которые формируют уклады, а в результате и медиа-реальность. Ее Липман противопоставляет действительности.

В принципе, современные определения этих понятий не сильно отличаются от определений, данных Липманом. В этой области продолжает вести исследования большое количество журналистов и социологов. Отношение к стереотипам совершенно разное: если одни считают, что стереотипы необходимы, так как упрощают процесс восприятия, то другие убеждены, что они прививают определенные шаблоны мышления. Да, прививают. Но шаблоны эти необходимы для упрощенного восприятия информации и формирования реальности, существование которой зачастую просто необходимо обществу.

Современная (или, точнее, постсовременная) культура во многом обязана своим обликом средствам массовой коммуникации. Одно из важных следствий этого культурного состояния заключается в том, что «реальность», представленная в массмедиа, обретает новое качество. По словам Джанни Ваттимо, «увеличение наших информационных возможностей по отношению к самым различным аспектам реальности делает все менее понятной саму идею одной-единственной реальности»[3].

**Глава 1. Медиа-реальность как отражение действительности**

**1.1 Стереотипы**

Впервые термин «стереотип» был введен в общественные науки в 20-е годы ХХ века в США, когда возникла необходимость изучения и объяснения законов функционирования массового сознания. Основателем концепции стереотипного мышления и поведения стал американский ученый Уолтер Липман. В своей работе «Общественное мнение» (1922 г.) У. Липман утверждал, что это упорядоченные, схематичные детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права [1].

Липман, подвергнув анализу массовое, обыденное сознание и роль прессы в формировании общественного мнения, пришел к выводу, что решительно всем процессом восприятия управляют стереотипы — предвзятые мнения. При разработке своей концепции он опирался на данные психологической науки о рефлекторном характере психической деятельности человека.

Сущность его концепции сводится к следующему: раз «человек сначала представляет мир, а потом уже видит его», поскольку «реальная действительность слишком обширна, сложна и изменчива для непосредственного знакомства с ней», человек перестраивает окружающий мир «по простой модели». Под влиянием информации о событиях, а не непосредственного наблюдения за ними, утверждает Липман, в сознании человека складываются упрощенные образы, стандартизированные представления об окружающем мире, «картинки в наших головах», или стереотипы. Но, основанные на внешнем, поверхностном знании о явлениях или предметах, они могут быть ложными.

Сам У. Липман разграничивал внешний мир и «картинки в головах», подчеркивая их неадекватность, т.е. указывал на иллюзорный характер стереотипов. Разумеется, тем самым он существенно упрощает процесс познания и мышления. Однако для решения тех задач, которые стояли перед ним, это не играет особой роли.

Рассматривая роль прессы в формировании общественного мнения, Липман утверждал, что она может с помощью информации создавать ложную картину мира, не соответствующую действительности, рассчитанную на эмоциональную реакцию аудитории. Тем самым он указывал на огромные манипулятивные возможности прессы, что и было использовано пропагандой Запада и Востока.

Липман говорил о необходимости упрощения, стереотипизации, подгонки сложного, нового под простое, известное, считал, что редактору, имеющему дело с новостями, просто невозможно обойтись «без стандартизации, без стереотипов, без рутинных мнений», «без безжалостного игнорирования тонкостей» [7].

В своей работе У. Липман выделил две важные, на его взгляд, причины, которые оказывают влияние на формирование стереотипов. Первая причина - использование принципа экономии усилий, характерного для повседневного человеческого мышления и выражающегося в том, что люди стремятся не реагировать каждый раз по-новому на новые факты и явления, а стараются подводить их под уже имеющиеся категории. Вторая причина - это защита существующих групповых ценностей.

Швейцарский социальный психолог В. Дуаз выделил четыре уровня стереотипов:

1. индивидуально-психологические особенности формирования представлений человека о своей социальной среде;
2. представления, складывающиеся в ситуации межличностного общения;
3. коллективные представления, формирующиеся в межгрупповых отношениях; социальный стереотип зарождается и функционирует именно на этом уровне;
4. идеология, которая складывается под влиянием определенных исторических условий данного общества [21].

В отечественной психологии до конца 50-х годов термин «стереотип» не употреблялся. Хотя проблема изучения шаблонов поведения человека ставилась. Наиболее всесторонне это было рассмотрено П.А. Сорокиным. Не вводя в обращение термин «стереотип», он описал процесс их функционирования в социокультурной группе. «Ряд процессов и форм поведения заранее зафиксирован в том или ином виде и выполняется большинством членов группы» [17].

Ю.А. Сорокин определяет стереотип как некоторый процесс и результат общения (поведения) согласно определённым языковым (семиотическим) моделям, список которых является закрытым в силу тех или иных семиотико-технических принципов, принятых в некотором социуме. При этом семиотическая модель, как система «правильного» общения, реализуется на социальном, социально-психологическом уровнях (стандарт) или на языковом, социально-психологическом уровнях (норма). Стандарт и норма существуют в двух видах:

1) штамп - избыточно эксплицированный (разъясненный) сложный знак;

2) клише - недостаточно эксплицированный сложный знак.

Функции стереотипов изучены достаточно подробно. Г. Тэжфел выделяет четыре функции стереотипов, две из которых реализуются на индивидуальном уровне, две - на групповом.

Значение стереотипа на индивидуальном уровне:

- когнитивная (селекция социальной информации, схематизация, упрощение);

- ценностно-защитная (создание и поддержание положительного «Я-образа»).

На групповом уровне:

- идеологизирующая (формирование и поддержание групповой идеологии, объясняющей и оправдывающей поведение группы);

- идентифицирующая (создание и поддержание положительного группового «Мы-образа»).

Исследование двух последних функций позволит, по мнению Тэжфела, создать теорию социальных стереотипов. Он подчеркивает, что социальной психологией, историей, культурантропологией и просто житейским опытом уже накоплен большой эмпирический материал, свидетельствующий о том, что на уровне группы социальные стереотипы действительно выполняют указанные функции [21].

Существуют различные виды стереотипов. В частности, различают автостереотипы, отражающие представления людей о самих себе, и гетеростереотипы, отражающие представления о другом народе, другой социальной группе. Например, то, что у своего народа считается проявлением расчётливости, у другого народа - проявлением жадности. Люди воспринимают многие стереотипы как образцы, которым надо соответствовать. Поэтому такие фиксированные представления оказывают довольно сильное влияние на людей, стимулируя у них формирование таких черт характера, которые отражены в стереотипе.

Стереотипы могут быть индивидуальными и социальными, выражающими представления о целой группе людей. К социальным стереотипам относятся, как более частные случаи, этнические, гендерные, политические и целый ряд других стереотипов.

Стереотипы можно также разделить на стереотипы поведения и стереотипы сознания. Стереотипы поведения - это устойчивое, регулярно повторяющееся поведение социокультурной группы и принадлежащих к ней индивидов, которое зависит от функционирующей в этой группе ценностно-нормативной системы. Они находятся в тесной связи со стереотипами сознания. Стереотипы сознания, как фиксирующие идеальные представления ценностно-нормативной системы, выступают основой для формирования стереотипов поведения. Стереотипы сознания создают модели поведения, стереотипы поведения внедряют эти модели в жизнь.

При анализе стереотипов необходимо учитывать как отрицательные, так и положительные психологические последствия стереотипизации. С одной стороны, выводимая из стереотипа схема суждения о другом человеке нередко действует как предубеждение. Возникая в условиях дефицита информации, социальный стереотип часто оказывается ложным и играет консервативную роль, формируя ошибочные представления людей о происходящем, деформируя процесс интерпретации происходящего и характер межличностного взаимодействия. Любой социальный стереотип, оказавшийся верным в одной ситуации может оказаться неверным в другой и, следовательно, неэффективным для решения задачи ориентировки личности в окружающем социальном мире.

С другой стороны, наличие социальных стереотипов играет весьма существенную роль в социальной жизни по той простой причине, что без них, при отсутствии исчерпывающей информации о происходящем или наблюдаемом невозможны были бы ни адекватная оценка, ни адекватный прогноз. Во-первых, стереотип позволяет резко сократить время реагирования на изменяющуюся реальность; во-вторых, ускорить процесс познания; в-третьих, предоставить хоть какое-то первичное основание для ориентировки в происходящем. Стереотипы облегчают понимание. Например, чем больше стереотипов в тексте, тем легче он понимается. Несмотря на упрощение и схематизацию, стереотипы выполняют необходимую и полезную функцию в психологической регуляции процессов межличностного понимания. Это оказывается возможным потому, что в стереотипе объем истинных знаний нередко превышает объем ложных [9].

Таким образом «стереотипы понимания, во-первых, регулируют процессы общения: если у не воевавшего человека и ветерана сходные представления о личности «афганцев», то это способствует возникновению взаимопонимания между ними. Во-вторых, стереотип представляет собой способ структурирования опыта понимающего субъекта, способ организации знаний, используемых для понимания другого человека» [9].

Источником формирования социальных стереотипов является как личный опыт человека, так и выработанные обществом нормы [6]. Разные социальные группы, реальные (нация) или идеальные (профессиональная группа) вырабатывают стереотипы, устойчивые объяснения определенных фактов, привычные интерпретации вещей. Это вполне логично, так как стереотипизация - необходимый и полезный инструмент социального познания мира. Он позволяет быстро и на определенном уровне достаточно надежно категоризовать, упрощать социальное окружение человека. Сделать его понятным, следовательно, прогнозируемым.

Стереотипы составляют основу мифов, на которых базируется любая идеология. Средства массовой информации в любом обществе с помощью метода стереотипизации внедряют в сознание читателей, слушателей, зрителей различные мифы и иллюзии.

Стереотипы, насаждаемые пропагандой, также выполняют охранительные функции, такие, как поддержка существующего строя, воспитание верности существующим порядкам и соответственно — страха перед всем, что им угрожает.

Собственно, стереотипы всегда использовались в качестве ярлыков для обозначения противоборствующих социальных сил. При фабрикации их применяют примитивный прием противопоставления по принципу «черное — белое»: позитивно оценивается то, что служит интересам господствующей элиты, и негативно то, что этим интересам угрожает. Кроме того, для создания стереотипов массовая пропаганда прибегает к своим обычным приемам — прямой лжи, дезинформации, замалчиванию и т.д.

Для закрепления в сознании масс стереотипов пропаганда практикует многократное, настойчивое повторение одних и тех же слов, фраз, которые, в конце концов, становятся символами. Постоянное воспроизведение сфабрикованных стереотипов создает предпосылки для их некритического восприятия и усвоения аудиторией. Большую роль здесь играет внушение стереотипных представлений без особых доказательств, логических построений, в ряде случаев только со ссылкой на «авторитет».

Стереотипы могут создаваться на разных уровнях сознания: на теоретическом (например, в доктринах) и в практике пропаганды и психологической войны (средствами массовой информации). Внедрение их в сознание человека в обществе идет с детства. В этом участвуют школа, семья, религия, но наиболее интенсивно такое воздействие осуществляется печатью, радио, телевидением.

В средствах массовой информации наблюдается дифференциация в методах стереотипизации в зависимости от их специфики, аудитории, ее социального положения. Стереотипизация присуща всем компонентам изданий — и текстовому материалу, и рекламе, и иллюстрациям. Она проявляется и в подаче материалов.

Несоответствие пропагандистских стереотипов реальной действительности становится особенно вопиющим в годы кризисов.

Стереотипизация присуща и рекламе. Реклама в печати, на радио, телевидении давно уже стала инструментом пропагандистского воздействия, частью идеологического наступления на массы, средством формирования ложных, иллюзорных представлений о жизни.

Насаждение стереотипа человека-приобретателя, обладателя вещей, символизирующих его богатство и процветание, — характерная черта рекламы в СМИ, особенно в массовых. Создавая иллюзорные «имиджи» вещей и личностей, пропагандируя «равенство людей в сфере потребления», подогревая стремление обывателя не отстать от моды, массовая печать формирует стереотипные интересы, вкусы и способствует тем самым идеологическому воспитанию читателей.

Стереотипизации подвержен не только текстовой материал, но и иллюстративный. Иллюстрации во всякой ангажированной журналистике являются способом создания и внедрения в сознание читателей иллюзорных, ложных представлений о действительности. В практике фотографической информации тоже существуют определенные пропагандистские штампы, рассчитанные на эмоциональное воздействие. Стандарт выработан в оформлении обложки многих типов массовых журналов — это выразительные фотографии, портреты политических деятелей, звезд кино, телевидения, эстрады, спорта.

Так, фотоштампы требуют запечатлевать героя апологетических материалов на работе, в кругу семьи, на отдыхе, создавая иллюзию его процветания. В тоже время, если печатается фотография, изображающая какого-нибудь «плохого» общественного деятеля, то тут свой стереотип ракурс способствует изображению его лица в невыгодном свете; объектив фиксирует то, что намеренно «снижает» образ.

В практике журналистики используются рисованные стереотипы, в частности национальные символы — «дядя Сэм» (США), британский лев (Англия), русский медведь; особенно часто они находят отражение в карикатурах, призванных вызвать реакцию одобрения или неодобрения, в комиксах. Комиксы успешно формируют установки отношения ко многим фактам современной политической действительности.

Комиксы — типичная форма бульварной печати. Они воздействуют на читателя с раннего детства и на протяжении всей его жизни. Комиксы построены на примитивных стереотипах и способствуют формированию ложных представлений (подобранных авторами) о чем угодно.

Стереотипы прессы находят свое выражение и в словесных штампах. Язык в процессе стереотипизации несет большую пропагандистскую нагрузку. С его помощью формируется эмоциональное, негативное или позитивное отношение к предмету или явлению.

Таким образом, стереотипизация в СМИ ведет к стандартизации информации, дезинформации читателей, к манипулированию общественным мнением в интересах властвующей элиты [7].

Стереотипы являются неотъемлемым элементом обыденного сознания. Социальные стереотипы формируются относительно легко, поскольку наше собственное воспитание и культура порождают в нас ряд ожиданий относительно поведения и черт других людей. Источником формирования социальных стереотипов является как личный опыт человека, так и выработанные обществом нормы, которые человек получает при обучении, воздействии средств массовой информации и непосредственных контактов со значимыми и авторитетными людьми.

* 1. **Формирование медиа-реальности**

Во второй половине 1980-х — начале 1990-х годов исследователи из разных областей социального и гуманитарного знания обратили более пристальное внимание на возросшую роль электронных средств массовой коммуникации. Они сделались и условием, и средой обитания, и своеобразным субъектом культуры, активно воздействующим на облик общества и на систему представлений и чувств отдельного человека. Вопросы о месте электронных СМИ в культуре, об их отношениях с реальностью стали темой публичного обсуждения, предметом непосредственного изучения многих авторов, представляющих как профессиональное, так и внедисциплинарное знание. В исследовательских работах возобладала точка зрения, что реальность не «отражается», но создается с помощью СМИ и существует лишь в пределах репрезентации [8].

Первым исследователем «медиа-реальности», как и стереотипов, в 1922 году стал У. Липман, показавший создание средствами массовой информации «псевдо-окружающей среды», не совпадающей с эмпирической реальностью. Исследования современных ученых развили теорию У. Липмана, сохранив стержневое понимание медиа-реальности. Реальность, создаваемая средствами массовой информации, уже в силу объективных причин не может полностью совпадать с истинной действительностью. Но, подаваемая как подлинная, в человеческом сознании она с легкостью подменяет реальные события.

В своей книге «Общественное мнение» Липман разъясняет последствия влияния стереотипов на действительность людей. Какова действительность на самом деле, не имеет значения, в расчет берутся лишь наши предположения о действительности, лишь они определяют наши ожидания, надежды, устремления, чувства, поступки, будучи реальными, создают новую действительность. При помощи «картинок в нашей голове» строится то, что Липман называет «псевдомиром». Журналисты могут сообщать о том, что есть в их сознании, читатели могут воссоздавать и объяснять мир с помощью. Сознания, в значительной мере сформулированного при участии средств массовой информации. Тот, кто сегодня при сообщении: «Телевидение повлияло на климат мнений в выборах» - слышит только то, что журналисты лгали, журналисты манипулировали мнением, остался, в понимании средств массовой информации, на пороге прошлого столетия [13].

Медиа в широком смысле — среда, опосредующая взаимоотношение (взаимопонимания) человека и мира его существования, а также взаимоотношение одного индивида и другого. И хотя кажется, что в обоих случаях действия медиа не различаются — и там, и там они посредничают, но на самом деле их роль в этих двух сферах существенно различается. Различие это проявляется в том, как видится отношение медиа и реальности, или насколько медиа истинны (насколько медиа пронизаны истиной, которая есть голос реальности). В первом случае, когда медиа среда опосредует отношение человека и мира, медиа и есть та реальность, в которой человек себя мыслит и находит, медиа уже несут в себе свою истину сами. Во втором случае средства общения и организации взаимоотношений и диалога между людьми выступают условиями установления отношений и только тогда создают реальность диалога или взаимоотношения (т. е. реального взаимопонимания людей, их действительного соединения в некую единую реальность — группа, сообщество и т. п.), когда участниками отношения выявлены истины средств общения, истины медиа, когда нет обмана в общении. То есть успешность выполнения своего предназначения — создать среду понимания, стать средством организации совместной среды — зависит от того, содержат ли медиа в себе истину [11].

М. Маклюэн толкует медиа слишком широко, включая в эту сферу всё, что создает внешнее расширение человека, по сути дела объявляет медиа все материальные средства, используемые человеком для предъявления и передачи смысла. Причем он различает то сообщение, которое несет то или иное средство передачи информации, и то сообщение, которое имеет само это средство. Первый тип сообщений многообразен, например, каждый конкретный печатный текст несет свое сообщение, а книгопечатание как таковое порождает особый мир культуры и цивилизации — «галактику Гуттенберга», и это есть сообщение печатного станка, здесь свое содержание, которое выражено в реальном содержании жизни людей эпохи книжной культуры. Различение М. Маклюэном двух типов сообщений, каждое из которых имеет свое содержание и истину, мне представляется справедливым и плодотворным.

Сообщения второго типа — это те изменения в форме жизни человека, которые порождают сами средства сообщения и которые возникают под влиянием материальных характеристик средств сообщения. Новая предметная среда, построенная из нового материала носителя сообщения, изменяет конфигурацию жизненного пространства человека, а тем самым и содержание его жизни. Но в этом случае содержание, которое утверждается в жизни, не существует на уровне представлений или понятий, а дано как сама организация реальных действий человека. «Воздействие технологии происходит не на уровне мнений или понятий, — пишет Маклюэн, — оно меняет чувственные пропорции, или образцы восприятия, последовательно и без сопротивления» [12]. Истина сообщений средств передачи — та реальность, которая возникает благодаря их функционированию и действию. Печать в шестнадцатом веке породила индивидуализм и национализм, автомобиль покончил с сельской местностью и заменил ее новым ландшафтом, в котором автомобиль стал чем-то вроде скаковой лошади, электрические средства коммуникации ведут к созданию своего рода органической взаимозависимости между всеми институтами общества и т. д.[12]. В этом случае между медиа и реальностью нет различия. Медиа и есть реальность человека, так как эта реальность есть посредник сначала между человеком и природой, а затем и между людьми, сообществами, институциями и т. п.

Реальность медиа текстовых сообщений двойственна. Во-первых, как текстовые сообщения данные медиа представлены определенными знаковыми системами, реальность которых обеспечивает возможность текстового сообщения. Во-вторых, текстовые сообщения создают с помощью данных знаковых средств картину действительности. В этом случае реальная сила медиа, их реальность в том, насколько эта картина укоренится в действительности, насколько она войдет в реальность. Истина сообщений, несущих информацию (истина любого текста), в способности этой информации модифицировать реальность. А это возможно при условии, чтобы, во-первых, текстовое сообщение могло быть понято, во-вторых, чтобы его содержание (смысл) могло быть принято[11].

«Реальность», прежде чем попасть в эфир в виде телевизионного сообщения, проходит несколько этапов «перевода». Прежде всего, это перевод на телеязык с его правилами (так, любой текст должен сопровождаться видеорядом, быть сжатым во времени и т. п.). Телевизионные каналы, зависимые от рекламодателей, конкурируют друг с другом; при этом в современной культуре телевидение адресовано не элитам и отдельным группам, а «всему» населению. Поэтому содержанию и форме сообщений следует быть несложными и интересными. Телевидение общается со зрителем на доступном языке. Общее правило заключается в ориентации на условный средний уровень смыслов, понятных потенциальному потребителю передач.

Телевидение, которому в культуре сопутствовали метафоры «глaза», «зeркала» или «окнa», претендует на «отображение» действительности. Однако его аудитория каждодневно сталкивается с переносом особенностей и качеств «медиума» на образы того мира, к которому они отсылают. Можно выделить несколько постоянных эффектов такого переноса (и только высказывать предположения о степени их воздействия на самоощущение индивида).

Телезрителю, живущему в медиасреде, приходится обрабатывать огромный объем информации, адаптироваться к культуре фрагмента и коллажа, достраивать логику, начало и конец сообщений, самостоятельно конструировать причинно-следственные связи между ними [1] или воспринимать большую часть информации как «белый шум», быстро концентрировать и переключать внимание и забывать услышанное. Аудиовизуальное потребление образов способствует складыванию нового типа понимания, который строится на упрощении.

Телевидение рождает иллюзию прямого, доверительного контакта со зрителем. Герои программ приходят к человеку домой, обращаются к нему лично. В приватное домашнее пространство вторгается информация, принадлежащая «всем»; публичное вследствие самого способа обращения к человеку, сидящему перед экраном, делается персональным. В область «своего» включаются отчужденные «материи». «Люди-на-экране», дикторы, ведущие, актеры и их персонажи превращаются в знакомых, «родственников», приходя по расписанию, поддаются наделению собственными смыслами зрителя. Феномен «близкого контакта» оказывает влияние на сами телевизионные программы.

Но наблюдается и встречное движение. Граница приватного и публичного размывается; возникают промежуточные формы коммуникации, складывается новый тип открытости зрителя. Его жизнь, спрятанная от глаз, и интимные переживания с большей легкостью способны стать предметом всеобщего обсуждения, что демонстрируют разнообразные «реальные» и ток-шоу. Телевидение возвращает человеку «себя», но уже не в качестве идеализированного героя, а как проблематичного, странного индивида, чьи приземленность и отклонение от нормы, инвертированность приватного и публичного утверждаются в качестве само собой разумеющейся обыденной реальности. В телеэфир проникает «человек-с-улицы».

Телевидение обращается ко «всем»; как коммерческое предприятие оно ориентировано на обыденное сознание массового зрителя. Несмотря на адресность отдельной передачи, содержание разных программ в силу самого способа показа сливается воедино. Телевидение транслирует образ гомогенного мира, где важное или эстетически-ценное перемешано с банальным, поверхностным, доведено до состояния аморфной массы. Постоянная циркуляция равных по статусу сообщений отрицает какую-либо иерархию. При адаптации к обыденному опыту происходящее часто приобретает качество тривиального. Существуют риторические клише, которые используются для подчеркивания экстраординарности события; но такой язык легко подчиняется власти банального, которое заставляет потреблять чрезвычайное как и любое другое сообщение. Этому способствует общая тональность телевидения, его ориентация на развлечение. Как уже отмечалось выше, развлекательность — «суперидеология», особое качество, которое телевидение сообщает практически всем освещаемым предметам. «Наше общество является насыщенным образами. За один час телесмотрения современный зритель может познать, “пережить” такое количество образов, какое человек неиндустриального общества не смог бы познать в течение всей своей жизни... Мы не просто познаем большее количество образов, но мы живем в абсолютно отличных отношениях между образом и другими проявлениями опыта. По существу, не существует отличия между образом и другими формами опыта» [18].

Тем самым предполагается, что образы в СМИ, пусть с искажениями, подобны «самой реальности» и в какой-то момент заслоняют ее собой. Эта мысль актуализирует риторику манипулирования, насильственного навязывания каких-либо репрезентаций, в ущерб другим, более аутентичным [10]. Постмодернистская критика, в свою очередь, сосредоточила внимание на феномене «убийства реальности». Речь идет о том, что современный человек переживает качественно новое культурное состояние, которое в значительной мере связано с изменением технических возможностей показывать происходящее.

Монтаж образов (подразумевающий создание любой желаемой последовательности и связи между фрагментами записи), эффект пространственно-временного сжатия события на пленке, неограниченные возможности трансформации цифрового изображения и т. п. — все это служит созданию нового пространства, где «подлинность», «реальность» не существуют сами по себе: событие учреждает телекамера, а факт показа придает ему достоверность. По мысли Бодрийяра, статус репрезентаций и реальности в современной культуре не различается; в ней доминируют симулякры — знаки без референта, образы, не имеющие подобия, отрицающие не реальность, а различия между ней и образами.

Природа телевидения подразумевает, что значения формируются за счет постоянного поступления визуальных образов. Бесконечная череда эстетизированных изображений формирует гиперреальность — целостное самодостаточное пространство, в котором мир «собран» из тех же, но чуть-чуть иных элементов и где одни образы референтны к другим. В нем вопросы и объяснения формулируются из логики телевизионной реальности, подчиняясь законам драматического повествования.

Представление о том, как должна выглядеть реальность на экранах телевизоров, чтобы считаться правдоподобной, также изменяется. В современной культуре продолжает действовать конвенция, согласно которой телевидение, и особенно информационные передачи, заслуживают доверия уже в силу технических средств, используемых для улавливания и презентации реальности, — камер, микрофонов, фотообъективов и т. п. Новые устройства, внедряясь в практику телевидения, постепенно расширяют ожидания зрителей, множат их запросы. Так в выпуски теленовостей стали включаться фрагменты прямого эфира с корреспондентами, находящимися на месте события.

Сама ткань повседневности подчиняется формату и власти СМИ. Так, например, в «телевизионных» войнах ряд бомбардировок в Сербии, Афганистане, Ираке был задуман как телевизионное событие, дополнительный смысл которого заключался в том, что их должны были увидеть миллионы зрителей. В некоторых случаях время обстрелов было приурочено к началу вечерних информационных передач, для прямого эфира. Другой пример связан со взаимным проникновением правил и стратегий телевизионного шоу и таких сфер, как политика или правосудие, где способ телепоказа определяет общественное мнение [4].

Что является событием для средств массовой информации? Не пытаясь дать исчерпывающий ответ, рассмотрим эту проблему на примере новостных программ. Эти передачи воспринимаются аудиторией наименее критически; предполагается, что новости просто дают отчет зрителю о том, что произошло за день. Новости, как и все другие жанры, следуют устойчивой конвенции. Зрители привыкли считывать условный язык, не задумываясь о его правилах. Остановимся на них подробнее.

Устанавливается «повестка дня», согласно которой события распределяются по степени их важности. Беглое упоминание о каких-либо сюжетах подразумевает, что они мало значимы, и наоборот, пространное освещение свидетельствует об их первостепенности. Внутри этой «повестки дня» события выстраиваются иерархически (внутриполитические, международные новости, экономика, второстепенные события, культура и светская жизнь, курьезы, спорт, погода). Информационный выпуск обычно содержит важные новости и «простые человеческие истории». Под первыми понимают сообщение о событии, «которое произошло или стало достоянием гласности за предшествующие 24 часа и может иметь важные последствия» [19]. Сюжеты «из жизни простых людей» призваны давать разрядку аудитории и рождать чувство покоя и солидарности, они забавны или трогательны, напоминают о «вечных ценностях» или апеллируют к коллективному здравому смыслу зрителей.

Анализируя характерные признаки телесобытия, исследователи выделяют некоторые повторяющиеся черты, которым желательно присутствовать в сообщении. У «хорошо сделанной» новости есть главный герой, что позволяет зрителю соотносить себя с ним, лучше воспринимать увиденное. Событию следует быть драматичным, отражать конфликты, борьбу интересов, взглядов или рассказывать о насилии. В нем должна содержаться некая «зацепка», действие или сцена, приковывающая внимание аудитории. Сенсационность, необычность (ведь большинство новостей связано с ожидаемыми, запланированными встречами, речами, визитами и т. п.) и отклонение от общепризнанной нормы также способствуют тому, чтобы произошедшее стало достойным внимания. Наконец, оно смотрится более выигрышно, если тематически связано с другими сообщениями выпуска.

Таким образом, новости, как «кирпичи», из которых выстраивается телевизионная реальность, создаются по определенным условным правилам. К ним можно добавить некоторые социокультурные ограничения: так, телевизионное сообщение не должно быть провокативным или оскорбительным для кого-либо; ему следует быть правдоподобным. Конечно, такие ориентиры могут игнорироваться в пользу идеологических приоритетов или развлекательности. Более обязательны технические требования.

Для новостных передач существенна проблема понимания информации аудиторией. Зрителю необходимо одновременно следить и за аудио- и за видео-сообщениями, которые не совпадают и дают разную информацию. Свои смысловые ограничения накладывает высокая скорость показа событий, интенсивность, с которой сменяются имена, цифры, названия. Конечно, широкое распространение Интернета, рассчитанного на «фасетное зрение», приучило аудиторию адаптироваться к этой трудности. Об этом косвенно свидетельствует добавление в отдельных новостных программах быстро бегущей строки внизу экрана, где приводятся материалы информационных агентств: такой текст представляет третий голос в кадре, помимо изображения и комментария корреспондента.

Отметим еще один эффект медиа: сложные отношения телереальности с чувством истории. СМИ предлагают определенные образы прошлого, присваивают событиям имена. Но специфика показа происходящего в новостях указывает на приоритет, который отдается вечному настоящему. Поток срочных сообщений, быстрая смена сенсационных тем способствуют потере значения одного события, забыванию предшествующего недосказанного, того, что было важным вчера. Подлинным смыслом наделяется актуальное.

В формировании образа реальности в средствах массовой информации наибольшую роль играют вербальный и визуальный языки, выбранные для описания события: называние происходящего, выбор слов, в которые оно облекается. В этом несложно убедиться, сопоставляя лексикон, с помощью которого представлено одно и то же событие на телеканалах с разной идеологией и политическими предпочтениями. Нужный образ строится при помощи ряда распространенных приемов: например, исключения слов, вызывающих негативные ассоциации, замена более «мягким» или «высоким» языком («война» — «контртеррористическая операция»). Неизвестное помещается в знакомую формулу, для передачи смысла используются обыденные стереотипы, клише, постоянные эпитеты и т. п. Той же цели служит и использование шаблонных видеоизображений: знаков «официальной встречи», «демонстрации трудящихся», «боевых действий», той или иной социальной ситуации. Кроме того, риторика убеждения подразумевает использование приемов, отработанных в рекламе, — многократных повторов и утверждений, не предполагающих анализ [8].

медиа стереотип информация телеканал

**Глава 2. Специфика подачи информации в новостных программах федеральных телеканалов**

**2.1 НТВ**

Для анализа телеканала НТВ был использован выпуск «Сегодня. Итоговая программа» за 17.04.2011 г. Программа включала следующие сюжеты [14]:

1. Название: Бомба для Лукашенко

Длительность: 8:59 мин

В сюжете говорится о теракте в минском метро, который состоялся 11 апреля 2011 г. Хочется обратить внимание в первую очередь на цифры: по сообщению НТВ «13 погибших, более 200 пострадавших». Синхроны с Александром Лукашенко: ни в одном из синхронов, предложенном НТВ, президент Белоруссии не говорит о том, что проблема как-то решается, представлено лишь, как глава сообщает о случившемся («Я хочу просто вам сказать, мужики, что нам брошен серьезный вызов», «Я не исключаю, что нам могут этот подарок завезти извне, но нам надо посмотреть и у себя» и т.д.) «На вопрос «что это было?» ответ, по версии следствия, становится все более очевидным. Но вопрос «что дальше будет?» по-прежнему в тумане».

«11 апреля, 17 часов 55 минут 50 секунд по местному времени, станция метро «Октябрьская». Место и время, разделившие историю Белоруссии на «до» и «после». «До» страшного взрыва была «страна стабильности и спокойствия», а после взрыва все должно полететь в тартарары. Напрямую об этом, конечно, журналист не говорит, но подтекст такой имеется. Не зря же дальше будет включен синхрон с Александром Приваловым, научным редактором журнала «Эксперт»: «Вся система лукашенковской экономики, основанная на туфте, кончилась».

1. Ответная реакция

Длительность: 3:09 мин

Журналисты на минувшей неделе адресовали Дмитрию Медведеву и Владимиру Путину вопрос, которым сегодня задаются многие и в России, и за ее пределами: об их возможном участии в президентских выборах 2012 года.

1. Большая политика

Длительность: 7:10 мин

Дмитрий Медведев принял участие в саммите БРИКС. С первых секунд чувствуется негативное отношение корреспондента: начинается сюжет со следующих слов: «В Китае это называется «делать картину». Перед приездом гостей улицы выложили цветочными горшками, положили новый асфальт, стройки загородили красивыми заборами, всюду поставили строгих охранников, пляжи огородили, купание и водный спорт запретили».

Завершается сюжет тоже не на самой позитивной ноте: «Западные аналитики, искавшие трещины в блоке НАТО, сейчас говорят, что среди участников БРИКС слишком много противоречий. Бразилия ввела 29 пошлин против китайских товаров (это рекорд); китайские товары подорвали бразильское обувное производство и южноафриканский текстиль; Индия хочет продавать Китаю свои лекарства, а Южная Африка — обработанное дома сырье». И, казалось бы, что это ничего (нашей страны, вроде, не касается), но дальше идет сообщение, что и в России не все гладко: Китай отказал нам в сотрудничестве по программе ГЛОНАСС.

1. Гонконг – пример Москве

Длительность: 1:49 мин

Дмитрий Медведев побывал на Гонконгской фондовой бирже.

1. Сезон охоты

Длительность: 7:46 мин

Охота на абитуриентов идет полным ходом. Вновь затронута тема качества высшего образования в России («В приемной комиссии объясняют, что ходить на занятия совсем не обязательно — только вовремя плати»). Видеосюжет создает чувство обреченности системы нашего образования. Коммерческие вузы представляют собой своего рода сетевой маркетинг (Александр Мельников, студент: «Я рассказываю об академии своим друзьям, те — своим друзьям, и все идет по цепочке»), а ректор Московской финансово-юридической академии говорит: «Хорошие вузы будут развиваться. А мелкие, которые занимались только продажей дипломов… это и хорошо, если их уничтожат. Вернее, их уничтожит время». То есть, решений никаких никто принимать не собирается, все будет пущено на самотек в надежде, что со временем все непременно решится само собой.

1. Важнейший приоритет

Длительность: 2:04 мин

Владимир Путин говорит о проблемах в системе здравоохранения. В сюжете телеканала НТВ сделан акцент на несовершенстве самой системы («У многих главных врачей больниц появилось восемь, а то и десять заместителей, да еще помощники, референты и так далее и так далее. Все замы, замы, помы…»).

1. Дефект воли

Длительность: 8:26 мин

Сюжет о биоэнергическом топливе. Вначале корреспондент рассказывает о том, как это топливо можно получить, как быстро такие реакторы себя окупают, а затем о том, что реакторы-то себя окупят, но только не в России. Система у нас не та. И подводится итог словами Александра Родина, президента Ассоциации фермерских хозяйств Ростовской области: «Можно, что называется, остаться у разбитого корыта. Когда у нас все запасы закончатся, мы не будем готовы восполнить их другими источниками, то есть биоэнергетикой».

«В Европе работают 20 тысяч биоэнергетических установок, в Китае — уже 80 тысяч. Китайские специалисты сейчас часто приезжают в российские институты, изучают образцы, восхищаются. Может получиться так, что наши восточные соседи, впитав и осмыслив все лучшее из российской биоэнергетической науки, скоро создадут вполне приличные и, разумеется, недорогие установки, конкурировать с которыми будет очень трудно».

1. Тень Купидона

Длительность: 6:55 мин

Все чаще заключаются фиктивные браки. Их цель: получение прописки или гражданства. Фиктивному браку в России более ста лет. На сегодняшний день это большой бизнес. «В Госдуме знают об этом, но как решить ее (проблему), еще не придумали».

**Вывод**: телеканал НТВ преподносит в каждом сюжете неразрешимую проблему. То есть, даже если решение у этой проблемы есть, то займется этим явно не правительство, потому что чем бы правительство не занималось, в любом случае ничего ни сделать, ни решить не может.

Если вспомнить сюжет «Большая политика» или «Важнейший приоритет», то становится ясно, что акцент сделан не на «светлое будущее», а на то, в каком болоте мы находимся сейчас. В первом подчеркнуто, что объединение БРИКС будущего, как такового, не имеет (о каком будущем может идти речь, когда уже на начальных этапах сотрудничества страны имеют такое большое количество политических разногласий). Сюжет «Важнейший приоритет» раскрывает все изъяны системы нашего здравоохранения. Синхрон с Владимиром Путиным выбран таким образом, что премьер-министр в сюжете ничего не обещает, а, значит, и исправлять сложившуюся ситуацию не собирается.

**2.2 РенТВ**

Для анализа особенностей подачи информации на данном телеканале была использована программа «Неделя» за 16.04.2011 г. Программа включала следующие сюжеты [16]:

1. Теракт в Беларуси

Длительность: 8:55 мин

Безопасность считалась главным козырем Лукашенко («Всех, у кого найдете незарегистрированное оружие, за решетку»). И в этот раз для раскрытия теракта чекистам и милиции понадобился всего лишь день. Чувствуется отношение журналиста к теории, выдвинутой властями, и оно, скорее, негативное. Подчеркнуто усугубление ситуации в стране и описанием проблемы на валютном рынке. А в качестве видеоряда подобраны кадры, где люди стоят в огромных очередях.

1. Перестановки в партии «Справедливая Россия»

Длительность: 3:25

Сергей Миронов сообщает об изменения, которые произойдут в партии и отвечает на вопросы, один из которых «Не связан ли ваш уход с недавними конфликтами с «Единой Россией»? Кроме этого Миронов подчеркивает, что на предстоящих выборах они не будут поддерживать кандидата от «Единой России».

1. Дмитрий Медведев и Владимир Путин отвечали на вопросы о предстоящих выборах.

Длительность: 2:55

1. В субботу в Москве состоялись 2 митинга. Движению разрешили перекрыть площадь.

Длительность: 1:05

1. Контроль за государственными закупками

Длительность: 10:15

С недавнего времени расходы государственных денег контролируются в первую очередь населением, а не государством. Это стало возможным благодаря сайту, на котором выставлены все «подозрительные» заказы. Решить эти проблемы должна федеральная контрактная система. Ее цель – прогнозировать потребности государственных органов, лишать их необходимости самостоятельно заниматься ценообразованием и отсекать недобросовестных заказчиков и поставщиков.

Теперь свои доходы должны декларировать и члены семей чиновников. После того, как такой закон вошел в силу, выяснилось, что «за многих чиновников работают их жены» - их доход числится значительно выше.

1. Пастор из Флориды публично сжег Коран

Длительность: 9:25

1. Интервью с Евгением Деминым, который охраняется по программе защиты свидетелей.

Длительность: 8:23

1. Закрытие казино

Длительность: 2:47

1. ФБР якобы рассекретило документы, свидетельствующие о существовании НЛО.

Длительность: 10:20

**Выводы**: наполнение информационной программы «Неделя» в принципе не имеет никакого определенного ориентира. Начинается все с темы теракта в минском метро, а заканчивается чуть ли не бредовым сюжетом про НЛО (причем отведено этому сюжету почти 10 с половиной минут!).

Однако никакой правительственной пропаганды здесь тоже не встретишь. Что интересно, на интервью с Сергеем Мироновым, бывшим лидером партии «Справедливая Россия», отведено почти в 2 раза больше времени, чем на сюжет с комментариями Дмитрия Медведева и Владимира Путина по вопросу о предстоящих выборах.

**2.3 Первый канал**

Для анализа Первого канала была использована программа «Воскресное время» за 17.04.2011. Программа включала следующие сюжеты [15].

1. Теракт в минском метро разделил жизнь Белоруссии на "до" и "после"

Длительность: 9:24 мин

Сюжет рассказывает о теракте в минском метро. Построен он следующим образом: первые минуты 2 не имеют никакой смысловой нагрузки, зато эмоционально он просто перенасыщен. Затем сообщается о том, что Александр Лукашенко с самого начала берет на себя функцию информирования сограждан. Виновных нашли сразу, преступление раскрыли, всех, кого надо наказали. Самое интересное, что «Первый» канал сообщает немного о другом числе пострадавших: «погибли 13 человек, более 100 человек получили ранения». В принципе, никакой ошибки или подтасовки фактов здесь нет, 200 – это же более 100.

1. Лидеры стран БРИКС, самых динамичных экономик мира, обсудили вопросы глобального развития

Длительность: 9:56

Лидеры стран встретились для обсуждения вопросов глобального развития. Было отмечено, что влияние БРИКС растет. «В беседе с журналистами Президент Медведев затронул и тему недавнего теракта в Белоруссии. Он еще раз выразил соболезнования народу соседнего государства, отметив, что Россия готова оказать ему любую помощь. А в итоговой декларации участники саммита высказали свою поддержку народу Японии, пережившему природную и техногенную катастрофу. Россия же предложила создать в рамках БРИКС механизм взаимопомощи в таких ситуациях – он может стать прототипом подобной структуры в Организации Объединенных Наций».

1. Сфера здравоохранения под особым контролем государства – масштабный форум медработников России

Длительность: 8:06

Основная мысль: будут реализовываться новые проекты, «на эти цели будет выделено 788,7 миллиарда» и обязательно поднимут зарплату врачам. Завершается сюжет тоже очень позитивной нотой: недавно была переоборудована клиника в Пензе и в скором времени будут переоборудованы и другие лечебные заведения страны.

1. Президент Д.Медведев и премьер В.Путин высказались о предстоящих Президентских выборах 2012 года

Длительность: 3:48

Оба лидера ответили на вопросы журналистов в схожем ключе, сохраняя интригу: решение об участии в выборах будет принято позднее, исходя из ситуации.

1. Сергей Миронов покинул пост лидера партии "Справедливая Россия"

Длительность: 00:52

1. Россия и Польша договорились о совместном сотрудничестве, преодолев взаимные обиды

Длительность: 7:16

Была поставлена точка в истории разногласий России и Польши по целому ряду вопросов.

1. Беженцы из Северной Африки раскалывают Европу – Франция и Германия хотят перекрыть границы с Италией

Длительность: 7:27

«Самой широко обсуждаемой темой в Европе стала проблема нелегальных иммигрантов из Северной Африки. Больше всего страдает Италия – именно к ее берегам плывут жертвы демократических революций в странах Магриба. Тем временем соседи и партнеры Италии грозят перекрыть границы, чтобы не пустить на свои территории поток переселенцев ищущих лучшей жизни».

1. Итог дела о подпольных казино: подмосковные прокуроры освободили свои кабинеты

Длительность: 6:56

«На этой неделе отправлены в отставку прокуроры Подмосковья, подозреваемые в тесных дружеских связях с нелегальным игорным бизнесом». Опрерации по закрытию предшествовала встреча Дмитрия Медведева и Юрия Чайки. Тогда Президент России поставил задачу Генеральному прокурору обращать внимание и реагировать на информацию.

**Вывод:** «Первый» канал неоднократно обвиняли в проправительственной пропаганде. Обвинения эти не на пустом месте: комментариев ни от президента, ни от премьер-министра нет только в трех сюжетах, причем, 2 из них о событиях за рубежом, а третий об уходе Сергея Миронова со своего поста (отведено на этот сюжет 52 секунды).

Каждый сюжет отражает достаточно позитивную социальную реальность: любая проблема имеет решение, которое предлагает президент. В России не происходит ничего из ряда вон выходящего, зато обещают поднять зарплаты медицинскому персоналу, закрывают подпольные казино и договариваются с Польшей о сотрудничестве. Неприятности могут быть у других стран: у Италии, Белоруссии, Японии (последней, кстати, Дмитрий Анатольевич обещал помощь), но не у нас. В России, даже если что-то случится, то решение непременно найдется в достаточно скором времени.

**Заключение**

Для окончательного подведения итогов хотелось бы подчеркнуть разницу в подаче информации на телеканалах. Ниже приведена таблица, демонстрирующая некоторые особенности на примере сюжетов о теракте в минском метро.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | НТВ | РенТВ | «Первый» канал |
| Длительность | 8:59 мин | 8:55 мин | 9:24 мин |
| Роль А. Лукашенко | Синхроны с Александром Лукашенко: ни в одном из синхронов, предложенном НТВ, президент Белоруссии не говорит о том, что проблема как-то решается, представлено лишь, как глава сообщает о случившемся («Я хочу просто вам сказать, мужики, что нам брошен серьезный вызов», «Я не исключаю, что нам могут этот подарок завезти извне, но нам надо посмотреть и у себя» и т.д.) | «Те, у кого вы найдете незарегистрированное оружие – всех за решетку». Лукашенко лично заявил о поимке террористов. | «Александр Лукашенко с самого начала берет на себя функцию информирования сограждан». Синхроны подобраны таким образом, что |
| Число пострадавших | 13 погибших, более 200 пострадавших | 13 погибших, около 200 пострадавших | 13 погибших, более 100 пострадавших |
| Итог | «До» страшного взрыва была «страна стабильности и спокойствия», но вопрос «что дальше будет?» по-прежнему в тумане. «Вся система лукашенковской экономики, основанная на туфте, кончилась» | Террористами оказались «парни из народа», которые признались и в других совершенных в Белоруссии терактах. «Шесть лет, видите ли, не могли найти, а тут сразу нашли». В версии видно слишком много нестыковок. | Виновных нашли сразу (на следующий день после взрыва), преступление раскрыли, всех, кого надо, наказали. |

Из приведенной таблицы видно, что каждый телеканал формирует свою медиа-реальность и свои стереотипы. Информация перед тем, как дойти до зрителя, проходит несколько этапов (восприятие действительности корреспондентом, монтаж, политика телеканала и его дискурс), в которых действительность искажается.

В представленных сюжетах нужно отметить то, что, несмотря на единство представленного события, в каждом это событие показано с совершенно разных сторон и имеет свою идею. Для «Первого» канала основу сюжета составляет само событие. Оно представлено трагическим, но легко разрешимым, об этом свидетельствует роль президента Белоруссии, который с самого начала берет на себя функцию информирования и поддержки граждан. Телеканал РенТВ представляет ситуацию более тяжелой, а главное менее разрешимой. Корреспондент с иронией относится к версии, выдвинутой правительством, говорит, что в ней слишком много нестыковок. Кроме этого, сюжет о теракте плавно перерастает в вопрос об экономической проблеме на Белоруссии: в видеоряде представлены длинные очереди за обменом валют. Но самая трагическая картина видится на телеканале НТВ, где о поимке террористов указано вскользь и никакой особой смысловой нагрузки эта информация не несет. Жизнь Белоруссии представлена как «до» и «после». «До» было хотя бы спокойствие, а что будет «после» еще неизвестно, но уже становится понятным, что ничего хорошего. Сюжет создает впечатление какой-то обреченности. Но самое интересное это, конечно же, данные о количестве пострадавших. В принципе, ни один из телеканалов не предоставил ложной информации, однако по разнице подачи этих цифр также можно судить об отражении действительности данного телеканала.

**Список литературы**

1. Бабаева, А.В. Мужское и женское поведение в истории культуры [Текст]: пособие по спецкурсу / А.В. Бабаева. - Воронеж, 2000.
2. Бодалев, А.А. О социальных эталонах и стереотипах и их роли в оценке личности [Текст] / А.А. Бодалев, В.Н. Куницына, В.Н. Панферова // Человек и общество: (ученые записки НИИКСИ). - Л.: изд-во Л. ун-т. - вып. 9. - 1971.
3. Ваттимо, Дж. Прозрачное общество [Текст] / Пер. с ит. Д. Новикова. - М.: Изд-во "Логос". - 2002. - 128 с.
4. Дебор, Г. Комментарий к Обществу спектакля [Электронный ресурс]. – URL: http://lib.rus.ec/b/155556
5. Дондурей, Д. ТВ: уловки профессии [Электронный ресурс]. – URL: http://kinoart.ru/2009/n8-article20.html#1
6. Засурский, Я.Н. Средства массовой информации России [Текст] / Под ред. Я.Н. Засурского. - М., 2005. – 382с.
7. Засурский, Я.Н. Техника дезинформации и обмана [Электронный ресурс]. – URL: http://psyfactor.org/lib/stereotype10.htm
8. Зверева, В. Репрезентация и реальность [Электронный ресурс].- URL: http://magazines.russ.ru/oz/2003/4/2003\_4\_37.html
9. Знаков, В.В. Психологическое исследование стереотипов понимания личности участников войны в Афганистане [Электронный ресурс]. – URL: http://gilomir.blogspot.com/2010/04/108.html
10. Кара-Мурза, С. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс]. – URL: http://lib.ru/POLITOLOG/karamurza.txt
11. Конев, В.А. Медиа-реальность и реальность медиа [Электронный ресурс]. – URL: http://www.phil63.ru/media-realnost-i-realnost-media
12. Маршалл, М.Л. Понимание медиа Внешние расширения человека [Электронный ресурс]. – URL: http://lib.ololo.cc/b/154221/read
13. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания [Текст] / Под ред. Н.С. Мансурова. – М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. - С. 217-218.
14. Официальный сайт НТВ [Электронный ресурс]. – URL: http://ip.ntv.ru/news/23841/
15. Официальный сайт «Первого» канала [Электронный ресурс]. – URL: http://www.1tv.ru/newsarchive/17.04.2011
16. Официальный сайт РенТВ [Электронный ресурс]. – URL: http://www.nedelya.ren-tv.com/index.php?option=com\_content&view=article&id=867:-qq--160411&catid=4:nedelya-s-mariannoy-maksimovskoy&Itemid=9
17. Сорокин, П.А. Человек. Цивилизация. Общество [Текст] / П.А.Сорокин. - М., 1992.
18. Фиск, Дж. Постмодернизм и телевидение [Электронный ресурс]. – URL: http://www.i-u.ru/biblio/archive/hrest\_pr/06.aspx
19. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций [Электронный ресурс]. – URL: http://www.i-u.ru/biblio/archive/harris\_psi/04.aspx
20. Цвик, В.Л., Назаров, Я.В. Телевизионные новости России [Текст] / В.Л. Цвик, Я.В. Назаров. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 205с.
21. Шихирев, П.Н. Современная социальная психология в Западной Европе [Текст] / П.Н. Шихирев. - М.: Наука, 1985.