**Аннотация выпускной квалификационной работы**

 **Григорьевой Татьяны Викторовны**

 **«Телеканал как объект манипулятивного влияния во время**

**предвыборной кампании (на примере новостей культуры**

**телеканала "ОТВ" г. Екатеринбург)»**

**Н. рук. – Гусаров Владимир Владимирович, старший преподаватель**

**Кафедра телерадиожурналистики**

**Очно-заочная форма обучения**

**Актуальность ВКР** состоит в том, что политтехнологическая индустрия, управляющая информационными потоками, с каждым годом приобретает новые формы, а региональные телеканалы с государственным участием не всегда имеют возможность им противостоять.

**Цель ВКР** – выявить условия и особенности манипуляции телеканалом во время предвыборной кампании, а также проанализировать новости культуры как политический инструмент.

**Задачи ВКР:** определить суть понятий «манипуляция» и «манипулятивные технологии» и факторы, влияющие на них; дать характеристику основных субъектов воздействия на телеканал и оценить их потенциал; выявить условия для манипуляции на российском медиарынке; проанализировать принципы моделирования манипулятивной информации в новостях культурной тематики телеканала «ОТВ»; исследовать алгоритм журналистской работы во время предвыборной гонки на телеканале с государственным участием.

**Объект исследования** - новости культуры в ежедневной новостной программе «События», выходящей на региональном канале Екатеринбурга «ОТВ» за временной период с 08.02.2013 по 08.10.2013.

**Предмет исследования** - принципы и технологии манипуляции телевидением во время предвыборной кампании различными субъектами.

**Эмпирическую базу ВКР** составили сюжеты для информационной программы «События» на телеканале «ОТВ» за период с 08.02.2013 по 08.10.2013.

**Методы:** описательный, сравнительного и контент-анализа, обобщения, классификации, аналогии и интерпретации.

**Структура**. ВКР состоит из введения, двух глав, заключения, а так же списка использованной литературы. В первой главе проведен аналитический обзор предметной области, рассмотрены основные концепции и доктрины о манипулятивных технологиях, условия для манипуляции на российском медиарынке, выявлены инструменты предвыборной борьбы. Во второй главе телевидение рассматривается как политический инструмент во время предвыборной кампании, власть как субъект манипуляции. Описана политическая ситуация во время предвыборной гонки, выявлены особенности работы уральских политтехнологов, проанализирована зависимость формы собственности и контента телеканала «ОТВ», принципы моделирования манипулятивной информации рассмотрены на примере сюжетов культурной тематики.