

Образ президента США Дональда Трампа в российских и американских онлайн-СМИ: сравнительный анализ

Научный руководитель – Евгеньева Татьяна Васильевна

Лобода Валерия Дмитриевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

E-mail: vdloboda@gmail.com

Сегодня интернет-коммуникации являются неотъемлемым компонентом политической сферы жизнедеятельности общества. Более того, зачастую операторы сознательно прибегают к использованию методов воздействия на аудиторию для формирования корректного с их точки зрения образа политического деятеля в онлайн-пространстве.

В качестве объекта исследования выступают российские и американские новостные интернет-издания. В российском интернет-пространстве мы анализировали интернет-ресурсы «Коммерсант.ru» и «Известия», поскольку по данным информационно-аналитической системы «Медialogия» в ТОП-10 газет по индексу цитируемости за 2016 год [1] данные издания заняли 1 и 2-ую позиции соответственно.

Необходимо отметить, что разграничение понятий «газета» и «интернет-издание» является довольно условным, поскольку издательские дома сегодня переходят со специализации на выпуске печатных изданий на работу в медиа сегменте. Поэтому мы будем придерживаться той точки зрения, что «Известия» и «Коммерсант.ru» также являются интернет-СМИ. В зарубежном онлайн-пространстве в качестве единицы анализа мы выбрали новостные ресурсы «The New York Times» и «CNN».

Предмет исследования - освещение в данных изданиях за период с 1.01.2017 по 15.01.2017 инфоповода, связанного с причастностью хакеров из России к победе Дональда Трампа на выборах. Данный информационный повод был резонансным: по данным «Яндекс.Новости» с 1.01.2017 по 15.01.2017 в интернет-изданиях «Коммерсант.ru» и «Известия» было опубликовано 409 новостных сюжета по данной тематике.

Итак, за данный период в российских интернет-изданиях публикации относительно Дональда Трампа носят характер «Pro»: обвинения в адрес президента США со стороны госслужащих упоминаются в статьях с заголовками типа «Дональд Трамп после встречи с разведкой заявил, что никакого влияния хакеров на выборы не было» [2], «Дональд Трамп усомнился в причастности России ко взлому серверов Демпартии США» [3] и только в форме вводной информации. Основной акцент в вышеупомянутых публикациях делается на опровержении той или иной информации Дональдом Трампом.

Помимо прочего, публикации содержат прием повтора, в частности, слова «якобы», которое «указывает на предположительность высказывания, на сомнение в его достоверности» [4] что, безусловно, вселяет в читателя скептицизм и недоверие относительно представленной информации о причастности России к выборам. В целом, складывается благоприятный эмоциональный фон восприятия информации, и формируется позитивный образ Дональда Трампа, а также представление о ложности обвинений против него.

Противоположные тенденции наблюдаются в американских онлайн-СМИ. В целом, в интернет-изданиях США формируется негативный образ Дональда Трампа. Заявления президента преподносятся как неуверенные утверждения (statements) и описываются с помощью таких словосочетаний, как also tried, refusal to acknowledge, continued refusal, statement, has repeatedly rejected (также пытался, отказывался признавать, неоднократно отрицал

и пр.). В это же время заявления представителей разведки передаются словами report, conclusions, которые демонстрируют высокую степень уверенности. Присутствует повтор словосочетаний, выражающих один и тот же тезис о причастности России к выборам: Russian hacking, Moscow's actions, Russia's actions, hacking operation, Russia hacked into, Russia for their cyber interference, Russian efforts и пр.

Таким образом, у читателя американских новостных изданий создается уверенность в существовании неопровержимых доказательств о причастности русских хакеров к победе Дональда Трампа на президентских выборах. В онлайн-газетах NYT и CNN содержание публикаций о Дональде Трампе носят либо нейтральный характер либо характер «Contra».

Таким образом, сравнительный анализ показал, что образ президента США Дональда Трампа в российских и американских онлайн-СМИ носит абсолютно противоположный характер. Также в ходе исследования мы установили наиболее часто применимые и эффективные способы воздействия на аудиторию для коррекции или создания образа политического деятеля в сети Интернет: повтор, композиция информации и воздействие через расположение текста.

Источники и литература

- 1) Медиалогия: <http://www.mlg.ru/ratings/> (дата обращения: 1.02.2017 г.)
- 2) Коммерсант.ru: <http://www.kommersant.ru/doc/3186594> (дата обращения: 12.02.2017 г.)
- 3) Коммерсант.ru: <http://www.kommersant.ru/doc/3186532> (дата обращения: 12.02.2017 г.)
- 4) Большой толковый словарь русского языка/Гл. ред. С. А. Кузнецов. Первое издание: СПб.: Норинт, 1998.