

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
(наименование института полностью)

Кафедра «Журналистика»  
(наименование кафедры)

42.03.02 Журналистика  
(код и наименование направления подготовки, специальности)

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Приёмы манипулирования в новых медиа на примере youtube-интервью»

Студент

Е.А. Смирнова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Л.К. Гапеева

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

**Допустить к защите**

Доцент, и.о.

заведующего кафедрой

канд. филол. наук, доцент, Л.В. Иванова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Тольятти 2019

## АННОТАЦИЯ

Бакалаврская работа посвящена изучению методов манипулирования в Youtube-интервью как в новом журналистском жанре. Новые медиа позволили появиться такой разновидности портретного интервью как Youtube-интервью.

Актуальность бакалаврской работы обусловлена тем, что аудитория СМИ в современном мире предпочитает Интернет-СМИ, в частности об этом свидетельствует исследование медиалаборатории РИА совместно с ВЦИОМ. Также высок интерес пользователей к видеохостингу Youtube, в том числе к портретным интервью, размещенным на этом ресурсе. Исследовательский интерес бакалаврской работы выражается в том, чтобы проследить, какие манипуляции проявляются в Youtube-интервью.

В первой главе «Теоретические представления о технологиях манипуляции в массмедиа» обобщены сведения на основании работ исследователей в области журналистики, психологии и социологии о манипулировании как о психологическом приеме, который нашел отражение в журналистике и используется при подаче информации. Также дано определение интервью как журналистского жанра и обозначены основные характеристики. Во второй главе «Манипуляция в Youtube-интервью» определены основные характеристики Youtube как новой площадки для журналистского творчества и представлен развернутый анализ семи портретных интервью на предмет использования приемов манипулирования.

В заключении представлены выводы исследования о том, какие методы манипулирования используются в YouTube-интервью и чего они позволяют достичь манипулятору.

Список использованных источников включает 80 пунктов.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ТЕХНОЛОГИЯХ МАНИПУЛЯЦИИ В МАССМЕДИА.....	8
1.1. Манипуляция: признаки, механизмы и классификации.....	8
1.2. Телеинтервью как диалоговый жанр масс-медиа .....	22
ГЛАВА 2 МАНИПУЛЯЦИЯ В YOUTUBE-ИНТЕРВЬЮ .....	31
2.1. Youtube-интервью как новый жанр массмедиа.....	31
2.2. Анализ Youtube-интервью на приемы манипулирования .....	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	53
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	56

## ВВЕДЕНИЕ

В российских медиа одним из самых популярных жанров журналистики является портретное интервью. Популярность этого жанра можно объяснить гипотезой «Человеку всегда интересен человек». Стоит отметить, что портретное интервью распространено не только на телевидении, радиостанциях или в печатной прессе, но и в Интернет-пространстве.

В эпоху развития Интернета неизбежно появление новых форм подачи информации, трансформация традиционных и образование новых жанров. Происходят изменения также в подаче и в содержании журналистских материалов. В контексте данного явления можно рассмотреть новую разновидность портретного интервью – Youtube-интервью. Это видеointервью, размещенное на платформе видеохостинга Youtube, главными чертами этого жанра являются свободный стиль ведения беседы и отсутствие ограничений со стороны редакционной политики и других структур, влияющих на информационную повестку СМИ. Эти факторы делают Youtube-интервью особенно интересными для аудитории и более выигрышными по сравнению с телевизионными интервью.

В развитие Youtube-интервью внес значительный вклад российский журналист и видеоблогер Юрий Дудь. В феврале 2017 года Ю. Дудь создал Youtube-канал под названием «вДудь», и за только три с половиной месяца набрал 800 тысяч подписчиков и около 30 миллионов просмотров. На конец начала июня 2019 года количество подписчиков Youtube-канала «вДудь» превышает 5,5 миллионов.

Интерес аудитории к Youtube-интервью очевиден, особенно если учитывать массовый переход аудитории в Интернет. Согласно исследованию медиалаборатории РИА, Интернет все больше проникает в человеческую жизнь: «более 60% россиян ежедневно заходят в Интернет»<sup>1</sup>. Опрос, проведенный медиалабораторией РИА совместно с и Всероссийским центром

---

<sup>1</sup> РИА Новости : официальный сайт. URL: <https://ria.ru/20180920/152894907.html> (дата обращения 10.04.2019).

изучения общественного мнения (ВЦИОМ), подтверждает, что популярность Интернета увеличивается с каждым днем: «на сегодняшний день доля интернет-пользователей в России довольно высокая — 80% наших сограждан с той или иной периодичностью пользуются интернетом. В том числе 65% выходят в сеть ежедневно, 14% — несколько раз в неделю или месяц и 2% — крайне редко»<sup>1</sup>. Уже сейчас в России более 90 миллионов человек от 16 и старше - пользователи Интернета<sup>2</sup>.

В связи с развитием веб-пространства неизбежно развитие новых медиа – «цифровых ресурсов, таких как Интернет, компьютерные игры, цифровые фильмы и фотографии, мобильная телефония и виртуальный мир»<sup>3</sup>. К этим новым медиа можно отнести Интернет-СМИ, которые либо возникли от традиционных видов СМИ, либо новые виды СМИ, которые существуют только в веб-пространстве. С появлением новых медиа совершенствуются и приёмы манипулирования в журналистских материалах. Особый исследовательский интерес представляют приемы манипулирования в Youtube - интервью, новой, недостаточно изученной площадке журналистского творчества. Также в жанре интервью манипулирование может быть двусторонним, то есть направленным как на интервьюера, так и на интервьюируемого.

Актуальность бакалаврской работы обусловлена сразу несколькими указанными тенденциями: массовый переход аудитории в Интернет (согласно данным медиалаборатории РИА) интерес к Youtube - контенту, также к новому явлению журналистики – портретные Youtube - интервью. Исследовательский интерес также представляет анализ приёмов манипулирования в подобных интервью.

---

<sup>1</sup> РИА Новости : официальный сайт. URL: <https://ria.ru/20180920/152894907.html> (дата обращения 10.04.2019).

<sup>2</sup> Интернет-источник Российская газета. URL: <https://rg.ru/2019/04/17/raek-auditorii-runeta-dostigla-928-milliona-chelovek.html>. (дата обращения 15.04.2019).

<sup>3</sup>Стинс О. Новые медиа. М., 2008. С. 98.

Объектом исследования бакалаврской работы выступают Youtube - интервью. Предметом исследования бакалаврской работы являются приёмы манипулирования, использующиеся в Youtube – интервью.

Цель бакалаврской работы – на основе анализа определить, какие приемы манипулирования используются в современных Youtube - интервью.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Систематизировать научные представления о приеме манипулирования.
2. Выработать определения понятия портретное интервью и дать ему жанровую характеристику
3. Исследовать Youtube - интервью как новый жанр масс-медиа.
4. Обобщить уровни и приемы манипулирования, использующиеся в Youtube – интервью на основе исследований Е. Е. Доценко, С. А. Зелинского.

*Теоретико-методологическую базу* исследования составили научные труды, посвященные исследованию манипуляции как психологического приема Доценко Е. Л., Зелинского С. А., Мельник И. К., Пратканис Э. Р., Чалдини Р. Также в основу исследования легли работы, посвященные приемам манипулирования в средствах массовой информации М., Шиллер Г., Леонтьева А. А., Кара-Мурза С. Г., Цуладзе А., Чудинова А. П. О жанре интервью и его разновидностях в своих работах говорили исследователи Фридунбекова Г. С., Лукина М. М., Тертычный А. А., Ильиченко С. Н., Сыченков В. В., Янчева Н. Ю. Теоретическую часть бакалаврской работы дополнили исследования, посвященные развитию новых жанров журналистики и новых медиа Хлызовой А. А., Симкачевой М. В., Пак Е. М., Лашук, О.Р., Качкаевой А.Г., Демченкова С. А., Заднепрянской А. С и др.

В работе использованы следующие научные методы: анализ: рассмотрение предмета или явления и определение его свойств и признаков; метод дедукции: вывод делается на основе признаков явлений; обобщение: рассматривается множество явлений и на основе этого делается общий вывод;

наблюдение: основано на объективном восприятии действительности и получении информации о свойствах явлений.

Эмпирической базой выпускной квалификационной работы стали интервью, размещенные на видеохостинге Youtube, а именно на каналах: «вДудь», «А поговорить?», «Ещё не Познер», «Нежный редактор», «Вписка». Всего проанализировано 35 Youtube – интервью, по 7 из каждого указанного канала. Хронологические рамки исследования охватывают период январь-май 2019 года.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в том, что понимание способов и методов манипуляций в СМИ способствует медиаграмотности, помогает читателю/слушателю/зрителю понимать, когда им манипулируют, и, следовательно, различать правду и ложь.

Цели и задачи бакалаврской работы обусловили её структуру: она состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения, в которое входят проанализированные материалы Youtube-интервью.

Во введении обосновывается актуальность темы, обозначаются объект, предмет, цель и задачи исследования, её теоретико-методологическая база, структура и практическая значимость работы.

В первой главе представлены определения понятий «манипуляция», «признаки манипуляции», «механизмы манипуляции», «виды манипуляции». Рассматривается портретное интервью, его характеристики и манипулятивные ресурсы.

Во второй главе говорится о Youtube - интервью как новом жанре масс-медиа, а также представлен анализ Youtube-интервью на предмет использования в них приёмов манипулирования.

В заключении представлены обобщающие выводы исследования.

Список использованной литературы включает в себя 50 источников и состоит из справочно-библиографической, научно-теоретической и учебно-методическую литературы.

# ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ТЕХНОЛОГИЯХ МАНИПУЛЯЦИИ В МАССМЕДИА

## 1.1. Манипуляция: признаки, механизмы и классификации

Манипуляцию как способ воздействия на человека на протяжении многих лет изучают в психологии, истории, социологии, журналистике и других науках. Известный социолог и психолог В. П. Шейнов считает, что манипуляция – это «скрытое управление человеком против его воли, приносящее инициатору односторонние преимущества»<sup>1</sup>.

Тема манипуляции представляет интерес как для российских, так и для зарубежных ученых. Американский психолог Э. Шостром дает такое определение манипуляции: «эксплуатация, контроль и использование других лиц в качестве объектов, вещей»<sup>2</sup>.

По версии психолога М. Р. Битяновой манипуляция – это «игра на особенностях человеческой природы и человеческих слабостях, которые обеспечивают «коммуникативную слепоту» реципиента, делают его пассивно-послушным в признании правоты коммуникатора»<sup>3</sup>.

Доктор психологических наук Е. Л. Доценко в работе «Психология манипуляций» вывел несколько собственных определений манипуляции, в которых по-разному отражены указанные критерии. Основное определение звучит так: «Манипуляция — это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями»<sup>4</sup>.

Если обобщить представленные выше определения, то под манипуляцией следует понимать специальное психологическое влияние, благодаря которому

---

<sup>1</sup> Шейнов В. П. Скрытое управление человеком. Минск, 2008. С. 3.

<sup>2</sup> Шостром Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. М., 2008. С. 12.

<sup>3</sup> Битянова М. Р. Социальная психология: наука, практика и образ. М., 2001. С. 125.

<sup>4</sup> Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 2003. С. 89.



достигается выигрышный для манипулятора результат, а именно – принятие нужных остановок или побуждение к совершению неких действий.

Цель манипуляции – не показывая своих истинных намерений, побудить субъекта манипуляции изменить своё поведение, мнение и мысли в пользу позиции манипулятора. Если говорить упрощенно, то конечная цель манипуляции – это результат воздействия на субъекта манипуляции, которого хотел добиться манипулятор.

Признаки манипуляции согласно теории доктора психологических наук Е. Л. Доценко:

- «психологическое воздействие
- манипулятор относится к субъекту манипуляции как к средству достижения цели
- стремление достигнуть своих целей без учета интересов других людей
- скрытый способ воздействия
- воздействие на человеческие слабости
- побуждение и мотивация
- мастерство в осуществлении манипуляционного воздействия»<sup>1</sup>.

Манипуляцию как способ воздействия на человека можно охарактеризовать с помощью основных факторов (по теории Е. Л. Доценко):

- «скрытый способ воздействия. Субъект манипуляции не догадывается о совершенном на него воздействии;
- желание подчинить субъекта манипуляции своей воле;
- манипулятор обладает достаточным количеством знаний и навыков для того, чтобы воздействовать на другого человека;
- особенное построение текста, благодаря которому субъект манипуляции вводится в заблуждение. Здесь ложные и реальные факты

---

<sup>1</sup> Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 2003. С. 89.

смешиваются друг с другом настолько, что отличить правду от лжи становится практически невозможно;

– формирование иллюзии самостоятельного выбора и самостоятельного принятия решений у субъекта манипулирования;

– манипулятор пользуется беззащитностью массовой аудитории перед манипулированием. Человек не может защитить себя от манипуляционного воздействия, так как даже не догадывается об этом воздействии»<sup>1</sup>.

Манипуляции бывают следующих видов: «Первичная манипуляция – это продуманное действие, у которого есть заказчик, исполнитель, знающие цель и приемы манипулирования. Вторичная манипуляция – это результат первичной, это манипулирование, автоматически следующее за первичным влиянием; вторичная манипуляция может осуществляться исполнителем (и даже новыми исполнителями), но не осознаваться как негативное действие»<sup>2</sup>. То есть первичная манипуляция – это намеренное создание определенного мнения у субъектов манипуляции, а вторичная манипуляция – это последующее распространение субъектом или субъектами манипуляции полученной информации.

Исследователь психологии Е. Л. Доценко выделяет следующие механизмы манипуляционного воздействия:

1) Удержание контакта. Для того, чтобы совершить манипулятивное воздействие, необходимо, чтобы контакт манипулятора и аудитории не прерывался. Для манипулятора мощным фактором удержания контакта является достижение цели. Адресат также может преследовать свои цели и хотеть добиться чего-то от манипулятора. Также фактором, заставляющим аудиторию удерживать контакт в манипулятором является информация, которую получает аудитория.

---

<sup>1</sup> Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 2003. С. 100.

<sup>2</sup> Филатов А. В. Основы распознавания и противодействия манипуляции сознанием. Калининград, 2006. С. 5.

2) Психологические автоматизмы. Это приемы, которые обладают программирующим воздействием на субъект манипуляции. Чаще всего психологическими автоматизмами выступают вопросительные формы. В качестве примера можно рассмотреть ситуацию в общественном транспорте. Выходящий из автобуса человек задает вопрос стоящему на пути человеку: «Вы выходите?». Выходящего человека на самом деле не интересует, выходит ли из автобуса другой человек. Здесь имеется в виду: «Пропустите пожалуйста».

3) Мотивационное обеспечение. Манипулятивное воздействие обусловлено мотивационными причинами. Для манипулятора эта мотивация – достижение цели. Для аудитории мотивационными факторами может стать также достижение своих целей или интерес к информации, которая поступает от манипулятора.

Приемы манипулирования широко используют средства массовой информации. Согласно исследованию Г. Шиллера, манипуляция по формированию общественного мнения создается именно при помощи СМИ. В связи с этим сложилось мнение, что средства массовой информации в большей степени манипулируют общественным сознанием.

Г. Шиллер в одной из своих работ описал, как СМИ с помощью приемов манипуляции воздействуют на аудиторию. Он выделил ряд способов воздействия СМИ на аудиторию, назвав их «мифами»: «Миф о нейтралитете, Миф об индивидуализме и личном выборе, Миф о неизменности природы человека и Миф о плюрализме СМИ»<sup>1</sup>.

– Миф о нейтралитете: СМИ свою главную задачу позиционируют как информирование аудитории о происходящих событиях. На самом деле они подают информацию под нужным ракурсом, показывая как можно больше негативных фактов. Особенно это касается материалов, в которых идет речь об

---

<sup>1</sup> Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1998. С. 5.

острых конфликтах. Таким образом, СМИ удастся сформировать определенное мнение и настроение у аудитории.

– Миф об индивидуализме и личном выборе. Он работает таким образом: аудитория думает, что выбирает газету/телеканал/радиостанцию самостоятельно, в соответствии с личными вкусами. На самом деле СМИ стремятся угодить каждому читателю/слушателю/зрителю, предоставляя как можно больше информации. Это делается при помощи тематических, авторских рубрик, в которых говорится о значимых вопросах, представляющих интерес для аудитории и вызывающих широкий общественный резонанс. Аудитория считает, что она выбирает тот или иной вид СМИ самостоятельно, а на самом деле они выбирают из того, что предложено.

– Миф о неизменности природы человека. Согласно теории Шиллера, люди проявляют интерес к грязным сенсациям, плохим и негативным новостям, так как это свойственно их природе. Так как СМИ ориентируются на интересы и потребности аудитории, то они просто выполняют заказ читателей/зрителей/слушателей. Следовательно, этот миф оправдывает агрессию в СМИ.

– Миф о плюрализме СМИ. СМИ преподносят себя как полностью объективное и достоверное издание, чтобы аудитория могла полностью доверять им и не сомневаться в объективности и достоверности информации.

Средства массовой информации – один из самых мощных источников манипулирования общественным сознанием. Как отмечает знаменитый политолог и публицист С. Г. Кара-Мурза, «ТВ обладает свойством устранять из событий правду»<sup>1</sup>. Для современных средств массовой информации, использующих приемы манипуляции в своих материалах, характерно такое явление как популизм, то есть «деятельность, имеющая целью обеспечение популярности в массах ценой необоснованных обещаний, демагогических лозунгов и т.д.»<sup>2</sup>. В настоящее время популизм используется как метод

---

<sup>1</sup> Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2015. С. 132.

<sup>2</sup> Василик М. Политология : Словарь-справочник. М., 2001. С. 28.

намеренного воздействия на аудиторию средств массовой информации. Этот прием используют средства массовой информации при решении политических, экономических и других задач.

Популизм в журналистике – «совокупность информационных, жанровых, тематических, стилистических и т.п. свойств текстового, звукового, визуального материала, обусловленных специфической задачей завоевания абсолютного (полного) доверия у подавляющего большинства аудитории СМИ – на базе конкретных потребностей аудитории, с учетом ее интересов, ожиданий, предпочтений»<sup>1</sup>.

Явление популизма было характерно в 90-е годы XX века в материалах альтернативной печати и во время выборных кампаний. В таких материалах отражались разные точки зрения и мнения, порой они взаимоисключали друг друга, освещались различные вопросы политической, экономической, культурной и других сфер деятельности.

Средства массовой информации, для которых характерно явление популизма, обладают рядом отличительных черт. Смысл текста становится предельно простым и лежащим на поверхности, информация подается упрощенно, с помощью тезисов, используются острые оценки политических, экономических и других явлений действительности. Подобное явление оказывает влияние и не стиль речи в материалах. Используются элементы разговорной речи, большое количество сравнений, эпитетов, диалектизмов и т.д.

Основной признак подобных материалов – это острая постановка проблемы, акцентирование внимания на ситуациях, которые интересны подавляющему большинству людей в данный момент действительности. Информация подается неполной, порционно. Оценки и суждения смягчены, аргументы и факты подаются таким образом, что доверие аудитории к материалам подобного рода усиливается.

---

<sup>1</sup> Олешко В. Ф. Журналистика как творчество. Екатеринбург, 2002. С. 121.

Подобные материалы в СМИ очень часто связаны с индивидом, который довольно знаменит и известен для массовой аудитории, или вокруг этой личности с помощью СМИ создан определенный образ, «ореол» непризнанности и скандальности.

Вышеизложенные факты не доказывают, что такое явление журналистики как популизм используется только с негативными и корыстными целями и должно быть ассоциировано с фальшью и ложью. Популистская журналистика - это также «митинговая журналистика». Это явление необходимо на этапе демократического развития общества. Также, некоторые элементы популизма допустимы при обратной связи с аудиторией средств массовой информации. Так как особенности современной жизни общества (например, высокий темп передачи информации) вынуждают журналистов использовать приемы популизма в своей деятельности. Однако очень важно не допустить, чтобы эти методы стали решающими в информационной деятельности издания.

Манипулятивные возможности средств массовой информации на основе работы «Манипулирование личностью» Е. Грачева, можно классифицировать следующим образом:

1. Искажения информации, которые объяснимы индивидуальными особенностями личности, психики, личными симпатиями или политическими пристрастиями людей, которые создают информационные продукты в сфере массовой коммуникации.

2. Манипуляции могут быть обусловлены экономическими, политическими или социальными условиями, в которых ведут свою деятельность средства массовой информации. Средства массовой информации зависят от некоторых социальных субъектов. Эта зависимость может проявляться как в экономической, так и административной форме. Первая форма зависимости проявляется в том, что средства массовой информации в условиях рынка выполняют заказы различных клиентов, рекламодателей и компаний с крупным капиталом. Вторая форма зависимости –

административная, это значит, что на средства массовой информации оказывают значительное влияние учредители и издатели.

3. Сам процесс функционирования СМИ предусматривает искажение информации. Чтобы привлечь внимание аудитории и расширить ее, средства массовой информации полагаются на общие правила и принципы при подготовке материалов.

Исследователь политологии В.П. Пугачев отмечает: «взятые ими (СМИ) на вооружение принципы отбора материалов плохо совместимы с глубокими аналитическими сообщениями часто препятствуют созданию информационной картины мира, более или менее адекватной реальности»<sup>1</sup>. Ученый выделяет пять принципов:

- приоритетность той или иной информации для массовой аудитории и привлекательность темы. СМИ в соответствии с этим принципом очень часто затрагивают такие важные и значимые темы как терроризм, безопасность граждан, экологические, техногенные и производственные катастрофы.

- неординарность фактов. Информация об обычной человеческой жизни может быть представлена значительно меньше, чем информация о чрезвычайных происшествиях – военный конфликт, катастрофа, преступления, аварии и т.д. В таких случаях это характеризует склонность средства массовой информации к сенсации, негативным тенденциям и т.д.

- новизна фактов. Новые события в культурной, политической, экономической жизни общества, научные открытия, социальные достижения и т.д. Эти темы освещаются в средствах массовой информации, чтобы привлечь внимание аудитории как к самому СМИ, так и к новым фактам действительности, которые пока не получили широкой огласки.

СМИ уделяют много внимания успехам различных общественных деятелей. Пристальное внимание уделяется политическим деятелям или партиям. Также средства массовой информации в своих материалах много говорят о звездах кинематографа, музыкальной индустрии, спорта, науки и

---

<sup>1</sup> Пугачев В. П. Введение в политологию. М., 1995. С. 260.

культуры. О высокопоставленных лицах, занимающих руководящие должности в различных общественных иерархиях (политическая, экономическая, военная), рассказывают на первых полосах газет и журналов, о них в первую очередь говорят в радио или телевизионных выпусках.

Следовательно, содержание понятия «информационно-психологическая безопасность» в общем виде можно обозначить как состояние защищенности индивидуальной, групповой и общественной психологии и, соответственно, социальных субъектов различных уровней общности, масштаба и организации от воздействия информационных факторов, вызывающих дисфункциональные социальные процессы. Иными словами, речь идет о социальных процессах, которые затрудняют или препятствуют оптимальному функционированию государственных и социальных институтов российского общества и человека как полноправного и свободного гражданина. Центральным объектом информационного воздействия, конечно же, является человек, индивид.

Можно также выделить ряд понятий, отражающих определенные способы, общие механизмы и обобщенные схемы процесса скрытого принуждения людей. К ним, в частности, можно отнести следующие понятия: дезинформирование, блеф в политике, манипулирование в политике, политическая интрига, пропаганда и агитация, недобросовестная реклама и т.п.

Известный российский психолог С. А. Зелинский выделяет несколько методов манипулирования при подаче информации:

- равнодушие – человек изображает безразличие, тем самым ослабляет подозрительность объекта манипуляции
- усталость и расслабленность – когда объект манипулирования находится в таком состоянии, его мозг больше подвержен манипуляции
- эмоции: радость, грусть, восторг – критичность психики ослаблена, человеком проще манипулировать
- благородство – помощь объекту манипуляции в приобретении того, чего он давно хотел



- доверительное отношение – барьер критичности психики также ослаблен и таким человеком легче манипулировать
- раннее совместное участие в каком-либо общем деле – это позволит втереться в доверие к объекту манипуляции
- отсылки на поручение важной персоны – манипулятор ссылается на важное поручение со стороны, при чем это может быть как истинным, так и ложным поручением.
- Вплетение ложной информации в канву правдивой – на фоне правды ложь может остаться незаметной и быть вторгнутой в психику объекта манипулирования.
- Ориентация на настроение объекта манипулирования – если объект критикует кого-либо или что-либо, манипулятор преподносит сведения на фоне критики, если объект манипулирования кого-то хвалит, то на фоне похвалы.
- Невозможность проверить истинность или ложность фактов.
- Вера в ту информацию, которую манипулятор пытается донести до объекта манипулирования – человек так же, как и манипулятор, начинает в это верить, делая это неосознанно.
- Выделение ложных фактов на фоне достоверной информации интонациями или паузами – человек запоминает такие моменты, и именно тогда происходит манипуляция
- Предугадывание момента, когда необходимо совершить манипуляцию – по жестам и мимике можно понять, в какой именно момент необходимо совершить воздействие
- Если манипулятор вызвал у объекта манипулирования симпатию, то ему будет проще манипулировать, так как барьеры психики человека ослаблены и легко подвержены воздействию
- Если манипулятор вызывает сочувствие, то психика объекта манипулирования также ослаблена и на нее легче совершить воздействие

- Совместные действия или сотрудничество объекта манипуляции и манипулятора – человеческая психика имеет особенность запоминать однажды совершенный поступок и переносить его на дальнейшие события

- Манипулятор может показать объекту манипулирования, что у них схожие интересы и взгляды. Это вызовет доверие и уважение у манипулируемого

- Манипулятор выявляет слабость объекта манипулирования – происходит дальнейшее парирование над слабостями объекта

- Манипулятор шантажирует манипулируемого – тем самым он создает иллюзию совершения преступления и за счет этого начинает воздействие на психику объекта манипулирования

- Создание атмосферы, в которой объект манипулирования будет чувствовать себя спокойно и расслабленно – цензура психики ослабевает, что является легким способом манипулирования

- – Манипулятор вызывает интерес у объекта манипулирования – самый простой способ манипулирования, основанный на интересе манипулируемого к манипулятору

- У манипулятора есть одна правдивая информация, и есть вторая информация, схожая с первой, но она является ложной – в таком случае высока вероятность, что ложная информация не вызовет недоверия у манипулируемого

- Забота и беспокойство об объекте манипулирования – тем самым манипулятор играет на ослабленности барьера критичности и добивается своих целей с помощью манипулирования.

Популярные методы манипулирования в СМИ согласно исследователю Г. Грачеву:

- создание такой информационной картины, в которой невозможно отличить правду от лжи, важное от неважного;

- использование громких оценочных высказываний и ярлыков;

- преобладание эмоций над логической и рациональной составляющей;
- использование антиисторичных ассоциаций;
- изобилие статистики и социологических исследований;
- обращение к эпатажным экспертам;
- умолчание о некоторых фактах;
- искусственное создание конфликтных ситуаций;
- искажение мнения собеседника.

Одним из самых мощных источников манипулирования общественным сознанием среди СМИ остается телевидение. При грамотном сочетании видеоряда, звукового сопровождения и текста гораздо проще манипулировать сознанием аудитории и создавать определенную картину действительности. Политолог и публицист С. Г. Кара-Мурза в своей книге «Манипуляция сознанием» выделил способы манипулирования, которые используются на телевидении. Также способы манипулирования, распространенные на телевидении, можно отнести к Youtube - интервью.

1. Фабрикация фактов. В этом случае «манипуляторы говорят правду только тогда, когда сведения могут быть легко проверены»<sup>1</sup>. Когда информацию проверить сложно или практически невозможно, манипуляторы могут искажать факты, подавать сведения под нужным углом.

2. Отбор материала. Этот способ манипулирования основан на отборе информации, которая будет доведен до аудитории. При формировании информационной повестки выбираются именно те события, которые СМИ считают нужным донести до аудитории. Допускается освещение острых тем, но подача таких материалов строго контролируется, и не выходит за рамки дозволенного.

3. Черная информация. При этом способе манипуляции используются материалы пропаганды. Пропаганда – также один из мощнейших способов

---

<sup>1</sup> Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2015. С. 486.

манипулирования общественным сознанием. С помощью пропаганды СМИ могут легко навязать аудитории определенные психологические установки, мнения, эмоций.

4. Большая толпа. Основная цель телеканалов, которые активно манипулируют общественным сознанием – превращение аудитории в толпу, которой легко управлять. Управлять такой аудиторией гораздо проще. Ей очень легко манипулировать, навязывать свои идеи и мнения.

5. Утверждение и повторение. Если существует необходимость сосредоточить внимание аудитории на определенном факте, то в журналистском материале этому факту уделяется особое внимание и вокруг него строится повествование. Также информация, на которой нужно сосредоточить внимание аудитории несколько раз повторяется в материале. За счет этого приема удается создать иллюзию значимости события, и, следовательно, сосредоточить внимание аудитории на нем.

6. Дробление и срочность. Информация делится на несколько частей, между которыми располагаются отвлекающие маневры. Например, между двумя важными фактами можно поставить рекламу. За счет этого аудитории сложно соединить эту информацию в одно целое и полноценно осмыслить ее. Также информация может подаваться как срочная, которую необходимо как можно скорее донести до аудитории. За счет этого у зрителей также формируется мнение, что эта информация очень важна и значима.

7. Упрощение, стереотипизация. Эти приемы используются для того, чтобы приучить аудиторию мыслить узко, шаблонно и стереотипно. Ведь такой аудиторией проще управлять, ей проще навязать определенные установки и мнения.

8. Сенсационность. Сенсационное событие становится главной темой новостного выпуска. Именно на этом событии больше всего сосредоточено внимание. Эта информация может быть недостоверной, может быть взята из недостоверного источника. Обычно такие материалы используются для

прикрытия или замалчивания какого-то другой важной информации, о которой СМИ не хотят сообщать аудитории.

9. Подмена понятий и изменение смысла слов. За счет этого приема информация может быть искажена до неузнаваемости. Это используется также в целях сокрытия какого-либо факта действительности. Факт искажается настолько, что его истинный смысл утрачивается.<sup>1</sup>

Таким образом, манипулирование – это прием воздействия на общественное сознание с целью создания у аудитории определенных мыслей, стереотипов, установок и т.д. Манипулирование осуществляется в различных видах СМИ и в различных журналистских жанрах. Как было сказано выше, именно у телевидения существуют дополнительные возможности манипулирования общественным сознанием за счет видеоряда и звукового сопровождения. Именно эти особенности телевизионного вещания могут создавать дополнительные возможности для реализации приемов манипулирования. Яркое изображение на экране отвлечет внимание зрителя от слуховой информации, и информация, от которой необходимо отвлечь внимание, отойдет на второй план.

В своей книге «Манипуляция сознанием» С. Г. Кара-Мурза приводит следующий пример манипулирования на телеканале Россия 24. Во время Генеральной ассамблеи ООН в 2015 году телеканал сообщил информацию: представители российской делегации покинули зал Генеральной ассамблеи ООН во время выступления Порошенко. «На самом деле вышла не вся делегация, а лишь несколько человек, часть дипломатов осталась в зале, однако впечатление, произведенное новостью на телезрителей, оказывается сильным. Действия российских дипломатов обсуждаются, оцениваются, в социальных сетях возникают дискуссии: считать поведение российской делегации эпатажным или справедливым»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2015. С. 483 – 387.

<sup>2</sup> Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2015. С. 488.

Один из самых популярных жанров журналистики, для которого характерно активное использование приемов манипулирования – портретное интервью, так как именно в этом жанре манипуляция может нести двусторонний характер. Манипуляция может быть направлена от героя к журналисту и наоборот. Приемы манипулирования активно используются не только в традиционных СМИ, но и в новых медиа. Новые медиа исследователь в области философии С. Г. Носовец определяет как «социальные сети (Facebook, Вконтакте, Google+ и пр.), блог-платформы (LiveJournal, Bloggeri др.), микроблоги (Twitter, Tumblr), интернет-СМИ и поисковые службы»<sup>1</sup>. К этому явлению относится также площадка Youtube. Именно на этой площадке сегодня представлено большое количество портретных интервью.

## 1.2. Телеинтервью как диалоговый жанр масс-медиа

Основная форма человеческой коммуникации – диалог, имеющая огромное значение в журналистике. На принципе диалога построены многие журналистские жанры – беседа, очерк, интервью. Также интервью это не только журналистский жанр, но и ключевой метод сбора информации. Именно поэтому можно сказать, что интервью является ведущим способом создания журналистских материалов любых жанров.

В современном мире один из самых распространенных жанров как в традиционных, так и в Интернет-СМИ – интервью. Популярность диалоговых жанров журналистики очевидна, ведь при помощи диалога «действительность осмысливается с позиции реально существующего человека: проводится (пусть субъективная) ее структуризация, обозначается набор определенных ценностных установок, что значительно облегчает процесс усвоения информации».<sup>2</sup> Наиболее близким к диалогу жанром является именно интервью. Интервью согласно определению Е. Б. Сахновой, автору работы

---

<sup>1</sup> Носовец С. Г. Новые медиа : к определению понятия. Омск, 2016. С. 39.

<sup>2</sup> Янчева Н. Ю. Автопортрет в интервью. Воронеж, 2011. С. 3.

«Жанр интервью и его модификации», «это особый жанр, в определениях которого различаются интервью-способ получения информации и интервью-способ предоставления информации».<sup>1</sup> Это жанр, «в котором журналист с помощью системы вопросов помогает интервьюируемому как можно полнее, логичнее и последовательнее раскрыть заданную тему в процессе общения».<sup>2</sup> Интервью, по определению М. М. Лукиной, исследователя в области журналистики, «есть беседа двух людей не просто для обмена сведениями, а с целью создания нового информационного продукта – актуального, общественно значимого, предназначенного для публикации».<sup>3</sup> Как считает интервьюер Л.П. Плешаков, интервью – это самое главное в журналистике, так как «с интервью начинаются все журналистские жанры, будь то очерк, репортаж или криминальный материал».<sup>4</sup> Жанру интервью присущи несколько основных признаков:

- «1) целенаправленность беседы для ее распространения в СМИ;
- 2) публичный характер разговора;
- 3) интервьюируемый – общественно значимая фигура;
- 4) непосредственное общение собеседников;
- 5) вопросно-ответный комплекс;
- 6) двуадресность – предназначенность для информирования и воздействия не только на участников диалога, но и на читателя (зрителя, слушателя)».<sup>5</sup>

В российской журналистике жанр интервью был полностью сформирован к 50-м годам XX века. Особенности жанра интервью того времени были изобилие речевых штампов, сухость изложения и однотипные вопросы. Спустя 10 лет интервьюеры стали отходить от штампов, стараясь сделать интервью более интересными для аудитории. Можно сказать, что 60-е годы XX века – это время расцвета жанра интервью в российских СМИ.

---

<sup>1</sup> Сахнова Е. Б. Жанр интервью и его модификации. Саратов, 2013. С. 98.

<sup>2</sup> Зайченко А. Н. Специфика интервью в системе журналистских жанров. М., 2015. С. 83.

<sup>3</sup> Лукина М. М. Технология интервью. М., 2003. С. 7.

<sup>4</sup> Плешаков Л. Вопросы-ловушки, или как проверить непроверяемое. М., 2001. С. 46.

<sup>5</sup> Иванова И. В. Жанр интервью : формы бытования и языковые особенности. Астрахань, 2009. С. 9.

Исследователь в области журналистики Э. Х. Шарапов в своей работе «Интервью: исторический и теоретический аспекты», приводит такое отмечает, что «в наши дни интервью становится во главе всех жанров журналистики во всех средствах массовой информации».<sup>1</sup>

Трансформация и полноценное раскрытие жанра произошли благодаря развитию технических средств, и появлению телевидения и радио. Как отмечает И. В. Иванова в своей работе «Реализация жанра телевизионного интервью в коммуникативном поле современного языка», «телевизионное интервью обогатило жанр традиционного интервью существенным качеством – зрелищностью. Источником информации становится не просто звучащая речь, со всем богатством ее риторики, интонационной, эмоциональной окраски, как на радио, но и мимика, жест, поведение собеседников, а нередко и окружающая их среда. Именно зрелищностью объясняется особая достоверность и, следовательно, широкое распространение жанра интервью в телепрограммах».<sup>2</sup>

В зависимости от цели интервью делятся на:

- информационные (в основе этого вида интервью лежит получение фактов, необходимых для написания материала)
- аналитические (самое важное здесь – исследование важных вопросов, нахождение выходов из проблемных ситуаций)
- портретные интервью (создание образа героя и полноценное его раскрытие в журналистском материале).

Именно в портретном интервью «главный интерес сосредоточен на партнере, акцент делается на неординарности личности, чертах, выделяющих личность из числа других».<sup>3</sup>

Портретное интервью обладает несколькими функциями:

- познавательная;
- социальная;

---

<sup>1</sup> Шарапов Э. Х. Интервью : исторический и теоретический аспекты. Нижневартонск, 2017. С. 390.

<sup>2</sup> Иванова И. Реализация жанра телевизионного интервью в коммуникативном поле современного языка СМИ. Астрахань, 2009. С. 53.

<sup>3</sup> Мельник Г. С. Общение в журналистике : секреты мастерства. Санкт-Петербург, 2005. С. 93.



– идеологическая.

Эти функции реализуются в зависимости от того, какой герой приглашен и какие темы поднимаются в ходе беседы. В. В. Сыченков отмечает основную функцию портретного интервью: «живое человеческое общение, поиск понимания и принятия своего одиночества в мире или познание другого – для отдыха и развлечения (это базовые функции интервью-портрета)».<sup>1</sup>

Портретное интервью – это, как правило, неравные роли интервьюера и героя, и «журналист здесь всего лишь посредник между героем и аудиторией, который помогает интервьюеру раскрыться. Лицо, дающее интервью, интервьюируемый, имеет право на развернутое представление своих впечатлений и мнений».<sup>2</sup> Однако в современной журналистике интервьюер часто отходит от роли посредника и становится полноценным участником диалога. Благодаря этому современные портретные интервью зачастую перенимают черты других журналистских жанров – беседа, дискуссия. Сам интервьюируемый также играет большую роль в создании своего образа в ходе беседы. Этот образ зрители формируют на основе поведения героя, его речи, мимики и жестов, то есть благодаря визуальной информации. Н. Ю. Янчева различает несколько разновидностей портретного интервью:

«1) «вставной автопортрет»: герой как характерный представитель какой-либо группы, профессии;

2) «групповой»: герой среди своего близкого окружения, в разрезе взаимоотношений с другими людьми;

3) «отдельный или естественный автопортрет»: в центре внимания находится исключительно герой, его мысли и чувства, человек как индивидуальность».<sup>3</sup>

В XXI веке под влиянием новых технологий жанр интервью вновь трансформировался и стал приобретать новые черты. Стилистические особенности современного портретного интервью: ориентация на разговорную

<sup>1</sup> Сыченков В.В. Интервью-портрет как тип коммуникации. Казань, 2007. С. 16.

<sup>2</sup> Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д, 2010. С. 130.

<sup>3</sup> Янчева Н. Ю. Автопортрет в интервью. Воронеж, 2011. С. 5.

речь и свободный стиль изложения. Интервьюер всегда был важной частью интервью и для него важно обладать профессиональным мастерством, задавать правильные и грамотные вопросы. Ведь именно журналист транслирует информацию для аудитории. В настоящее время интервьюер стал играть еще более важную роль и его значение в создании общественного мнения значительно возросло. Современные интервью – это не просто способ получения информации, это также возможность для интервьюера презентовать себя, поделиться своим мнением по какому-либо вопросу. Все эти черты вообрал в себя Youtube-интервью как самостоятельный жанр новых медиа, образованный от телевизионного интервью.

Стоит отметить, что ход интервью делится на несколько стадий. Начальный этап – это адаптация героя интервью к новым условиям и к новому собеседнику, а также попытки побороть волнение. Главная задача интервьюера на этом этапе – снять напряжение и расположить героя себе. Именно поэтому первые вопросы – «легкие», «разогревающие» и непринужденные, ответы на которые могут не быть информационно насыщенными, но позволят зрителю сформировать образ героя. Журналисту на начальном этапе следует быть открытым, доброжелательным и заинтересованным, чтобы собеседник почувствовал себя комфортно. После того, как интервьюеру удастся расположить к себе героя, начинается построение беседы, и далее могут звучать самые разные вопросы – неудобные, провокационные, так как контакт собеседников уже налажен. Последняя часть беседы – подведение итогов.

Здесь интервьюеру следует быть особенно внимательным. Именно в конце интервью часто задаются самые главные вопросы, потому что они больше всего запомнятся аудитории. Также итогом интервью могут стать уточняющие вопросы, которые не могли быть заданы в середине диалога, чтобы не перебивать героя.

Следует отметить, какие формы реализации информационной политики телевизионных (и в том числе Youtube-интервью) выделяет Е. П. Прохоров в

учебнике «Введение в теорию журналистики». Информационная политика имеет несколько направлений:

– Позитивно-утверждающая направленность представляет собой в целом положительную оценку. Журналист демонстрирует заинтересованность в обсуждаемом вопросе. Однако здесь стоит подчеркнуть объективность оценки журналиста.

– Критическая направленность заключается в неприятии выдвинутых идей и вопросов. Важно, чтобы критика не была беспочвенной. Журналисту нужно уметь контролировать ситуацию, поскольку он не имеет права выходить за рамки приличий.

– Сатирическая направленность близка к критической. Такой тип позволяет с помощью определенного инструментария продемонстрировать ироническое отношение к высказываниям собеседника, другими словами, посмеяться над его словами.

– Полемическая направленность информационной политики программы предполагает открытую дискуссию с оппонентом на основе заявленных ошибочных и ложных суждений. Если в первом случае возможны резкие «выпады», то во втором необходимо найти компромиссную точку для дальнейшего сближения взглядов.

– Проблемная направленность предполагает поиск решения насущной проблемы, поэтому ее обсуждение является краеугольным камнем данного направления. Главное отметить правильную постановку проблемы и точное определение ее сути».1

Youtube-интервью, которые являются объектом исследования бакалаврской работы, это новый вид журналистского творчества, образованный от телевизионных интервью. Следовательно, допустимо сравнивать телевизионные интервью с Youtube-интервью. С. Н. Ильиченко отмечает, что такая разновидность интервью позволяет интервьюеру «не только

---

<sup>1</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2011. С. 278.

подробностями биографии своего визави у микрофона или в кадре, но и его взглядами, убеждениями. Ситуация интервью-портрета становится структурообразующим элементом, приближающим подобный продукт к очерку».<sup>1</sup>

Наиболее запоминающимися являются портретные интервью именно на радио или телевидении. Также это относится и к Youtube-интервью. Портретные телевизионные интервью обладают рядом основных функций, которые можно отнести и к портретным Youtube-интервью: «живое человеческое общение, поиск понимания и принятия своего одиночества в мире или познание другого – для отдыха и развлечения (это базовые функции интервью-портрета)». <sup>2</sup> Главная функция портретных Youtube-интервью – развлекательная.

Герой в портретном интервью – это всегда интересный для аудитории и социально значимый человек, поэтому важно показать черты его характера, особенности его личности, и выделить его уникальность. Зрителю необходимо разобраться в том, кем является герой, а помогает ему в этом интервьюер. Для этого журналисту необходимо обладать профессиональным мастерством и достаточными знаниями в области журналистики и правилах ведения интервью. Наиболее частый прием, который используют журналисты в портретных интервью – вопросы, которые спровоцируют героя на истинные чувства и эмоции. Получится это или нет – зависит именно от интервьюера. На основе этого можно судить о качестве предоставляемого контента.

Важной частью интервью является процесс подготовки к нему. Это можно назвать начальным этапом работы. Здесь необходима работа с информационными источниками: базы данных, интернет и др. Хорошая подготовка журналиста к интервью, знание своего героя – залог успешного портретного интервью. Еще одним немаловажным фактором, влияющим на качество журналистского материала является грамотная вопросная форма.

---

<sup>1</sup> Ильченко С. Н. Интервью в журналистском творчестве. СПб., 2003. С. 19.

<sup>2</sup> Сыченков В. В. Интервью-портрет как тип коммуникации. Казань, 2007. С. 17.

Существует несколько принципов построения вопросов:

- 1) хронологический (интервью строится на основе событий, которые развиваются с течением времени);
- 2) логический (собеседники разговаривают о проблемах, конфликтных ситуациях и общественно значимых событиях);
- 3) импровизационный (в центре находится личность собеседника)».<sup>1</sup>

Импровизационный способ наиболее подходит для проведения интервью, так как журналист не может знать заранее, какое направление беседы будет выбрано. Тем не менее, импровизационный способ организации вопросов не отрицает тщательной подготовки журналиста к интервью.

Вопросы по своей форме разделяются на открытые и закрытые. Наиболее благоприятная форма вопросов – открытые, то есть те, на которые нельзя ответить «да» или «нет», которые требуют развернутого ответа. Это позволяет журналисту наиболее полно раскрыть героя. Несмотря на то, что предпочтительной формой вопросов для интервью является открытая форма, закрытые вопросы иногда также необходимы. Они позволяют направить беседу в нужное русло и повлиять на собеседника.

Исход интервью зависит также от того, какую роль для себя выберет журналист. Е.А. Голанова обозначает два ведущих типа современного интервьюера:

- интервьюер традиционно вежлив, корректен, придерживается норм публичного общения, вопросы, как правило, подготовлены заранее;
- интервьюер – представитель «новой волны» журналистов, обладает своей «языковой маской», психологической раскованностью и свободой в выборе языковых средств, вопросы часто не готовятся вовсе.<sup>2</sup>

Когда интервьюер выбирает роль для проведения интервью, ему важно понимать особенности своего героя. Если журналист будет полностью подстраиваться под интервьюируемого, то это может быть воспринято как

---

<sup>1</sup> Колесниченко А. В. Практическая журналистика. М., 2008. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.htm> (дата обращения: 13.05.2019).

<sup>2</sup> Голанова Е. И. Устный публичный диалог : жанр интервью. М., 2002. С. 435.

наигранность и заискивание. В таком случае герой не сможет доверять журналисту и интервью может не получиться полноценным. Самым верным решением будет использование журналистом нескольких масок в зависимости от того, какой ход приняла беседа и как себя ведет герой. Очень часто журналисту-хамелеону удастся найти общий язык со своим героем и наиболее полно раскрыть его личность для аудитории, сделав интервью интересным и познавательным.

Таким образом, жанр интервью – это и способ предоставления, и способ получения информации. Главное различие интервью и других жанров – это построение текста/сюжета на диалоге. В интервью немаловажной частью работы является выбор журналистом своей роли. Именно это зачастую и является приемом манипулирования героем. В Youtube-интервью приемы манипулирования могут проявляться также в визуальной, аудиальной составляющей. Это происходит за счет визуализации информации, которая позволяет наиболее полно оценить роли журналиста и героя, а также понять зрителю, как и где именно манипулируют им самим, и, как следствие, отличать ложную информацию от правдивой.

## ГЛАВА 2 МАНИПУЛЯЦИЯ В YOUTUBE-ИНТЕРВЬЮ

### 2.1. Youtube-интервью как новый жанр массмедиа

Как отмечают исследователи, за последние несколько лет привычная система СМИ значительно изменилась. Все большую популярность набирают различные виды Интернет-СМИ: информационные порталы, теле- и радиовещание в веб-пространстве, блоги и т.д. В современном мире Интернет-порталы зачастую существуют как самостоятельный тип СМИ, а не как Интернет-версия традиционных СМИ. Одним из таких примеров может послужить видеохостинг Youtube. Аудитория видеохостинга Youtube по разным данным составляет от 1,8 до 2 миллиардов пользователей по всему миру. Популярен не только видеохостинг Youtube, но и другие виды Интернет-СМИ как разновидность новых медиа. Человечество стремительно переходит в Интернет, предпочитая новые медиа традиционным СМИ. Согласно исследованию медиалаборатории РИА совместно с ВЦИОМ, сегодня Интернет – неотъемлемая часть жизни человека: «на сегодняшний день доля интернет-пользователей в России довольно высокая — 80% наших сограждан с той или иной периодичностью пользуются интернетом. В том числе 65% выходят в сеть ежедневно»<sup>1</sup>.

Несмотря на большую популярность видеохостинга Youtube, исследователи не выделяют четкого определения для Youtube-платформы. Однако на основе опыта ученых, изучающих особенности видеохостинга как площадки для размещения и просмотра видео, можно вывести своё определение.

Youtube – видеохостинг, содержащий огромное количество видеофайлов самой разной направленности. Среди них музыкальные клипы, фильмы, социальные ролики, выпуски новостей различных телекомпаний со всего мира

---

<sup>1</sup> РИА Новости : официальный сайт. URL: <https://ria.ru/20180920/1528949077.html> (дата обращения 11.05.2019).

и проч. Пользователи могут самостоятельно загружать, просматривать и комментировать видеоролики, а также делиться ими с другими пользователями.

Сначала Youtube позиционировал себя только как видеохостинг, но теперь это еще и площадка для журналистского творчества. Все больше знаменитых журналистов создают свои каналы именно на платформе Youtube. Яркий пример – журналисты Ксения Собчак, Владимир Познер, Леонид Парфенов, Александр Невзоров, Юрий Дудь. Аудитория «устала» от традиционных форм подачи информации и достаточно быстро привыкла к такому виду журналистских материалов. Шоу Юрия Дудя на YouTube-канале появилось в феврале 2017 года. Уже в июне этого же года количество подписчиков превысило отметку 800 тысяч, а видео были просмотрены около 30 миллионов раз. Более 5 с половиной миллионов человек сегодня смотрят Youtube-канал Юрия Дудя.

Переход журналистов в Youtube связан с массовым переходом зрителей в интернет, а также жесткой редакционной политикой, которая есть во многих телевизионных, радиальных или печатных СМИ, из-за которой журналисты не могут выразить свое внимание. Противостояние телевидение-Интернет на сегодняшний день очень актуально: «несмотря на то, что телевидение пока остается наиболее распространенным СМИ (в первую очередь, по причине широкого охвата 18 своим сигналом – на 98% территории страны), Интернет продолжает отвоевывать позиции у некогда безальтернативного ТВ (особенно в крупных городах). Усиливает темпы миграция аудитории в Интернет и явление кризиса доверия к традиционным медиа».<sup>1</sup> Так как А. А. Ефанов в своей работе «Хайпы в современном поле медиа» указал, что аудитория все меньше доверяет привычным СМИ. Можно сказать, что новые медиа более «честные», так как журналисты говорят и пишут о том, о чем умалчивают их коллеги в традиционных СМИ. За последние два года Интернет «переманил» значительную часть телевизионной аудитории. Даже представители старшего поколения все больше становятся активными Интернет-пользователями.

---

<sup>1</sup> Ефанов А. А. «Хайпы» в современном поле медиа. М., 2018. С. 64.



Аудитория сети в России в 2019 году составляет более 90 млн. Согласно исследованию журнала Forbes «уже более пяти интернет-площадок (Google, Yandex, «ВКонтакте», YouTube, Mail.ru) обгоняют «Первый канал» по объему месячной аудитории». <sup>1</sup> Популярность площадки Youtube отмечают сразу несколько исследователей, один из которых В. Ю. Александрович: «каждую минуту на YouTube загружается более 48 часов видео, а каждый день осуществляется более 3 млрд просмотров. YouTube легко синхронизируется с наиболее популярными социальными сетями (Facebook, Вконтакте, Twitter, Google+), способствуя дальнейшему распространению информации. Практически 12 млн пользователей связывают свой аккаунт в YouTube, по крайней мере, с одной социальной сетью, чтобы автоматически делиться видео»<sup>2</sup>. Статистические данные лишь подтверждают популярность Youtube.

Аудитория YouTube не только смотрит фильмы, клипы, размещенные на видеохостинге, но и с помощью видеороликов-советов, обзоров находит ответы на многочисленные вопросы, приобретают новые навыки и даже становятся знаменитостями. Контент Youtube потребляют люди самого разного возраста: «YouTube охватывает 82% населения России в возрасте от 18 до 44 лет (Mediascope, Web Index, Март 2018, Россия 100+, Все 12–64), и эта статистика актуальна как для крупных городов, так и для небольших. Например, в Москве это показатель составляет 80%, а в городах с численностью 100–400 тыс. жителей — 78%»<sup>3</sup>. Средний возраст пользователей YouTube, согласно вышеупомянутому исследованию Медиаскоп, от 25 до 45 лет. При чем большая часть пользователей – женщины.

Что касается финансового благополучия, аудитория Youtube – состоятельная и платежеспособная, но по большей части это люди с достойным уровнем дохода: «42% пользователей с доходом выше среднего, и почти 40%

---

<sup>1</sup> Forbes : официальный сайт. URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/344779-internet-vs-tv-voyna-formatov-kak-uhod-veshchaniya-v-internet-prostranstvo> (дата обращения 12.05.2019).

<sup>2</sup> Александрович В. Ю. Видеохостинг Youtube как площадка для развития гражданской журналистики. Красноярск, 2018. С. 174.

<sup>3</sup> Sostav : официальный сайт. URL: <https://www.sostav.ru/publication/vtoroj-po-populyarnosti-posle-pervogo-kanala-podrobnyj-obzor-auditorii-rossijskogo-youtube-2018-34539.html> (дата обращения 13.05.2019).

— со средним. В то же время чуть больше 30% аудитории — специалисты, а почти по 15% приходится на служащих и учащихся».<sup>1</sup>

Тематика видео на Youtube – уроки кулинарии, обучение иностранным языкам и игре на музыкальных инструментах, обзоры на новую технику, отзывы о заведениях, рекламные ролики, клипы, фильмы, сериалы, новости и многое другое. Контент Youtube имеет огромную популярность в связи со своей уникальностью, которая в меньшей степени характерна для современного телевидения: «по этому показателю YouTube опережает Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники», Ivi.ru и «Первый канал».<sup>2</sup>

Youtube в современном мире – это не только развлечения, досуг, культурное времяпрепровождение и отдых. Это еще и способ самовыражения, развития и профессионального роста. Многочисленные уроки помогают аудитории получить ответы на необходимые вопросы и дополнить свои знания новыми фактами.

Уникальный контент на Youtube-платформе – это также блогосфера, которая с каждым годом становится все популярнее, а также это возможность не только для журналистов, но и для любого человека проявить свои творческие и профессиональные качества. Значительный вклад в развитие этой области внёс российский журналист Юрий Дудь. Ему удалось «освежить» жанр портретного интервью благодаря уникальной подаче, а именно: более неформальная обстановка во время записи интервью, которая располагает интервьюируемого к журналисту. Место для проведения интервью – это не обязательно студия и деловые костюмы, это может быть любая локация, которую предпочтут собеседники. Переход на личные темы, которые, как правило, не затрагиваются журналистами в традиционных СМИ – еще одна особенность Youtube-канала «вДудь», а также других подобных каналов. Практически полное отсутствие ограничений связано с тем, что журналистские

---

<sup>1</sup> Sostav : официальный сайт. URL: <https://www.sostav.ru/publication/vtoroj-po-populyarnosti-posle-pervogo-kanala-podrobnyj-obzor-auditorii-rossijskogo-youtube-2018-34539.html> (дата обращения 13.05.2019).

<sup>2</sup> Там же: <https://www.sostav.ru/publication/vtoroj-po-populyarnosti-posle-pervogo-kanala-podrobnyj-obzor-auditorii-rossijskogo-youtube-2018-34539.html> (дата обращения 13.05.2019).

каналы на Youtube-платформе можно отнести к независимой форме СМИ, так как на них не влияют представители государственной власти и другие структуры. На некоторых Youtube-каналах допустимо употребление ненормативной лексики, что недопустимо в материалах традиционных СМИ. Наполнение Youtube-каналов происходит также по усмотрению журналиста: «практически неограниченная свобода действий, а главное, высказываний на YouTube — это как раз то, за счет чего эти каналы набирают миллионы и миллионы новых подписчиков».<sup>1</sup>

Новые тенденции значительно повлияли на форму и содержание Youtube-каналов, а также на новый жанр, сформированный в условиях новых медиа — Youtube-интервью. Прослеживается более раскрепощенное поведение как интервьюера, так и интервьюируемого: «приобретает значение актерская составляющая человека, находящегося в кадре. Не то, что он говорит, а как он шутит и непринужденно делится своими историями с аудиторией».<sup>2</sup> Информация, которую получает аудитория преподносится в необычных и даже причудливых формах. Журналист все ярче проявляет свою личность в интервью, становясь полноценным его участником. В Youtube-журналистику все больше вплетаются элементы блогосферы.

Именно Юрий Дудь стал «законодателем моды» российского Youtube. Новый формат оценила не только аудитория, но и другие журналисты. Вслед за популярным Youtube-каналом «вДудь», появились: «А поговорить?», GazLive, «Говорящие головы», «The люди», «ОМ Олега Меньшикова», «ещенепознер», Agent Show, «Вписка», Big Russian Boss, «Нежный редактор» и другие. Каждый Youtube-канал имеет свою тематику: шоу-бизнес, политика, экономика, музыка и другие сферы человеческой деятельности. Каждый потребитель Youtube-контента сможет найти подходящий для себя канал.

---

<sup>1</sup> Rambler : официальный сайт. URL: <https://news.rambler.ru/other/41389849-dudzatsiya-rossiyskogo-youtube/?updated> (дата обращения 16.05.2019).

<sup>2</sup> Newtonew : официальный сайт. URL: <https://newtonew.com/culture/kak-dud-spasaet-intervyu-kak-zhanr> ((дата обращения 16.04.2019).

Youtube-интервью обладают рядом характеристик, которые делают их более выигрышными по сравнению с телевизионными, радиийными и печатными интервью. Эти плюсы отмечают как исследователи нового явления – Youtube-журналистики, так и медийные личности. Например, режиссер Юрий Быков говорит о значимости интервьюера: «легкий, открытый, цепкий, прагматичный и целеустремленный интервьюер оказался совершенно неожиданно для себя и всех нас очень востребованным».<sup>1</sup>

Уже сейчас у Youtube-канала «вДудь» более 5 с половиной миллионов подписчиков. Согласно новости, опубликованной на Интернет-портале РБК «Взрыв интернет-популярности Дудь объясняет просто: он стал поставщиком контента, которого в Youtube не было и который по содержательности соответствует ведущим медиа».<sup>2</sup>

Таким образом, современный Youtube – это не просто видеохостинг, теперь это еще и новая площадка для журналистского творчества, позволяющая экспериментировать с форматами и жанрами. Youtube как новое пространство для работы журналистов – явление новое, поэтому его изучение представляет исследовательский интерес. Также такое явление как манипулирование в Youtube-интервью изучено недостаточно. Изучение приемов манипулирования в портретном интервью, а именно в новом формате - Youtube-интервью представляет исследовательский интерес потому, что в этом журналистском жанре манипуляция может проявляться сразу в нескольких видах: интервьюер может манипулировать интервьюируемым и интервьюируемый может манипулировать интервьюером. Так как Youtube-интервью предоставляет больше свободы для собеседников, и минимальные ограничения, то приемы манипулирования могут отличаться от ранее представленных в научных исследованиях. В зависимости от способа подачи информация приобретает

---

<sup>1</sup> Newtonew : официальный сайт. URL: <https://newtonew.com/culture/kak-dud-spasaet-intervyu-kak-zhanr> ((дата обращения 16.04.2019).

<sup>2</sup> РБК : официальный сайт. URL: <https://newtonew.com/culture/kak-dud-spasaet-intervyu-kak-zhanr> (дата обращения 17.05.2019).

уникальные черты, исследовать которые предстоит во второй главе в пункте 2.2 бакалаврской работы.

## 2.2. Анализ Youtube-интервью на приемы манипулирования

Анализ Youtube-интервью с точки зрения использования приёмов манипулирования на канале «вДудь»

На канале «вДудь» 5 февраля 2019 года вышло интервью с Дмитрием Киселёвым, генеральным директором международного информационного агентства "Россия сегодня".

Если рассматривать политические вопросы, которые Дудь задаёт Киселёву, то интервьюер выбрал позицию «чайника» и человека, который «в политике не так глубоко»<sup>1</sup>. Это даёт возможность проявить себя Киселёву как «фронтмену политического телевидения России»<sup>2</sup>, быть на несколько ступеней выше и, как следствие, раскрыться более полно.

Первый вопрос, связанный с политикой, был про репортаж из Венесуэлы. Киселёв, ожидая подвоха в этом вопросе, разнервничался и допустил при ответе лексическую ошибку: «он рассказывал то, о чём видит»<sup>3</sup>. У Дмитрия филологическое образование и, следовательно, при высоком уровне речи допускать такие ошибки недопустимо. Также Дудь просил прокомментировать, почему в сюжете не указаны многие интересные факты, на что Киселёв ответил: «Нельзя привести все факты. Информация – это всегда её отбор»<sup>4</sup>. В данном случае, Киселёв прямо заявляет, что в сюжете про Венесуэлу используется такой приём манипулирования, как отбор материала, который будет доведён до аудитории. Также в сюжете умалчиваются некоторые факты, что также является манипулятивным приёмом. Киселёв, опираясь только на

---

<sup>1</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE&t=1131s>. (дата обращения 17.05.2019). Тайм-код 11:23.

<sup>2</sup> Там же. Тайм-код 11:18.

<sup>3</sup> Там же. Тайм-код 12:37.

<sup>4</sup> Там же. Тайм-код 14:53.

своё видение ситуации и задачи, поставленные телеканалом «Россия 1», представил картину события не в полной мере: «Я считаю эти факты несущественными для госпереворота. То есть важно было показать, что в стране возникло двоевластие, оно губительно. Я абсолютно убеждён, что Венесуэла от этого лучше жить не станет»<sup>1</sup>. Это подтверждают употребляемые им выражения: «Я считаю», «Важно было показать», «Я абсолютно убеждён».

Дудь переходит ко второму сюжету про Курильские острова, в частности про остров Шикотан. В этом вопросе Юрий сделал акцент на ещё один Курильский остров, остров Итуруп, в частности про посёлок Горное. Слова Киселёва постепенно меняют свой окрас от полной уверенности до неуверенности и предположений. В начале он говорит, что «дело в том, что репортаж про остров Итуруп у нас был в предыдущей программе, а сейчас это был репортаж с острова Шикотан. Там, как известно, речь идёт о 4 островах: Итуруп, Хабомаи, Шикотан и Кунашир, так что в данном случае репортаж был об острове Шикотан».<sup>2</sup> Далее Дудь уточняет, было ли в этом репортаже про Итуруп упоминание посёлка Горное, и Киселёв уже точно не уверен, было ли это событие на самом деле: «Я сейчас точно не могу вспомнить, Горное это называется или нет. Для меня было важно название острова».<sup>3</sup> Теперь он начинает дольше обдумывать свой ответ, чтобы интервьюер не смог задать какой-то сложный и провокационный вопрос, делает большие паузы. А также переводит тему разговора с острова Итуруп на остров Шикотан: «Мы показали такие[острова], не помню, даже из Горного у нас и был репортаж, мы показали и такие острова, и, например, сказали, что на Шикотане нет ни одного квадратного метра асфальта». И на заявление Дудя о том, что это было сказано «очень вскользь», Киселёв жёстко парировал: «Это ваше оценочное суждение. Мне кажется, что мы показали это очень внимательно»<sup>4</sup>. В данном случае, чтобы отвлечь внимание от своей персоны, Киселёв применил тактику

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм-код 15:05.

<sup>2</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE&t=1131s>. (дата обращения 17.05.2019).

<sup>3</sup> Там же. Тайм-код 20:16.

<sup>4</sup> Там же. Тайм-код 21:57.

нападения и уличения в некомпетентности Дудя как журналиста, что будет часто встречаться в этом интервью. Также Киселёв снова употребляет такую конструкцию: «наша задача была показать людей, которые верят в своё будущее на этих островах, и наша задача была показать семьи, которые планируют остаться на этих российских островах и жить там, где они сейчас живут»<sup>1</sup>. Эта, поставленная телеканалом «Россия 1», задача не позволяет показать объективную ситуацию, которая происходит на острове. Что подтверждает факт использования в сюжетах такого манипулятивного приёма, как отбор информации.

Дудь задаёт вопрос, который касается того, что не показывается в программе: «Почему ни в одном выпуске после Нового года не было ни слова про повышение цен? А эта тема волнует всех.»<sup>2</sup>. Киселёв делает большую паузу, пытаясь сформулировать ответ, который бы его не скомпрометировал: «Это собственно не является новостью в данном случае, и мы рассказываем об экономике на России 1 достаточно прямо. И я сам говорю в эфир, что основная проблема, как мне представляется, России - неспособность пока найти ключи от нашего экономического роста. Мы постоянно приводим цифры и неудовлетворительного роста, роста и цен.»<sup>3</sup>. Киселёв назвал «не новостью» один из важных аспектов социальной жизни граждан. Причём Дмитрий снова допускает лексическую ошибку, говоря о неудовлетворительном экономическом росте, и Дудь на неё указывает. Это говорит о нервном напряжении Дмитрия при ответе. Он не был готов к такому вопросу, ответ заранее не был заготовлен, поэтому ему требуется больше времени, чтобы сформулировать мысль. Он делает долгие паузы, оговаривается, перескакивает с одной мысли на другую.

В обсуждении роста цен Дмитрий Киселёв использует противоречивые суждения и выражения. Так, он не может сказать, какие товары подешевели: «я

---

<sup>1</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE&t=1131s>. (дата обращения 17.05.2019).

<sup>2</sup> Там же. Тайм-код 22:56.

<sup>3</sup> Там же. Тайм-код 23:07.

не экономист, у меня это делают экономические обозреватели»<sup>1</sup>. Но может утверждать, что «это не драматичная проблема, и рост цен не драматичен сейчас в России... для подавляющего большинства населения России»<sup>2</sup>. В данном случае, Дмитрий не может говорить за такое большое количество людей. Он не приводит какую-то статистику в качестве аргумента, не является экономистом (подчёркивает не единожды этот факт в интервью). Следовательно, его высказывание – это громкое оценочное суждение, что является манипулятивным приёмом. Чуть позднее, он сам об этом говорит: «это оценочное суждение: оно неприятное, но не драматичное»<sup>3</sup>. Киселёв, уходя от прямого ответа про рост цен, отметил, что они также не рассказывали о росте пенсии. Он перевёл разговор в другое русло, акцентируя внимание на том, что они не говорят не только о отрицательных новостях, но и о положительных.

Следующая тема, затронутая Дудём, касалась пенсионной реформы и пенсии. Стоит обратить внимание на противоречивое поведение Киселёва, когда Юрий спросил о размере его пенсии. Дмитрий сначала пытался сформулировать ответ, выдерживал очень долгие паузы: «...моя мама...»<sup>4</sup>; а затем в агрессивной форме, нападая на Дудя, пытается уйти от ответа: «Вы вот смотрите: можете сейчас спустить штаны и показать свой маленький член, про который Вы как-то раз рассказывали в Вашей передаче?»<sup>5</sup>. Он ясно даёт понять, что не хочет и не будет отвечать на этот вопрос. Тем не менее, по ходу интервью Юрию в других вопросах всё-таки удалось вовлечь интервьюируемого в разговор о деньгах. В данном случае Киселёв применил психологическую уловку, основанную на раздражении оппонента (по Г. Грачёву и И. Мельнику).

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм-код 24:57.

<sup>2</sup> Там же. Тайм-код 25:05.

<sup>3</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE&t=1131s>. (дата обращения 17.05.2019).

<sup>4</sup> Там же. Тайм-код 26:59.

<sup>5</sup> Там же. Тайм код 27:06.



В пенсионной теме Киселёв не один раз будет пытаться уйти от ответа. Например, на вопрос «Вы поддерживаете пенсионную реформу?»<sup>1</sup> Дмитрий не даёт какого-либо чёткого положительного или отрицательного ответа: «Ну просто у России нет других вариантов»<sup>2</sup>. Также в вопросе «Почему пенсионная реформа не грабёж населением государства?»<sup>3</sup>, Киселёв не отвечает на него прямо, а заходит с «демографической позиции». Её нельзя назвать полноценным ответом, а его слова – аргументами. Это можно назвать ответом на вопрос почему мужчины рано умирают, но не на вопрос Дудя. Он это понимает и задаёт уточняющий вопрос: «Объясните, почему это не грабёж? Я сейчас не очень понял, потому что Вы объяснили с позиции вообще другой»<sup>4</sup>, но Киселёв отвечает уже более неуверенно, коротко, не прямо, а общими фразами: «это собственно не является грабежом, потому что человек поживёт на пенсии, мужчина поживёт на пенсии»<sup>5</sup>.

Дудь привёл цитату из материала про пенсионную реформу, написанного женой Киселёва, Марией: «Для многих жизнь — это бездумный забег между выходом из иждивенчества в родной семье до государственного иждивенчества — пенсии.»<sup>6</sup>; и задал вопрос: «Почему Ваша супруга назвала это [пенсию] иждивенчеством?»<sup>7</sup>, хотя в самом тексте ясно указана информация, которая компрометирует Марию: «Она же не пенсию назвала иждивенчеством»<sup>8</sup>. Однако Дудь не имеет при себе этого текста, и его аргумент по поводу интерпретации является лазейкой, чтобы уйти от вопроса: «Вы здесь, Юрий, подменяете понятия.»<sup>9</sup> Киселёв, уличая Юрия якобы в подмене понятий, сам использует этот манипулятивный приём.

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм-код 24:57.

<sup>2</sup> Там же. Тайм-код 28:18.

<sup>3</sup> Там же. Тайм-код 28:32.

<sup>4</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE&t=1131s>. (дата обращения 17.05.2019).

<sup>5</sup> Там же. Тайм-код 29:50.

<sup>6</sup> Там же. Тайм-код 31:40.

<sup>7</sup> Там же. Тайм-код 32:07.

<sup>8</sup> Там же. Тайм-код 32:09.

<sup>9</sup> Там же. Тайм-код 32:15.

В вопросе, касающемся квартиры на Цветном бульваре и её стоимости, Дудю удалось завлечь Киселёва и получить от него более полный ответ, по сравнению с ответом о размере пенсии: «Я всегда хорошо зарабатывал, у меня был один из первых мерседесов в Москве.»<sup>1</sup>. Но когда Юрий уточнил стоимость, указанной в контракте с украинским СМИ, Киселёв жёстко показал, что интервьюер перешёл грань: «мы не уточняем цифры или вы решили всё-таки предъявить своё хозяйство?»<sup>2</sup>. Также Дмитрий подмечает невнимательность Дудя: «Почему? Я же Вам уже сказал, что я работал в частной компании на Украине, где у меня был космический контракт...Мы же говорили об этом, Вы пропускаете что-то?»<sup>3</sup>. Здесь он использует сразу несколько манипулятивных приёмов. Киселёв постоянно повторяет, что у него был «космический контракт», создаёт иллюзию значимости и акцентирует внимание на этом факте; и также уличает интервьюера в невнимательности, что заставляет его нервничать, быстро говорить и переключиться на другой вопрос. Ещё две попытки показать плохую компетентность Дудя произошли в вопросе про дом в Коктебеле. Во время того, как Юрий задавал первый вопрос, Киселёв беззвучно посмеялся и сказал: «Юрий, даже честно говоря, думал о Вас лучше. После того, как Вы сейчас сказали, что он архитектор – он не архитектор»<sup>4</sup>. И во втором вопросе про уволенную Елену Войтову за статью про дом Киселёва, где Дмитрий уже не смеялся, а вздохнул: «Юр, до сих пор я считал, что Вы готовитесь к интервью. Вы сейчас выглядите абсолютно не подготовленным, потому что эта история была описана, и к ней вернулись. Вы бы могли позвонить, например, главному редактору Елене Войтовой и в процессе подготовки поинтересоваться, что же там всё-таки произошло, а потом уже мне задавать вопросы...Вы пользуетесь этой фейковой новостью и сейчас пытаетесь распространять через свои утверждения»<sup>5</sup>. Киселёв также начал

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм-код 36:37.

<sup>2</sup> Там же. Тайм-код 39:54.

<sup>3</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE&t=1131s>. (дата обращения 17.05.2019).

<sup>4</sup> Там же. Тайм код 42:08.

<sup>5</sup> Там же. Тайм-код 47:37.

давать советы Дудю, как нужно правильно готовиться к интервью, тем самым не только понижая авторитет интервьюера, сколько повышая свой авторитет в глазах аудитории, что также является манипуляцией. Затем последовала ещё одна ошибка Дудя в интервью, где он сказал, что брат Киселёва живёт в Германии. Сам Дмитрий, посмеявшись, точно резюмировал: «Вы плохо готовитесь»<sup>1</sup>. В данном случае, Киселёв использовал такой метод манипулирования как раздражение оппонента (по Г. Грачёву и И. Мельнику) и манипуляцию с усмешкой (по С. А. Зелинскому).

В вопросе про журналистку «Эхо Москвы» Татьяну Фельгенгауэр, которой преступник нанёс ножевое ранение в шею, Дмитрий подтверждает свою позицию про несерьёзность ранения: «Оно [ранение] не угрожало жизни»<sup>2</sup>. В данном случае, Киселёв использует такой манипулятивный приём, как громкое оценочное суждение, так как Дмитрий не имеет медицинского образования, он не может заключить экспертного объективного мнения. Если прочитать статью, посвящённую этому происшествию в информационном агентстве ТАСС, то можно отметить следующие факты: «Врачи оценивали ее состояние как тяжелое. Она находилась в сознании, когда была доставлена в операционную. Она была подключена к аппарату искусственной вентиляции легких»<sup>3</sup>.

Юрий также проявил себя некомпетентно в вопросе про телекомпанию Russia Today, которая не относится к телекомпании «Россия 1», и Дмитрий не упустил случая высказать своё отношение к интервьюеру: «Юрий, вы падаете в моих глазах всё ниже и ниже»<sup>4</sup>, что возвышает авторитет интервьюируемого ещё сильнее.

В религиозном вопросе Киселёв также использует такой манипулятивный приём, как громкое оценочное суждение: «Религия воспроизводит ценности из

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм-код 55:19.

<sup>2</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE&t=1131s>. (дата обращения 17.05.2019).

<sup>3</sup> Информационное агентство ТАСС : официальный сайт. URL: <https://tass.ru/proisshestviya/4669782> (дата обращения 17.05.2019).

<sup>4</sup> Там же. Тайм-код 1:14:17.

поколения в поколение и эти критерии всеми принимаются»<sup>1</sup>. Факт того, что религиозные ценности принимаются всеми очень преувеличен, так как есть люди нерелигиозные.

В вопросах, касающихся В. В. Путина, Киселёву нужно больше времени для формулировки ответа, который был бы для него безопасен. Так, на вопрос «за что Вы любите Владимира Путина?»<sup>2</sup>, Киселёв пытается подобрать ответ, сбивчиво и медленно формирует свою мысль: «ну, я скорее его уважаю...»<sup>3</sup>; и тут Дудь задаёт достаточно провокационный вопрос «То есть не любите?». Киселёву сложно уйти от ответа в данном случае, но даже перечисляя положительные стороны президента, ему приходится очень тщательно и долго подбирать слова: «По-крестьянски, я люблю его, конечно... он сохранил государство наше. Я считаю, что даже не просто сохранил, он его воссоздал... Он здесь настоящий, я понимаю, что Вы сейчас уцепитесь в это слово, отец в этом смысле. Психологи говорят, что главная функция отца в семье как главы - это безопасность. И в этом смысле он, конечно, сыграл такую роль в России на этом переломном этапе. Он, наверно, лучший правитель России за многие века»<sup>4</sup>. В данном случае, присутствует пропаганда президента В. В. Путина, усиленная таким манипулятивным приёмом как громкое оценочное суждение: «он...настоящий...отец», «лучший правитель России за многие века», «он его [государство] воссоздал».

Также в вопросе Дудя про низкий рейтинг Путина, Киселёв пытается уйти от критики президента и начинает критиковать правительство: «Я думаю, что правительство тянет рейтинг Путина на вниз»<sup>5</sup>. Далее лояльность к политике президента будет видна более явно. В вопросе «Скажите тогда, за какие вещи вы критиковали Владимира Путина в программе?», Дмитрий избирает тактику косвенной критики: он не критикует конкретные действия в

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм-код 1:15:51.

<sup>2</sup> Там же. Тайм-код 1:22:31.

<sup>3</sup> Там же. Тайм-код 1:22:37.

<sup>4</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE&t=1131s>. (дата обращения 17.05.2019).

<sup>5</sup> Там же. Тайм-код 1:25:35.

работе президента, а только приводит в пример возможные изменения, которые связаны с аппаратом власти, тем самым пытаюсь изменить направление интервью в другую сторону. Дудь продолжает добиваться ответа на свой вопрос и просит больше конкретики: «Какие ошибки на Ваш взгляд допускал Владимир Путин в последнее время? С чем Вы с ним не согласны?»<sup>1</sup>. Киселёв снова уходит от прямого ответа, заявляя, что невыполненные задачи он не может назвать ошибкой. Дудь в более жёсткой и конкретной форме ставит вопрос: «То есть Путин - это человек, которые не допускает ошибок?»<sup>2</sup>. Здесь Дмитрий также слегка проходуется по этой теме: «Нет, наверно, допускает. Он, я думаю, что он иногда слишком доверчиво относится к людям. И, кстати, я думаю, что он сам жалеет, что слишком доверчиво в своё время отнёсся и к Западу и так далее. Я думаю, что он знает свои ошибки здесь. Я думаю, что были человеческие, кадровые – это тоже ошибки, о которых он сожалеет».<sup>3</sup> Киселёв перевёл тему больше к ошибкам президента, как человека, нежели как правителя, что как таковой, критикой не является. Он или знает ошибки Путина, но не будет об этом говорить, либо искренне верит в то, что он допускает так мало ошибок, что Киселёв не может их вспомнить. Дудь в этом вопросе не стал «дожимать» Киселёва, так как более чёткого и внятного ответа всё равно не получил бы.

Подводя итоги анализа интервью с Киселёвым, можно выделить следующие приёмы манипулирования: отбор материала, умолчание о некоторых фактах, перевод с неудобной темы на более удобную, громкие оценочные высказывания, противоречивые суждения, подмена понятий, повтор факта, авторитетность манипулятора, ирония, навязывание ложной глупости, повторяемость фраз, манипуляция с усмешкой

Очень важно проанализировать именно это интервью, так как оно вызвало широкий общественный резонанс.

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм-код 1:28:30.

<sup>2</sup> Там же. Тайм-код 1:29:56.

<sup>3</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE&t=1131s>. (дата обращения 17.05.2019).

*Анализ интервью на канале «А поговорить?..» с Полиной Гагариной.*

На канале «А поговорить?..» 20 мая 2019 года вышло интервью с Полиной Гагариной, певицей, композитором, актрисой, моделью, победительницей проекта «Фабрика звёзд 2», участницей конкурса Евровидение. В качестве интервьюера выступает Ирина Шихман, журналист, ведущая, блогер.

В обсуждении международного конкурса Евровидение Полина Гагарина высказала своё отношение к политике: «Я супер аполитичный человек в плане вот каких-то розг и так далее. Это что-то другое, я про людей, я не знаю»<sup>1</sup>. Притом, что она является советником при президенте РФ по культуре и искусству: «Если я спую раздевайся, ложись...ну, ребят...советник по культуре Российской Федерации. Раздевайся, ложись – я не могу»<sup>2</sup>. Что служит двумя противоречивыми суждениями, так как человек, который занимает определённое политическое место априори не может быть аполитичен.

В вопросе про непопулярность певцов после участия в шоу «Голос», Полина ответила, что это потому что у них нет узнаваемых песен, с помощью которых их можно идентифицировать, и сказала «Ты скажи, кто победил в «Фабрике» номер 5?... Смешно. Конечно, никто не помнит»<sup>3</sup>. В данном случае используется такой манипулятивный приём как использование громкого оценочного высказывания (по Г. С. Грачёву), так как Полина Гагарина не может отвечать за всех людей. Победительницей «Фабрики Звёзд 5» стала Виктория Дайнеко, выпустившая 4 альбома, последний из которых вышел в 2019 году. За жизнью певицы в её аккаунте в Instagram следят 925 тыс. человек. Виктория выложила «сторис» в Инстаграме с отрывком из интервью со словами Полины, добавила подпись «В смысле?» и отметила её, однако

---

<sup>1</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG\\_KUc](https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG_KUc). (дата обращения 18.05.2019) Тайм-код: 24:37.

<sup>2</sup> Там же. Тайм код: 32:54.

<sup>3</sup> Там же. Тайм код: 27:00.

Гагарина никак не стала отвечать на этот вопрос и как-то комментировать ситуацию.

Ирина Шихман задала также актуальный вопрос про проект «Голос. Дети»: «Та ситуация, которая произошла сегодня с дочкой Алсу. Во-первых, как тебе кажется: кто прав, кто виноват?»<sup>1</sup>. Полина замялась, отвернула голову от интервьюера так, что волосы закрыли лицо. Это снизило напряжение, но ей всё равно потребовалось время, чтобы дать ответ. Она делала очень большие паузы между фразами, растягивала гласные в словах, чтобы заполнить молчание, облизывала губы, что также выдавало нервное напряжение: «Ну... во-первых, мне кажется, конечно, что...ситуация...неловкая»<sup>2</sup>. Продолжая отвечать на этот вопрос, Полина уклоняется от прямого ответа, она говорит не про накрутку голосов, а про вокальную составляющую номера Микеллы Абрамовой, дочери Алсу: «Чтобы Вы понимали, это супер сложная песня. Супер сложная песня для профессионала, про ребёнка я молчу вообще...Это должно быть такое дыхание, она начала-то просто потрясающе...и потом я понимаю: ну вот и всё. Потому что закончилось дыхание, потому что она ребёнок, потому что ей 10 лет...Просто можно выбрать, наверное, что-то по её силам. Не её вина в том, что произошло. И это ужасно, что сейчас ребёнок испытывает. Нельзя было так делать, чтобы ребёнок испытывал этого ада, который она наверняка переживает»<sup>3</sup>. Полине не хватает дыхания от напряжения, ей приходится глубоко и шумно вдыхать и выдыхать, она отводит взгляд и облизывает губы. Но интервьюер задала наводящий вопрос, возвращая интервьюируемого к более провокационной стороне вопроса: «Ты там была, насколько можно подтасовать эти результаты?»<sup>4</sup>. Полина отвечает сразу, но под конец ответа она также начала делать паузы, чтобы подобрать правильные слова, вздыхать и отводить взгляд, чтобы снизить напряжение: «Не то чтобы

---

<sup>1</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG\\_KUc](https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG_KUc). (дата обращения 18.05.2019) Тайм-код: 24:37.

<sup>2</sup> Там же. Тайм код: 28:40.

<sup>3</sup> Там же. Тайм код: 27:38.

<sup>4</sup> Там же. Тайм код: 30:16.

подтасовать, а просто... наверно, можно... попросить, чтобы голосовали. Наверно так»<sup>1</sup>.

После обсуждения достаточно провокационной темы, Шихман применяет такой приём манипулирования, как «ложная влюблённость, или усыпление бдительности» «на фоне предварительного формирования у объекта чувства спокойствия и расслабленности и на фоне вызывания у объекта восхищения, симпатии» (по С. А. Зелинскому): «Ты мне это говоришь? Человек, который от начала до конца перекроил себя полностью: от репертуара до внешности? ... Мы только до твоего прихода обсуждали с режиссёром, что этот человек работает над собой как бешенный, каждый раз делает всё лучше и лучше по всем фронтам»<sup>2</sup>. Ирина показывает своё уважение и восхищение Полине, тем самым расслабляя её, делая более восприимчивой к дальнейшим манипуляциям.

При обсуждении периода творчества Полины с продюссером К. Меладзе, Ирина задала достаточно неудобный вопрос: «Позовёт [Меладзе] если назад, пойдёшь?»<sup>3</sup>. Полина, уклоняясь от прямого ответа, сказала: «Я думаю, этого не случится»<sup>4</sup>. Интервьюер, пытаясь получить ответ на вопрос, уточняет: «А если?»<sup>5</sup>. На что Полина остаётся также при своём мнении: «Не случится»<sup>6</sup>. В последний раз Ирина спрашивает: «Что ж ты там наделала такого?»<sup>7</sup>, и интервьюируемый использует такой приём манипулирования как умолчание о некоторых фактах (по Г. С. Грачёву) и логико-психологическую уловку: «Не я. Это была не я»<sup>8</sup>. Ответ сформулирован размыто, что позволяет интерпретировать его по-разному. Это позволяет избежать каких-то обвинений в сторону интервьюируемого, и в последствии он может просто сказать, что его не так поняли.

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм код: 30:18.

<sup>2</sup>Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG\\_KUc](https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG_KUc). (дата обращения 18.05.2019) Тайм-код: 24:37.

<sup>3</sup> Там же. Тайм код: 55:48.

<sup>4</sup> Там же. Тайм код: 55:51.

<sup>5</sup> Там же. Тайм код: 55:53.

<sup>6</sup> Там же. Тайм код: 55:54.

<sup>7</sup> Там же. Тайм код 55:55.

<sup>8</sup> Там же. Тайм код 55:57.



Также Шихман спросила Гагарину, каково ей в качестве советницы по культуре и искусству: «А что ты предложила? У тебя есть какие-то законопроекты для искусства и культуры?»<sup>1</sup> На что Полина снова начинает уходить от ответа и использует такой приём манипулирования как умалчивание о некоторых фактах (по Г. С. Грачёву): «Иногда лучше промолчать, чем говорить. Сейчас это всё находится наверно в стадии разработки, какого-то своего мозгового штурма, естественно, со своей командой»<sup>2</sup>. Она сама не уверена в своих словах, это подтверждает слово «наверно» и можно сделать вывод, что у неё либо нет каких-то предложений в принципе, либо её как артистку устраивает положение дел, которое сейчас наблюдается в культуре РФ.

Интервьюер также затронула тему феминизма: «Ты очень часто заявляешь, что ты феменистка. Что ты в это вкладываешь?»<sup>3</sup>. Полина отвечает на это громким оценочным суждением: «Я вкладываю в это то, что лучше женщины созданий на этом свете нет. Мы можем всё»<sup>4</sup>. Далее интервьюер задаёт более провокационный уточняющий вопрос: «Кто в России слабый пол?»<sup>5</sup> и Полина отвечает, что «конечно, мужчины»<sup>6</sup>, и они не могут «вообще ничего»<sup>7</sup>, что является таким приёмом манипулирования как навешивание ярлыков.

В этом интервью используются такие приёмы манипулирования: противоречивые суждения, громкие оценочные суждения, уход от ответа, «ложная влюблённость, или усыпление бдительности», «манипуляция на фоне предварительного формирования у объекта чувства спокойствия и расслабленности и на фоне вызывания у объекта восхищения, симпатии», умолчание о некоторых фактах, навешивание ярлыков.

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм код: 1:03:58.

<sup>2</sup>Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG\\_KUc](https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG_KUc). (дата обращения 18.05.2019) Тайм-код: 24:37.

<sup>3</sup> Там же. Тайм код: 1:08:15.

<sup>4</sup> Там же. Тайм код: 1:08:23.

<sup>5</sup> Там же. Тайм код: 1:08:31.

<sup>6</sup> Там же. Тайм код: 1:08:32.

<sup>7</sup> Там же. Тайм код: 1:09:16.

*Интервью на канале «Нежный редактор» с Алёной Водонаевой.*

14 февраля на канале «Нежный редактор» вышло интервью с Алёной Водонаевой, актрисой, российской телеведущей, блогером.

Первый же вопрос, касаемо книги Алёны «Голая», был достаточно провокационным: «Книга начинается, если кто не читал, с того, что формулировка: «Внешний вид не важен, самое главное, что внутри? Чувств». А почему ты так считаешь?»<sup>1</sup>. Водонаева отвечает, используя такие приёмы манипулирования, как громкое оценочное суждение (по Г. С. Грачёву) и стереотипизация (по С. Г. Кара-Мурза): «Я считаю, что встречают по одежке и ...первое впечатление во второй раз ты уже никак не произведёшь. Я, например, оцениваю человека ещё и по тому, как он одевается. Мне кажется, что это какие-то отголоски интеллектуального развития в том числе. Я, например, никогда не буду иметь дела с человеком, который выглядит неуместно... Я с ним не буду иметь никаких дел, потому что он неадекватен, он не может себя адекватно оценить. Он неподобающим образом выглядит, поэтому для меня это галочка»<sup>2</sup>. Такой приём как стереотипизация позволяет манипулировать аудиторией, навязывая ей узкие шаблоны и определённую точку зрения. При этом Алёна заявляет, что «я люблю быть как бомж, я люблю, сидя дома, не расчесавшись, залезть в трениках на диван, ковыряться где-нибудь в голове, зависнуть вообще, думать о чём-то о своём. Честно говоря, я и перед мужем так выгляжу. Я за два года почти отношений уже немного подрасслабилась. Это неправильно, пример с меня брать не нужно, нужно всегда быть красивой»<sup>3</sup>. Её слова и действия противоречат друг другу, и это выражается в таком приёме манипулирования как противоречивость суждений. При чём приём манипулирования тут распространяется не только на аудиторию канала «Нежный редактор», Татьяну Мингалиеву, но и на читателей книги

---

<sup>1</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=inc-yVnRQu0>. Тайм код: 0:28 (дата обращения 18.05.2019).

<sup>2</sup> Там же. Тайм код: 1:07.

<sup>3</sup> Там же. Тайм код: 2:49.

«Голая». Интервьюер подлавливает этот приём манипуляции и задаёт уточняющий провокационный вопрос: «Почему всегда нужно быть красивой, если тебе кайфово сидеть ковыряться в носу дома?»<sup>1</sup>. Водонаева отвечает, косвенно заявляя о своей манипуляции перед аудиторией: «Вот мне, понимаешь, кайфово. Но я склоняю всё-таки всех к тому, чтобы делать это, когда вас никто не видит»<sup>2</sup>, «мне в любом случае хочется, чтобы женщины в нашей стране хорошо выглядели»<sup>3</sup>.

Бурное обсуждение вызвала тема бодипозитива. Алёна Водонаева применяет такие приёмы манипулирования как громкое оценочное суждение, подмену понятий и стереотипизацию: «Честно тебе скажу, я совершенно против этого дурацкого, омерзительного на мой взгляд, движения волосатости. Я не знаю, как это называется. Бодипозитив? Мне кажется, что можно с этим бодипозитивом куда-нибудь в каменный век. Я не понимаю этого движения, я не знаю, что это такое»<sup>4</sup>. Также на вопрос интервьюера о течении моды, которое могло пойти так, что волосатые ноги станут нормой, Алёна отвечает, применяя такой приём манипуляции как навешивание ярлыков (по Г. С. Грачёву): «Мне кажется, что нормальные женщины, для которой важно чувствовать себя сексуальной и для которой важно быть сексуальной и красивой, это никогда не станет нормой»<sup>5</sup>.

При обсуждении психологии мужчин, Алёна Водонаева применяет такой приём манипулирования как навешивание ярлыков и громкое оценочное суждение (по Г. С. Грачёву): «Мужчина – это такое существо, у него две кнопки: вкл. и выкл.»<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> Там же. Тайм код: 3:12.

<sup>2</sup> Видеохостинг Youtube : официальный сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=inc-yVnRQu0>. Тайм код: 3:17 (дата обращения 18.05.2019).

<sup>3</sup> Там же. Тайм код: 7:56.

<sup>4</sup> Там же. Тайм код: 11:42.

<sup>5</sup> Там же. Тайм код: 12:40.

<sup>6</sup> Там же. Тайм код: 39:05.

В этом интервью применяются приёмы манипулирования: громкое оценочное суждение, навешивание ярлыков, подмена понятий, стереотипизация, противоречивость суждений.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В основу бакалаврской работы легли исследования манипуляции как психологического метода воздействия на психику человека, а также использование приемов манипулирования в современных СМИ. Для того, чтобы определить, как манипуляция проявляется в современных журналистских материалах, необходимо было систематизировать научные представления о приеме манипулирования.

Манипуляция – это неявное воздействие на психику человека манипулятором, при этом манипулятор преследует свои цели, которые не совпадают с тем, чего хочет сам объект манипуляции. Существует несколько разновидностей манипуляции, которые выделил С. Г. Кара-Мурза: фабрикация фактов, отбор материала, черная информация или пропаганда, создание эффекта большой толпы, утверждение и повторение информации, дробление и срочность, упрощение, стереотипизация, а также подмена понятий и изменение смысла.

Как показало исследование, все эти и другие способы манипулирования активно используются в современных СМИ. Чтобы сузить круг исследования, необходимо было выбрать жанр и тип СМИ, материалы которого будут проанализированы с точки зрения использования приемов манипулирования. Для этого было выбрано новое явление в современной журналистике – портретное Youtube-интервью.

Далее следовало дать определение понятию портретное интервью и определить его основные особенности. Таким образом, портретное интервью – это способ раскрытия героя, его характера, особенностей личности, взглядов на жизнь, истории жизни с помощью диалога. Так как современные исследователи журналистики не дают определения понятию Youtube-интервью, то необходимо было вывести его самостоятельно.

Итак, Youtube-интервью – это видеointервью, размещенное на платформе видеохостинга Youtube, главными чертами этого жанра являются

свободный стиль ведения беседы и отсутствие ограничений со стороны редакционной политики и других структур, влияющих на информационную повестку СМИ. Для того, чтобы исследовать. Также была исследована сама платформа Youtube, которая стала площадкой для размещения портретных Youtube – интервью и были выявлены ее основные особенности.

Современный Youtube – это не просто видеохостинг, который предоставляет пользователям огромное количество видеоматериалов, это еще и новые возможности для журналистов. При чем ограничений со стороны редакционной политики на площадке Youtube не существует. Именно это стало привлекательным как для самих журналистов, так и для массовой аудитории.

Анализ Youtube-интервью на предмет манипулирования был проведен в 35 интервью на 5 Youtube-каналах: «вДудь», «А поговорить?», «Ещё не Познер», «Нежный редактор», «Вписка». Как выявил анализ, манипуляции в Youtube - интервью могут быть двусторонними.

Ярким примером манипуляции, направленной от героя интервью к интервьюеру – резонансное интервью Дмитрия Киселева и Юрия Дудя. Это интервью набрало более 8 миллионов просмотров. В данном интервью герой использует несколько приемов манипулирования, среди которых отбор материала, умолчание о некоторых фактах, перевод с неудобной темы на более удобную, громкие оценочные высказывания, противоречивые суждения, подмена понятий, повтор факта, авторитетность манипулятора, ирония, навязывание ложной глупости, повторяемость фраз.

Еще одним из наиболее резонансных интервью стала беседа поп-певца Егора Крида и Юрия Дудя. В данном случае манипуляция была направлена на гостя. Журналист использовал такие приемы как повторение, авторитетность, игра на слабостях, ирония, подача вопросов на фоне предварительного чувства расслабленности. В данном случае манипуляция проявлялась даже в том, какое место было выбрано для проведения интервью. В баре герой чувствовал себя более расслаблено, барьеры его психики оказались не такими

чувствительными, и журналисту было проще манипулировать им, добиваться правдивых ответов и менять ход беседы в нужную сторону.

Таким образом, исследование показало, что манипуляция – это прием, который активно используется современными журналистами, блогерами, а также самими героями интервью для достижения выгоды, а также создания того образа в глазах общественности, который необходим. Данная бакалаврская работа позволит понимать, какие бывают манипуляций в современных СМИ. Это позволит повысить медиаграмотность, поможет аудитории понять, когда им манипулируют, и, как следствие, уметь отличать правду от лжи.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

### Нормативно-правовая база

1. О средствах массовой информации [Электронный ресурс] : федер. закон от 27.12.1991 N 2124-1 (последняя редакция) // Консультант Плюс : справочно-правовая система. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511)
2. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 27.06.2006 г. N 149-ФЗ 1 (последняя редакция) // Консультант Плюс : справочно-правовая система. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798)

### Научная и учебно-методическая литература

3. Александрович, В. Ю. Видеохостинг Youtube как площадка для развития гражданской журналистики [Текст] / В. Ю. Александрович // Сборник материалов международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых 15-25 апр. 2015. – Красноярск : Издательство Сибирского федерального университета, 2018. – С. 173- 176.
4. Бабаева, Ю. Д. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете. – М. : Терра-Можайск, 2000. №4. С. 11–39.
5. Балл, Г. А. Анализ психологических воздействий и его педагогическое значение / Г. А. Балл, М. С. Бургин // Вопросы психологии – 1994. – №4. С. 56 – 67.
6. Бернейс, Э. Пропаганда [Текст] / Э. Бернейс. – М : HippoPublishing, 2010. – 42 с.
7. Битянова М. Р. Социальная психология: наука, практика и образ [Текст]/ М. Р. Битянова. – Москва : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 576 с.
8. Блакар, Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М. : 1987. С. 131–169.



9. Бредемайер, К. Черная риторика: Власть и магия слова [Текст] / К. Бредемайер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 224 с.
10. Василик, М. А. Политология: Словарь-справочник [Текст] / М. А. Василик. – М. : Гардарики, 2001. 328 с.
11. Голанова, Е. И. Устный публичный диалог: жанр интервью / Е. И. Голанова // Русский язык конца XX столетия. – М. : Наука, 2002. – С. 427–453.
12. Горина, Е. В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности [Текст] / Е. В. Горина. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016. – 67 с.
13. Горина, Е. В., Лазарева, Э. А. Когнитивное взаимодействие и когнитивное столкновение в Интернете // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 : Проблемы образования, науки и культуры. – 2013. – № 1(110). – С. 48 – 56.
14. Грачев, Г. В. Манипулирование личностью : организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия [Текст] / Г. В. Грачев, И. К. Мельник. — М. : Алгоритм, 1999. — 153 с.
15. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита [Текст] / Е. Л. Доценко. — М. : ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
16. Евгеньева, Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им [Текст] / Т. В. Евгеньева. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. — 112 с.
17. Ефанов А.А. «Хайпы» в современном поле медиа / А. А. Ефанов // Знак : проблемное поле медиаобразования, 2018. – №1. – С. 63 – 69.
18. Зайченко, А. Н. Специфика интервью в системе журналистских жанров / А. Н. Зайченко // Via scientiarum - дорога знаний, 2015. – Вып. №1. – С.83 – 87.
19. Засурский, Я. Н. Техника дезинформации и обмана [Текст] / Я. Н. Засурский, Ю. М. Власов, Г. А. Голованова и др. – М. : Мысль, 1978. – 246 с.

20. Засурский, Я. Н. Язык третьего тысячелетия [Электронный ресурс] / Я. Н. Засурский. – Режим доступа : [http://mediacratia.ru/owa/mc/mc\\_print.html?a\\_id=2719](http://mediacratia.ru/owa/mc/mc_print.html?a_id=2719).
21. Зелинский, С. А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ [Текст] / С. А. Зелинский. — М. : ИТД СКИФИЯ, 2008. — 234 с.
22. Иванова, И. В. Реализация жанра телевизионного интервью в коммуникативном поле современного языка СМИ // Гуманитарные исследования, 2009. – Вып. №1. – С. 51 – 58.
23. Иванова, И. В. Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности: автореф. дис. ...канд. филол. наук. Астрахань : Астраханский государственный университет, 2009. – 24 с.
24. Ильченко, С.Н. Интервью в журналистском творчестве [Текст] / С. Н. Ильченко. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 93 с.
25. Интернет-источник Forbes [Электронный ресурс] / Forbes. – Режим доступа : <https://www.forbes.ru/>
26. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием. [Текст] / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Эксмо, 2000. – 834 с.
27. Костомаров, Г. В. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений за языковой практикой массмедиа. М. : Педагогика-Пресс, 1994. – 248 с.
28. Лукина, М. М. Технология интервью [Текст] / М. М. Лукина – М. : Аспект-Пресс, 2012. – 193 с.
29. Матвейчев, О. Уши машут ослом [Текст] / О. Матвейчев, Д. Гусев, С. Чернаков, Р. Хазеев. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. – 304 с.
30. Мельник, Г. С. Общение в журналистике: секреты мастерства [Текст] / Г. С. Мельник – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 235 с.
31. Михайлова, Ю.Н. Жанр интервью в современной коммуникативной практике [Текст] / Ю. Н. Михайлова // Россия между модернизацией и архаизацией: 1917– 2017 гг : материалы XX Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета, 11– 12 апреля 2017

года : доклады / редкол. : Л. А. Закс и др. : в 2 т. – Т. 1. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2017. – С. 469 – 473.

32. Олешко, В. Ф. Журналистика как творчество [Текст] / В. Ф. Олешко–Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2002. – 189 с.

33. Плешаков, Л. Вопросы-ловушки, или как проверить непроверяемое / Л. Плешаков // Профессия – журналист. – 2001. – Вып. № 1. – С. 46–48.

34. Пугачев, В.П. Введение в политологию [Текст] / В.П. Пугачев – М. : КНОРУС, 1995. – 520 с.

35. Сахарный, Л. В. Введение в психолингвистику [Текст] / Л. В. Сахарный. – Санкт-Петербург : Издательство Ленинградского университета, 1989. – 184 с.

36. Сахнова, Е. Б. Жанр интервью и его модификации / Е. Б. Сахнова // Известия Саратовского университета. – 2013. – Вып. 4. – С. 99 – 103.

37. Слышкин, Г. Г. Лингвокультурный концепт и идеология [Электронный ресурс] / Г. Г. Слышкин. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturnyy-kontsept-i-ideologiya>.

38. Стернин, И. А. Введение в речевое воздействие [Текст] / И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2001. – 176 с.

39. Цуладзе, А. М. Политические манипуляции, или покорение толпы [Текст] / А. М. Цуладзе. — М. : Книжный дом «Университет», 1999.—144 с.

40. Шамшурин, Д. А. Цифровые медиа как фактор культурной глобализации [Текст] / Д. А. Шамшурин // Международный научно-исследовательский журнал, 2018. – №6-2 (72). – С. 70-75.

41. Шарапов, Э.Х. Жанр интервью : видовая составляющая / Э. Х. Шарапов // Молодой ученый, 2017. – Вып. №12. – С.668 – 670.

42. Шейнов, В. П. Скрытое управление человеком [Текст] / В. П. Шейнов. – Минск : Харвест, 2008. – 816 с.

43. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием [Текст] / Г. Шиллер. – Москва : Прогресс, 1980. – 326 с.

44. Шостром, Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации [Текст] / Э. Шостром. – М. : Издательство института психотерапии, 2008. – 192 с.

45. Щербатых, Ю. Искусство обмана : популярная энциклопедия [Текст] / Ю. Щербатых. – М. : Эксмо, 2005. – 720 с.

46. Янчева, Н. Ю. Автопортрет в интервью : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. Ю. Янчева. – Воронеж : Издательство Воронежского государственного университета, 2011. – 200 с.

#### Интернет-источники

47. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 19.02.2019 с Дмитрием Киселевым [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=7JrIAY5G7jE>

48. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 19.02.2019 с Гордоном [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=in7tepc2shg>

49. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 15.05.2019 с Давидычем [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=XFqayVEIJwE>

50. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 28.05.2019 с Егором Кридом [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=CWX0sALDP54>

51. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 22.05.2019 с Алексеем Ивановым [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=Ppu9wh2AABE>

52. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 20.03.2019 с Таиром Мамедовым [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=Dn6cxkdEL2A>

53. Youtube-канал «вДудь». Выпуск от 25.03.2019 с Айсултаном [Электронный ресурс]. / Режим доступа :

<https://www.youtube.com/watch?v=KGMpPsJQ2uA>

54. Youtube-канал «А поговорить?». Выпуск от 23.01.2019 с Юлией Ауг [Электронный ресурс]. / Режим доступа : [https://www.youtube.com/watch?v=sQ7fQ\\_u6QXI](https://www.youtube.com/watch?v=sQ7fQ_u6QXI)

55. Youtube-канал «А поговорить?». Выпуск от 14.02.2019 с Настасьей Самбурской [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=8trk13r2Xi0>

56. Youtube-канал «А поговорить?». Выпуск от 21.02.2019 с Лолитой [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=c7FuAp2S0No>

57. Youtube-канал «А поговорить?». Выпуск от 2.05.2019 с Константином Ивлевым [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=o38Yq8zFc3Q>

58. Youtube-канал «А поговорить?». Выпуск от 20.05.2019 с Полиной Гагариной [Электронный ресурс]. / Режим доступа : [https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG\\_KUc](https://www.youtube.com/watch?v=L2g0vjG_KUc)

59. Youtube-канал «А поговорить?». Выпуск от 21.03.2019 с Борисом Акуниным [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=nrJpDBHWzyI>

60. Youtube-канал «Нежный редактор». Выпуск от 17.01.2019 с Тимой Белорусским [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=aYRQcAaFXVM>

61. Youtube-канал «Нежный редактор». Выпуск от 25.01.2019 с Еленой Крыгиной [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=wXYDrINdPwY>

62. Youtube-канал «Нежный редактор». Выпуск от 14.02.2019 с Аленой Водонаевой [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=inc-yVnRQu0>

63. Youtube-канал «Нежный редактор». Выпуск от 22.02.2019 с Ромой Желудем [Электронный ресурс]. / Режим доступа :

<https://www.youtube.com/watch?v=q1wRhU7F6Qo>

64. Youtube-канал «Нежный редактор». Выпуск от 8.05.2019 с Екатериной Старшовой [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=An0V13cSjqo>

65. Youtube-канал «Нежный редактор». Выпуск от 7.02.2019 с исполнительницей MOLLY [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=KsxXx9DZwgY>

66. Youtube-канал «Нежный редактор». Выпуск от 25.03.2019 с MANIZHA [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=HKEl1SpIWmo>

67. Youtube-канал «ещенепознер». Выпуск от 16.01.2019 с Венедиктовым [Электронный ресурс]. / Режим доступа : [https://www.youtube.com/watch?v=76Id62e\\_dBY](https://www.youtube.com/watch?v=76Id62e_dBY)

68. Youtube-канал «ещенепознер». Выпуск от 20.02.2019 с Шендеровичем [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=t6vAJqXvXzc>

69. Youtube-канал «ещенепознер». Выпуск от 30.01.2019 с Басилашвили [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=1z3sFEv00cY>

70. Youtube-канал «ещенепознер». Выпуск от 6.02.2019 с Алексеем Уминским [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=iplHx1PtQ90>

71. Youtube-канал «ещенепознер». Выпуск от 13.02.2019 с Нестеровым [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=EwsZ9VexNiA>

72. Youtube-канал «ещенепознер». Выпуск от 14.03.2019 с Шульман [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=rJrdOXmdiIk>

73. Youtube-канал «ещенепознер». Выпуск от 20.03.2019 с SHORTPARIS [Электронный ресурс]. / Режим доступа :

<https://www.youtube.com/watch?v=EOaOicuTwjU>

74. Youtube-канал «Вписка». Выпуск от 13.02.2019 с исполнителем the Chemodan Clan [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=OJmoyjV8Dek&list=PLD5DbK9rvbZBjX0cM-dh0bldОНС3qNJ58&index=2&t=0s>

75. Youtube-канал «Вписка». Выпуск от 13.02.2019 с исполнителем Bumble Beez [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=JXhVbhG-hZw&list=PLD5DbK9rvbZBjX0cM-dh0bldОНС3qNJ58&index=3&t=0s>

76. Youtube-канал «Вписка». Выпуск от 29.03.2019 с Даней Кашиным [Электронный ресурс]. / Режим доступа : [https://www.youtube.com/watch?v=qmATRIX\\_Xz8&list=PLD5DbK9rvbZBjX0cM-dh0bldОНС3qNJ58&index=4&t=0s](https://www.youtube.com/watch?v=qmATRIX_Xz8&list=PLD5DbK9rvbZBjX0cM-dh0bldОНС3qNJ58&index=4&t=0s)

77. Youtube-канал «Вписка». Выпуск от 24.04.2019 с Ильей Соболевым [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=-Vt-80F-wgg&list=PLD5DbK9rvbZBjX0cM-dh0bldОНС3qNJ58&index=5&t=0s>

78. Youtube-канал «Вписка». Выпуск от 17.05.2019 с исполнителем Пимп [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=54XTMbQDB9w&list=PLD5DbK9rvbZBjX0cM-dh0bldОНС3qNJ58&index=7&t=0s>

79. Youtube-канал «Вписка». Выпуск от 29.05.2019 с Николаем Соболевым [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=mqSKqWYp54Q&list=PLD5DbK9rvbZBjX0cM-dh0bldОНС3qNJ58&index=8&t=0s>

80. Youtube-канал «Вписка». Выпуск от 17.05.2019 Верни мне мой 2007. Психея, Amatory, Jane Air, STИГМАТА, СЛО [Электронный ресурс]. / Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=КуХММKN8xyk&list=PLD5DbK9rvbZBjX0cM-dh0bldОНС3qNJ58&index=6&t=0s>