

Влияние медиа на формирование общественной ситуации в эпоху постправды на примере США и России

Научный руководитель – Жаркова Татьяна Владимировна

Бирюкова Анастасия Викторовна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербург, Россия

E-mail: nastyabir4@gmail.com

В 2016 году термин «постправда» стал словом года по версии оксфордского словаря. Авторитетные медиа писали о том, что «брексит» и выборы президента США оценивались обществом с разных точек зрения - в зависимости от политической ориентации и способов подачи информации, характерных для издания или канала. В дальнейшем основные тенденции освещения событий нередко становились определяющими факторами при выборе социальной позиции гражданина. По данным исследования независимой онлайн-платформы PolitiFact [4], разработанной журналистами Tampa Bay Times (Флорида) и экспертами сайта PunditFact, от 16 января 2018 года половина обещаний Дональда Трампа в сфере медицинского обслуживания не выполняются (отмена сокращения расходов из бюджета на программы Medicare и Medicaid, требование «прозрачных» цен от поставщиков медицинских услуг). За неделю до этого на телеканале CNN выходит сюжет под названием: «Администрация Трампа разрешила штатам заставлять получателей Medicaid выходить на работу» [5].

Заявление CNN о документах Wikileaks, присланных Трампу-младшему, и взломе серверов Демократической партии накануне выборов было опровергнуто самим Джулианом Ассанжем в интервью Владимиру Познеру на Первом канале [6]. «Фейковые новости» стали фразой 2017 года по версии словаря Collins Dictionary [7]. Таким образом, актуальность проблемы представляется нам очевидной.

Цель исследования - сравнить преобладающие способы управления общественным мнением [1] в ведущих медиа США и России с помощью анализа лексического оформления материалов, в частности - так называемых «манипулятивных» приёмов [3]. Задачи исследования - выяснить, с помощью каких конкретных приёмов СМИ воздействуют на гражданское общество накануне значимых политических событий; сопоставить способы информирования российских и американских журналистов на материале телевизионных сюжетов Russia Today и CNN; выявить общие и различающиеся тенденции. Методы исследования - аналитическое интервью, опрос, анализ, эксперимент.

Проведённое исследование показало, что существует тенденция роста «фейковых» новостей в информационном пространстве России и США [2]. Тем не менее, в обеих странах за последний год наблюдается повышение внимания к разоблачению подобной информации и созданию целых систем факт-чекинга как в отдельных изданиях и редакциях, так и на общественных платформах.

Источники и литература

- 1) Кудабеева Р. 2017. Пресса Британии: кибервойна в эпоху «постправды». Русская служба BBC. <http://www.bbc.com/russian/features-38851028>
- 2) Anderson, P. 2014. The Future of quality news journalism: A cross-continental analysis. New York, NY: Routledge.

- 3) Gewin, V. 2017. Communication: Post-truth predicaments. Nature, 425–427. <http://www.nature.com/nature/journal/v541/n7637/full/nj7637-425a.html>
- 4) <http://www.politifact.com/personalities/donald-trump/>
- 5) . <http://money.cnn.com/2018/01/11/news/economy/trump-medicaid-work-requirements/index.html>
- 6) . <https://www.1tv.ru/shows/pozner/vypuski/gost-dzhulian-assanzh-pozner-vypusk-ot-30-10-2017>
- 7) <https://russian.rt.com/world/video/466244-slovo-goda-feykovie-novosti>