

Трансформация образа президента США Дональда Трампа с 2016 по 2019 год в эфире телеканала «Россия-24»

Научный руководитель – Стяжкина Лилия Анатольевна

Секретаренко Елизавета Игоревна

Студент (бакалавр)

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,
Новосибирск, Россия
E-mail: istarichk20@mail.ru

Холодная война между США и Россией закончилась с распадом СССР, однако характер отношений между двумя государствами не определён до сих пор. С приходом каждого нового американского президента к власти у российского населения появляется надежда на то, что с него начнётся «перезагрузка». Именно поэтому тема выборов 2016 года в США заняла важнейшую позицию в освещении на российском телевидении. А после вступления в должность президента Дональд Трамп стал одной из ключевых фигур на российском телевидении. С помощью различных приёмов журналисты создавали образ Дональда Трампа, сначала кандидата в президенты, а затем нового политического лидера Соединённых Штатов Америки.

Актуальность нашего исследования заключается в том, что после выборов 2016 года отношение к новоизбранному президенту Дональду Трампу менялось несколько раз и не сформировалось окончательно до сих пор. В связи с этим мы сочли интересным проанализировать конструирование образа миллиардера, который создавался на российском телевидении с момента предвыборной гонки.

Объект исследования - образ Дональда Трампа в период предвыборной гонки и на посту президента США в эфире телеканала «Россия-24».

Предмет исследования - средства создания образов Дональда в период предвыборной гонки и на посту президента США в эфире телеканала «Россия-24».

Цель работы - проследить трансформацию образа президента США Дональда Трампа в эфире телеканала «Россия-24» в связи с определёнными ситуациями.

Хронологические рамки ограничены периодом с 10 июня 2016 года (день, когда конкуренты Х. Клинтон и Д. Трампа сошли с дистанции и они стали главными претендентами на пост президента США) по 1 января 2019 года.

Применив в нашем исследовании методы дискурс-анализа, тематического анализа, компаративного анализа, мы пришли к выводу, что образ политика отражает лишь те характеристики лидера, которые выгодны в данный момент. В телевизионных новостях основным средством конструирования является отбор тех событий, которые могут с положительной или, наоборот, отрицательной стороны представить

зрителю политика. Кроме того, в современной мировой политологии для создания образа часто используется дихотомия «свой - чужой», когда лидера относят к врагу, союзнику или, в случае неопределённости, жертве.

Проанализировав новостные выпуски телеканала «Россия-24», мы пришли к следующим выводам:

- Во время предвыборной гонки образ Дональда Трампа строился на противопоставлении с образом его оппонента-демократа Хиллари Клинтон и в целом создавал положительное впечатление. Так, имя Клинтон чаще всего употреблялось в сюжетах с негативной коннотацией: её обвиняли в сотрудничестве с террористами, коррумпированности, открытой неприязни к России, а также в слабом физическом и психическом здоровье. Дональд

Трампа же в этот период выступал как кандидат, который не поддерживает решения Клинтон, настроен на налаживание отношений с Россией, ведет активный образ жизни;

- После инаугурации образ Трампа начал нести противоречивый характер. В зависимости от ситуации корреспонденты рассматривали республиканца как: врага России (использовали инфоповоды с негативной коннотацией и сопоставляли Трампа с предыдущими лидерами США); союзника (сюжеты имели положительную коннотацию, взгляды Трампа сопоставлялись с официальной точкой зрения Кремля); жертву (коннотация сюжетов несла положительный характер, а каждое действие или бездействие президента оправдывали сложной внутривластной обстановкой). В целом, с 1 января 2017 года по 2 августа 2017 года Трамп представал на российском телевидении как жертва политических игр Белого дома;

- С момента подписания указа о расширении антироссийских санкций 2 августа 2017 и до 1 января 2019 года образ Дональда Трампа конструировался исключительно как образ врага. Коннотация сюжетов несла негативный характер, а самого Трампа сопоставляли с его предшественниками, ассоциировали с предателем России и агрессором, деятельность которого привела к жертвам, противопоставляли Владимиру Путину. В этот период времени образ Трампа можно описать как устойчиво отрицательный.

Таким образом, мы видим, что за почти 3 года образ Дональда Трампа изменился с абсолютно положительного на резко отрицательный.

Источники и литература

- 1) 1. Аксинёнок А. Смена парадигмы // Россия в глобальной политике. М, 2008. С. 55-64.
- 2) 2. Андреев Р. А. Образ Барака Обамы в глазах россиян и его взаимодействие с российским антиамериканизмом // Вестник Пермского университета. серия: политология. П., 2014. С. 183-189.
- 3) 3. Антонов К. А. Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе: социологический анализ механизмов социально-политического конструирования. К., 2006.
- 4) 4. Балгурина А. В. Освещение политики новоизбранного президента США Дональда Трампа в испанских и российских СМИ // Актуальные проблемы межкультурной коммуникации. М, 2016. С. 109-111.
- 5) 5. Белокурова С. П. Словарь литературоведческих терминов. СПб., 2006. С. 320.
- 6) 6. Блондель Ж. Политическое лидерство, путь к всеобъемлющему анализу. М., 1992.
- 7) 7. Бубнова Н. Охлаждение в российско-западных отношениях // Международные процессы. М, 2015. С. 135-152
- 8) 8. Васильева Л. А. Делаем новости! М. 2003.
- 9) 9. Гарусова Л. Н. Российско-американские отношения и феномен антиамериканизма в постсоветской России // Россия и АТР. М, 2010. С. 78-86
- 10) 10. Гербнер Г. Идеологические перспективы и политические тенденции в новостях. М. 1964.
- 11) 11. Гудков Л. Негативная идентичность. Статьи 1997 – 2002 годов. М., 2004.
- 12) 12. Дегтярёв С. Б. Лингвистические средства создания образа современного российского политика в западных СМИ // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. СПб, 2013, С. 62-67

- 13) 13. Деннис Э., Мэрилл Д. Беседы о масс-медиа. М. 1997.
- 14) 14. Зуева Т. М., Шкилева Е. М. Механизмы формирования образа власти // Теория и практика общественного развития. М, 2013. С. 15-20
- 15) 15. Капустина Е. Б. Динамика российско-американских отношений на современном этапе // Россия и Америка в XXI веке, М, 2007. С. 7.
- 16) 16. Козырев Г. И. Жертва в социальном конфликте: реальность и виртуальность. М., 2010.
- 17) 17. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика, М. 2005.
- 18) 18. Кузьмина С. В. Роль СМИ в формировании имиджа политического деятеля // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. Саратов, 2012. С. 69-73
- 19) 19. Куценко М. А. Анализ имиджа политического лидера на примере Дональда Трампа // Профессиональные компетенции государственных служащих: формирование и развитие. М, 2016. С. 215-221
- 20) 20. Лисова С. Ю. Политическая эффективность СМИ // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Белгород, 2011. С. 34 -38.
- 21) 21. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.
- 22) 22. Малышев Д. А. Событие и нарратив в теленовостях, посвященных деятельности политиков // Политическая лингвистика. М, 2015. С. 124-135
- 23) 23. Молчанов К. А. Социальные технологии формирования оптимального имиджа политического лидера // Всероссийский журнал научных публикаций. М, 2013. С. 52-53
- 24) 24. Ольшанский Д. В. Глоссарий по политической психологии. М., 2003.
- 25) 25. Поппер К. Открытое общество и его враги. Т.2: Время лжепророков: Гегель, Маркс и другие оракулы. М., 1992.
- 26) 26. Рогов С. М. Стратегическое одиночество России // Экономические стратегии, 2004. С. 12-17.
- 27) 27. Рыбалко О. К. Вторая администрация Дж. Буша-мл. и американо-российские отношения // Вестник волгоградского государственного университета. Саратов, 2013. С. 59-65.
- 28) 28. Рыбалко О. К. Факт персональной дипломатии в американо-российских отношениях 2001-2008 гг.: Дж. Буш-мл. и В. В. Путин // Известия саратовского университета. Саратов, 2014. С. 88-92
- 29) 29. Сударикова О. В. Избрание Дональда Трампа: угроза или новые возможности для России? // Международный студенческий научный вестник, М. 2017, С. 217
- 30) 30. Тибинько Н. Д. Манипуляция в политическом дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск, 2011. С. 134-141
- 31) 31. Цуладзе А. М. Формирование имиджа политика в России. Учебное пособие. М., 1999.
- 32) 32. Шестопал Е. Б. Политическая психология. М. 2007.
- 33) 33. Щербинина Н. Г. Визуальный образ и оптический политический режим // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. Томск, 2013. С. 67-69.