

Секция «Современная политическая коммуникация: новые модели и технологии»

Ключевые акценты в освещении темы поправок в Конституцию РФ в медийном пространстве России и США, как средства манипулирования общественным мнением (по материалам Российской газеты и The Washington Post)

Научный руководитель – Быков Илья Анатольевич

Медведева Мария Владимировна

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: magma.air@yandex.ru

Внесение поправок в Конституцию РФ на данный момент одна из наиболее актуальных тем медийного пространства России. Различные споры насчёт неё не утихают с самого момента анонсирования хотя бы такой возможности. Не осталась данная тема без должного внимания и в США. Надо сказать, что частота выходов материалов в The Washington Post [4] по данной теме составила фактически две статьи каждую неделю. Это практически столько же? сколько и в «Российской газете»[2]. Сравнивая материалы русскоязычного и англоязычного изданий, мы проанализировали и выделили ключевые акценты и особенности в освещении данной темы, а также того, как они могли повлиять на восприятие читателями информации. Основным методом данного исследования стал контент-анализ.

Казалось бы, довольно рядовая тема, достаточно юридическая и вероятно, здесь уже никак нельзя манипулировать текстом, особенно учитывая уровень развития в России формального лоббизма. Но по факту тема достаточно обширна и актуальна, и вскрывает многие противоречия.

Прежде всего, пару слов надо сказать о том, что, конечно, довольно очевидным стал тот факт, что на основании анализа мы получили, как минимум, две отличные друг от друга стратегии в освещении тематики. «Российская газета» и, в целом, многие пророссийские СМИ ярко и довольно яростно делали акцент в освещении на том, что предпосылки для внесения поправок в Конституцию РФ созрели уже довольно давно. The Washington Post делали упор на то, что поправки анонсировал Президент РФ Владимир Путин. Отсюда можно также выделить факт, что для формирования этих линий использовалась соответствующая лексика и набор, условно говоря, действующих лиц. Конечно, для обоих изданий одной из важных персон в освещении темы стал Владимир Путин. Однако «Российская газета» например, помимо него для создания образа всеобщей консолидации общества в направлении необходимости поправок привлекает образы Общественной палаты РФ, Эллы Памфиловой, различных сенаторов и депутатов и иных видных деятелей. На страницах The Washington Post мы такого не найдём. Отчасти это делается потому, что в целом все эти важные для политического пространства России люди не столь важны для международной арены, отчасти подчёркивается, что они не играют ключевой роли в данной теме, а выступают всего лишь «пешками». Но, однако, The Washington Post упоминает на своих страницах «Kremlin group», как тоже такого довольно важного бенефициара перемен. Также звучат довольно смелые и броские заголовки типа: «Putin as Russia's supreme leader? A constitutional rewrite brings out some 'crazy' ideas». При этом описывая процесс внесения поправок в Конституцию РФ довольно часто встречается глагол rewrite - переписывать.

Но в этой связи не стоит думать, что только американская газета сконцентрировалась на манипулировании мнением своих читателей. В «Российской газете» тоже достаточно неоднозначно выглядит данная тема. Мы можем найти много материала о том, что считают конкретные политические деятели относительно отдельных поправок, но в целом мало материалов, в которых можно было бы оценить все предлагаемые поправки. Возможно, конечно, они ещё в разработке, но тоже не факт. Также значительное внимание в СМИ уделяется тому, что 22 апреля - день голосования за поправки предлагается сделать дополнительным выходным днём, чтобы у людей была возможность прийти и проголосовать. При этом не оговаривается, например, что многие промышленные производства в любом случае нельзя остановить на один день ради такого события в связи с тем, что процесс их дальнейшего запуска займет значительно больше времени. Об этом же, кстати, не говорят и столь либерально-настроенные в России Telegram-каналы. Например, тот же Незыгарь - 291,3 тысяч подписчиков, только упоминает о том, что 22 апреля должно стать выходным днём [3]. Ну и кратко освящает какие-то отдельные поправки с ситуативной критикой.

Обращаясь к различным учебникам по медиаграмотности и медиакомпетентности [1], можно две описанные стратегии в преподнесении материала отнести, либо к не профессионализму в освещении событий, что маловероятно, учитывая издания, о которых идёт речь, либо к сознательному умалчиванию и выпячиванию некоторых фактов с целью манипулирования общественным мнением. Расставлению определенных акцентов в преподнесении материала - внесение поправок или «перепись Конституции», общественная необходимость или идея Путина, выходной день для голосования или «сумасшествие». Довольно примечательный список можно продолжать долго, просто интересный факт, что манипулирование общественным мнением имело место с сторон обоих СМИ. Объективно не совсем понятно, как дела обстоят в целом с внесением поправок в Конституцию РФ, просто не очень ясно из каких источников черпать информацию о данном явлении и где находится в целом истина. Учитывая также неодинаковый в разных регионах и населенных пунктах РФ уровень медиакомпетентности российских граждан сложно сказать о том, что конкретно в итоге формируется в их головах в качестве мнения относительно темы. Однако, позитивным моментом описанного противоборства акцентов в СМИ является тот факт, что оба издания свободно доступны, а значит у гражданина есть свободное право выбора откуда черпать или не черпать информацию, другое дело правда, что существует небольшой языковой барьер, применительно к иностранному СМИ, но это отдельные частности.

Источники и литература

- 1) Штурхецкий С. - Медиаграмотность. 2018 IREX Europe 155с.
- 2) <https://rg.ru> (СМИ "Российская газета")
- 3) <https://tlg.repair/s/russica2> (Telegram-канал «Незыгарь»)
- 4) <https://www.washingtonpost.com> (Mass media "The Washington Post")