

Сценарии политической эластичности в формировании медиаобразов глав государств стран бывшего СССР (на примере американских СМИ)

Научный руководитель – Богуславская Олеся Владимировна

Санарова Ангелина Анатольевна

Студент (бакалавр)

Сибирский федеральный университет, Институт филологии и языковой коммуникации,
Красноярск, Россия

E-mail: sanarovaangel2205@icloud.com

В последние десять лет в СМИ мы все чаще сталкиваемся с таким явлением, как «политическая эластичность». Оно проявляется как во внешней политике, так и во внутренней политической борьбе. Политическая эластичность - это содержательная гибкость, присущая для СМИ, в формировании повестки дня, основанная на различной оценке одних и тех же или аналогичных событий и ситуаций одними и теми же адресантами. При оценке критических и конфликтных ситуаций самого разного уровня мы сталкиваемся с проявлениями данного феномена. Он, с одной стороны, находит своё отражение в масс-медиа, но, с другой стороны, и сами СМИ являются его источником [1, с. 117].

Методологическая база исследования. Были изучены тексты за период с 25 октября 2019 года по 25 апреля 2020 года, в количестве 2241 штуки. В работе был использован сплошной тип выборки, а также метод контент-анализа и семантико-лексического анализа. Для обнаружения политической эластичности в медиатекстах американских СМИ («The New York Times» и «Washington Post») была произведена выборка по ключевым словам: «Putin», «Zelenskiy», «Lukashenko». Были получены следующие результаты: 842 текст на сайте «The New York Times», где 465 о Путине, 23 о Лукашенко и 354 о Зеленском, и 1399 текстов на сайте «Washington Post», где 681 о Путине, 15 о Лукашенко и 703 о Зеленском.

На основе проведённого анализа по следующим критериям:

1. наличие экспрессивно-окрашенной лексики;
2. выявление культурозначимых компонентов текста;
3. анализ речи и языка, стилистики текста;
4. наличие лексикограмматических групп, разворачивающих образа политического лидера;

5. соотношения реальной действительности и её медиарепрезентаций,
можно сделать вывод, что основными тематическими кейсами, которые рассматриваются за выбранный период, являются следующие — сделка ОПЕК+, вмешательство России в выборы президента США 2016 года и коронавирусная инфекция.

Основные тенденции, которые прослеживаются в процессе анализа, это — упоминание имён политических деятелей в спорных ситуациях, которые иногда не соответствуют российской повестке, приравнивание имени лидера к стране, использование конструкции «свой-чужие» или противопоставление «мы-они», изменение позиции издания по вопросу, в зависимости от ситуации, что позволяет говорить о наличии политической эластичности в изданиях. Например, «the bigger question is about setting the tone: whether Ukraine's relatively untested President Volodymyr Zelensky is capable of standing up to Russia's formidable and calculating leader» (более важный вопрос заключается в том, чтобы задать тон: способен ли относительно непроверенный президент Украины Владимир Зеленский противостоять грозному и расчетливому лидеру России), «Washington Post», 07.12.2020. В результате проведенного анализа установлено, что в образе политических лидеров бывших стран СССР, создаваемом в медиапространстве, находит отражение, прежде всего, их

отрицательная оценка американскими СМИ. Издания апеллируют к авторитаризму, ответственности, слабости, злоупотреблениям властью и контролю над СМИ.

Были сформированы сценарии формирования медиаобразов В. Путина, В. Зеленского и А. Лукашенко. Затем эти сценарии были объединены в один сводный, где отражается динамика формирования положительного или отрицательного медиаобраза политика.

В сценарии Владимира Зеленского были выделены следующие тезисы: его любит народ, он ответственный, решительный, борется с коррупцией. В сценарии Владимира Путина выделили: авторитаризм, связь с КГБ, безответственность, слабость во внешней политике, властолюбие. Сценарий Александра Лукашенко выглядел следующим образом: авторитаризм, жадность, пренебрежение правилами безопасности, тезис о том, что он - последний диктатор в Европе.

На данном рисунке (Рис. 1) характеристики расположены таким образом, что сверху находятся положительные черты, посередине — нейтральные, а снизу — отрицательные. Таким образом, был сделан вывод, что отношение американских журналистов к российскому и белорусскому лидерам государств является негативным, когда же отношение к лидеру Украины, напротив, позитивное.

В ходе анализа было выяснено, что в газетах «The New York Times» и «Washington Post» присутствует политическая эластичность в оценке деятельности глав государств. Она проявляется в использовании оценочной и экспрессивно-окрашенной лексики, подмене фактов, упоминании имён политических деятелей в спорных ситуациях, приравнивании имени лидера к стране, а также стереотипизации. Это объясняется тем, что в формировании образов глав государств бывшего СССР в зарубежных СМИ, прослеживается тенденция отображения реальности с наиболее выгодной для них стороны. Освещая происшествия, которые происходят в мире, они преподносят искажённые представления о странах и о главах государств, в частности.

Источники и литература

- 1) Лабуш Н.С. Двойные стандарты: теоретические основы и массмедийная практика: социально-политический анализ / учеб. пособие / Н.С. Лабуш, А.Ф. Тузова. – Санкт-Петербург.: Роза мира, 2011. – 117 с.

Иллюстрации

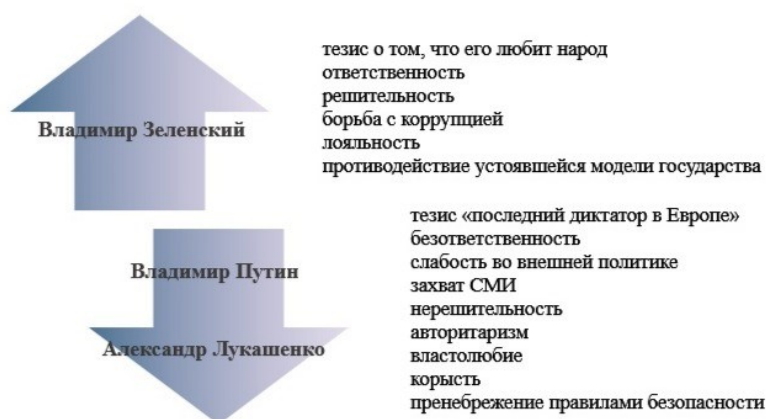


Рис. 1. Обобщённый сценарий формирования медиаобразов