

Освещение предвыборных дебатов на кабельном телевидении США в 2016 году

Научный руководитель – Чобанян Каринэ Вардановна

Кузнецова Эллина Борисовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: kuznetzova.elli@yandex.ru

Кабельное американское телевидение в период предвыборной гонки 2016 года стало полем политической борьбы и рупором противоборствующих политических сил: Хиллари Клинтон (Демократическая партия США) и Дональда Трампа (Республиканская партия США). В этот период особенно сильно проявились агитационно-пропагандистские функции телевидения, которые были изучены на материале программ телеканалов CNN, Fox News, MSNBC.

В нашем исследовании мы рассматривали “debate specials” - специализированные программы, которые показывают в прямом эфире после дебатов с участием кандидатов в президенты США и которые предоставляют зрителю анализ только что прошедшего мероприятия в рамках избирательной кампании. В результате анализа были выявлены следующие закономерности:

- С приходом в политику Д. Трампа телевидение кабельных каналов сильно сдвинулось в сторону политизации: увеличилось число политических ток-шоу, изменилась риторика, комментирование политических новостей приобрело эмоциональную окраску [1]. Особенность предвыборной кампании 2016 года в том, что Трамп стал наиболее антипатичным, но при этом самым цитируемым и упоминаемым кандидатом: о Трампе на кабельном ТВ говорили более чем в 2 раза чаще, чем о Клинтон. При этом чаще про Трампа говорили негативно настроенные против него телеканалы CNN и MSNBC [2]. Это показывает, что Трамп стал героем момента именно благодаря противоположной ему политической силе.

- Кабельное телевидение явилось самым популярным источником информации о выборах 2016 года для американцев: 41% опрошенных назвал кабельные новости самым полезным источником политических новостей [4]. При этом 40% избирателей Дональда Трампа назвали Fox News главным источником новостей о выборах, тогда как избиратели Хиллари Клинтон разделились между CNN (18%) и MSNBC (9%) [3]. Также, Fox News стал лидером кабельного телеэфира: прирост зрителей в 2016 году составил +36% [5]. Это позволяет говорить о политической дифференциации телевизионной аудитории США и увеличении популярности консервативной повестки.

- Кабельные телеканалы привержены демократическим и республиканским позициям при освещении событий предвыборной кампании, что проявляется в выборе форматов и тона освещения, количества ведущих и персоналиях приглашенных спикеров, однако более всего - в стилистических особенностях речей и поведении участников программ. Это сильно снижает уровень информирования аудитории по политическим вопросам: дискуссия смещается с политических тем к анализу поведения кандидатов и не дает аудитории реальных ответов.

- Освещение предвыборных дебатов 2016 года продемонстрировало: политическая тематика на американском телевидении во многом утратила свою объективность. Первичными стали агитация за кандидатов и выставление кандидатов-противников в плохом свете.

Таким образом, можно утверждать, что политическое вещание на кабельном телевидении США носит пропагандистский характер.

Источники и литература

- 1) Чобанян К.В. «Трамповизация» американской тележурналистики» / Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 4. URL: <http://jq.bgu.ru/reader/article.aspx?id=23231>
- 2) 2016 Campaign Television Tracker. URL: US Presidential Campaign 2016: Candidate Television Tracker (gdeltproject.org)
- 3) Political Polarization & Media Habits / Pew Research Center, 2014. URL: <https://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-media-habits/>
- 4) The 2016 Presidential Campaign – a News Event That’s Hard to Miss / Pew Research Center, 2016. URL: <https://www.journalism.org/2016/02/04/the-2016-presidential-campaign-a-news-event-thats-hard-to-miss/>
- 5) The Deadline. URL: Cable Rankings 2016: News Ratings Helps Fox Top ESPN; CNN, MSNBC Grow – Deadline