

УДК 321.6

DOI 10.17506/dipi.2019.34.1.129135

ПРОТИВОСТОЯНИЕ Д. ТРАМПА И CNN



Бисимбаев Темирлан Рустемович,

Уральский федеральный университет,
магистрант,
кафедра политических наук,
Екатеринбург, Россия,
E-mail: timlaplandia@gmail.com

Аннотация

Настоящая работа представляет собой аналитический обзор статьи двух исследователей – Зейнаба Гасеми Тари (университет Тегерана, Иран) и Захры Эмамзаде (университет Кентербери, Новая Зеландия), – опубликованной под названием «Анализ сообщений СМИ в ходе президентских выборов 2016 года в США: Тематическое сравнение новостей CNN и твитов Дональда Трампа» в «Журнале политики и права» в 2018 г.¹ Предметом изучения авторов является медийная конфронтация между Дональдом Трампом и телеканалом CNN во время президентских выборов в США. Главным достоинством рассматриваемой зарубежной статьи является проведение подробного тематического анализа медиасланий (твиты Трампа и видеоролики CNN), которыми обменивались информационные противники в разгар избирательной кампании 2016 года.

Ключевые слова:

Трамп, Твиттер, CNN, медиа-сообщение, тематический анализ, установление повестки дня.

Во введении к статье авторы говорят об истории телеканала CNN и об его рейтингах во время избирательной кампании 2016 года в США, дают список тем, которым были посвящены репортажи данного канала. При этом подчеркивается большое информационно-политическое влияние CNN как на американскую,

¹ Zeinab Ghasemi Tari & Zahra Emamzadeh. An Analysis of the Media Messages during the 2016 U.S. Presidential Election: A Thematic Comparison between CNN News and Donald Trump's Tweets – Journal of Politics and Law; Vol. 11, No. 2; 2018 ISSN 1913-9047E-ISSN 1913-9055. Published by Canadian Center of Science and Education.

так и на зарубежную аудиторию, что получило отражение в появлении и распространении термина «Си-Эн-Эн эффект» (CNN effect). Данный феномен стал предметом широкого изучения научной общественностью с точки зрения развития технологий коммуникации и перспектив медиа-влияния на международные отношения. Это подтверждается рядом публикаций, на которые ссылаются авторы [7; 10; 13].

После краткого рассказа о медийных достижениях CNN З.Г. Тари и З. Эмамзаде переходят к анализу влияния новых медиа на избирательную кампанию в США в 2016 году, подчеркивают особое значение Твиттера в информационной стратегии Д. Трампа: «Помимо традиционных СМИ, президентские выборы в США 2016 года стали свидетелями беспрецедентной роли новых социальных сетей и их значительного влияния. В настоящее время многие политики считают новые социальные медиа незаменимыми в своем политическом успехе и имеют собственных медиа-советников и стратегов во время своих кампаний. В частности, Twitter имел 317 миллионов пользователей в месяц в третьем квартале 2016 года. Постоянное использование Дональдом Трампом Twitter-а и его способность достигать до своей аудитории с помощью 140-символьных сообщений привели к его окончательному успеху. В большей степени, Трамп использовал Twitter случайным образом, чтобы атаковать оппонентов и своих критиков. Считается, что характер Twitter-сообщений, их короткий и упрощенный контент были привлекательными для аудитории» [12, p. 80].

Авторы отмечают, что социальные сети дают возможность выбирать не только СМИ, которые потребители хотели бы читать, но также и темы, которые вызывают у них интерес. В статье подчеркивается предпочтительный характер выбора Твиттера, благодаря такой его особенности, как краткость информационного сообщения. Ссылаясь на работу Мессинга и Вествуда [9], З.Г. Тари и З. Эмамзаде отмечают, что существуют важные различия между традиционными и современными СМИ: «...Веб-сайты и мобильные приложения отображают контент от разных поставщиков новостей в одном месте, пользователям больше не нужно выбирать источник новостей; вместо этого они выбирают саму историю. Это представляет собой фундаментальный разрыв от прошлых режимов потребления новостей, в котором люди приучили себя к надежному источнику – вместо этого пользователи социальных сетей могут выбирать новости из широкого спектра источников, которые друзья или другие пользователи Интернета считают интересными или важными» [12, p. 80].

В разделе «Теоретические основы» описываются теории, в призме которых рассматривается медийно-политическое противостояние между Трампом и CNN. Одна из теорий, на которые опираются авторы, – теория «установления повестки дня» (*agenda setting*). Данная теория утверждает, что СМИ, хотя и не до конца могут указать людям вектор, в котором им нужно думать, они при этом могут очертить темы, в рамках (фреймах) которых люди начинают думать. Фрейм, рассуждают авторы, является центральной организующей идеей для осмысления событий и предложения того, о чем идет речь, фрейминг часто рассматривается как необходимый инструмент для уменьшения сложности вопроса, учитывая ограничения их соответствующих средств массовой информации, связанные с новостями и эфирным временем. Здесь важную роль играют привратники. Под привратниками понимается процесс отбора и обработки бесчисленных

бит информации в ограниченном количестве сообщений, которые достигают людей каждый день. Это относится и к способам репрезентации информации, которые используются редакторами, журналистами и другими коммуникаторами для того, чтобы они резонировали с ментальными базовыми схемами аудитории [11, p. 12]. Редакторы – это те, кто принимает решение о распространении определенной информации. В значительной степени они могут контролировать знания общественности о реальных событиях, позволяя некоторым сюжетным историям проходить, блокируя другие [12, p. 81].

Вместе с тем, отмечают З.Г. Тари и З. Эмамзаде, многие ученые считают, что *agenda setting* в настоящее время уже не может рассматриваться в качестве доминирующей технологии влияния средств массовой информации [1, p. 1916]. Ее конкурентом выступает теория «выборочного воздействия» (*selective exposure*). Согласно данной теории, люди не являются пассивными получателями медиаконтента. Ее сторонники утверждают, что во многих случаях люди сначала принимают решения, и только затем ищут доказательства для подтверждения собственных решений [2; 6; 8].

Если аудитория, согласно теории *selective exposure*, сама выбирает медиаконтент, исходя из своих предпочтений, то тогда, считают авторы, кандидат в президенты вовсе не обязан постоянно реагировать на какие-либо негативные новости или обвинения со стороны оппонента. Так, например, когда Дональда Трампа обвиняют в жестоким обращении с женщинами, он совсем не должен немедленно на это отвечать, чтобы убедиться, что его сторонники не будут в нем разочарованы. Если он или его советники считают, что многие из его сторонников не подвержены негативным новостям, то правильным решением будет хранить молчание [12, p. 82].

Исследователи в своей статье заявляют, что перед ними стояла задача ответить на вопрос, какая медийная стратегия была ближе всего Трампу во время президентских выборов 2016 года. Пытался ли он непрерывно реагировать на то, в чем его обвиняли? Если да, то существует ли четкая последовательная связь между обвинениями и реакцией? Ответить на данные вопросы важно еще и потому, что Трамп, как известно, победил на выборах. Это значит, что его решения оказались успешными. Именно по этой причине рассмотрение медийной стратегии Трампа во время избирательной кампании имеет важное значение как с политической, так и с коммуникационной точек зрения.

Следующий раздел статьи посвящен вопросам методологии. Авторы концентрируются на методе тематического анализа. Тематический анализ заключается в извлечении ключевых тем из кейса, который исследователи хотят изучить [5]. Это очень распространенный метод, используемый в качественных исследованиях для определения и анализа значений текстов [3; 4]. Тематический анализ позволяет исследователю искать шаблонные темы и классифицировать их. Метод помогает в выявлении, анализе и составлении отчетов по темам в совокупности данных. Он также включает способы интерпретации различных аспектов исследуемой тематики. Тематический анализ помогает исследователю извлекать значения из определенной базы данных и включает изучение и запись шаблонов или тем. Несмотря на то, что данный метод широко используется в современных медиа-исследованиях, все еще нет четкого соглашения о том, что такое тематический анализ и как его проводить. Авторы пишут, что после первоначального

выбора тем следует применять такие методы, как пропуск, объединение и переименование концептов (omitting, combining, and retitling of the concepts).

Чтобы выяснить, была ли политика кампании Трампа в основном реакцией или игнорированием выдвинутых против него обвинений, исследователи анализируют сообщения, опубликованные Трампом в Твиттере, с одной стороны, и тематику новостных сюжетов его оппонентов в лице CNN, с другой стороны. Для проведения тематического анализа были просмотрены и проанализированы все видеоролики, связанные с президентскими выборами 2016 года в США с 7 по 31 октября.

В следующей части «Обсуждения и выводы» авторы пишут о том, что ими был проанализирован 431 твит за октябрь 2016 года. 116 из данных твитов были перепостами, которые не учитывались в исследовании. Остальные 315 твитов были поделены на 11 тем:

1. Трамп – следующий президент Америки.
2. СМИ нечестны.
3. CNN – нечестные новости.
4. Трамп победит терроризм.
5. Трамп – единственное решение для Америки.
6. Америка в беде.
7. Отношения с женщинами.
8. Клинтон и скандал с электронной почтой.
9. Клинтон врет.
10. Клинтон коррумпирована.
11. Клинтон – не решение для Америки.

Авторы также изучили 26 телепередач канала CNN, транслируемых в октябре 2016 года. После чего ими были выделены темы, которых чаще всего касался телеканал:

1. Трамп не так богат, как говорит.
2. Трамп и плохое обращение с женщинами.
3. Бренд Трампа теряет доверие.
4. Слова и поведение Трампа не изменились за 27 лет.
5. Трамп некомпетентен и неопытен.
6. Трамп – расист.
7. Трамп непредсказуем.
8. Трамп избежал уплаты налогов.
9. Трамп имеет нестабильный характер.

Кроме того, в данном разделе приводится таблица, в которой указывается период, в котором каждая тема была затронута CNN и Трампом. Исходя из таблицы и тем, выдвинутых двумя конфронтационными сторонами, делается вывод о том, что Трамп предпочел не отвечать конкретно на все выдвинутые против него обвинения. В основном его стратегия заключалась в переходе в контратаку на своих оппонентов по тем же темам, в которых содержались обвинения в его адрес. Также он апеллировал к непрофессионализму CNN, используя термин «fake news».

В заключении статьи подводятся итоги проведенного тематического анализа, с позиции которого авторы предлагают оценить медийную стратегию Трампа во время избирательной кампании. Результаты показывают, что прези-

дент Трамп неотреагировал на большинство обвинений и нападения со стороны CNN. Вместо этого он сам атаковал с помощью данных тем на своих оппонентов. Он подчеркивал общественное недоверие к СМИ и некомпетентность Хилари Клинтон. Единственным вопросом, который заставил Трампа отреагировать, был скандал с его высказываниями о женщинах. Он часто обращался к этой проблеме и пытался оправдать себя и извиниться. В соответствии с теорией *selective exposure* его реакция имеет разумное объяснение: среди многих обвинений и нападков на Трампа самой главной темой, безусловно, являлись его отношения с женщинами. Даже те СМИ, которые поддерживали Трампа, не смогли пройти мимо данной темы. Исследователи приходят к выводу, что именно данная тема цепляла большинство избирателей, что отразилось на стратегии Трампа. В итоге З.Г. Тари и З. Эмамзаде признают, что анализируемый ими контент, представленный материалами CNN и твиттер-аккаунтами Трампа, не является достаточно репрезентативным для всего информационного массива, вовлеченного в избирательную кампанию в США в 2016 году, а это значит, что рассматриваемая ими проблема остается открытой для дальнейшего расследования.

1. Boynton, G., & Richardson, G.W. Agenda setting in the twenty-first century – *New Media & Society*, 2015, 1916–1934.

2. Braun, V., & Clarke, V. Using thematic analysis in psychology – *Qualitative Research in Psychology*, 2008, 77–101.

3. Clarke, V., & Braun, V. Thematic analysis – *The Journal of Positive Psychology*, 2017, 297–298. <https://doi.org/10.1080/17439760.2016.1262613>.

4. Crowe, M., Inder, M., & Porter, R. Conducting qualitative research in mental health: Thematic and content analyses – *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 2015, 616–623. <https://doi.org/10.1177/0004867415582053>.

5. Daly, J., Kellehear, A., & Gliksmann, M. *The public health researcher: A methodological approach*. 1997. Melbourne, Australia: Oxford University Press.

6. Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. Demonstrating Rigor Using Thematic Analysis: A Hybrid Approach of Inductive and Deductive Coding and Theme Development, 2006, 80–92. <https://doi.org/10.4135/9781483384436>.

7. Gilboa, E. The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations – *Political Communication*, 2007, 27–44.

8. Guest, G., MacQueen, K.M., & Namey, E.E. *Applied Thematic Analysis*. 2007. London: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781483384436>.

9. Messing, S., & Westwood, S.J. Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online – *Communication Research*, 2012, 1042–1063.

10. Rudd, C. (2016). Effects of the Media on Citizens and Politicians. In G. Kemp, B. Bahador, K. McMillan, & C. Rudd (Eds.) – *Politics and the Media 2016*, 154–170.

11. Shoemaker, P.J. & Reese, S.D. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. 1996, New York: Longman.

12. Tari Z.G. & Emamzadeh Z. (2018) An Analysis of the Media Messages during the 2016 U.S. Presidential Election: A Thematic Comparison between CNN News and Donald Trump's Tweets – *Journal of Politics and Law*, 2018, Vol. 11, No. 2. Pp. 78–87.

13. Volkmer, I. *News in the Global Sphere: A Study of CNN and Its Impact on Global Communication*. 1999, Luton: University of Luton Press.

References

1. Boynton, G., & Richardson, G.W. Agenda setting in the twenty-first century – *New Media & Society*, 2015, 1916–1934.
2. Braun, V., & Clarke, V. Using thematic analysis in psychology – *Qualitative Research in Psychology*, 2008, 77–101.
3. Clarke, V., & Braun, V. Thematic analysis – *The Journal of Positive Psychology*, 2017, 297–298. <https://doi.org/10.1080/17439760.2016.1262613>.
4. Crowe, M., Inder, M., & Porter, R. Conducting qualitative research in mental health: Thematic and content analyses – *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 2015, 616–623. <https://doi.org/10.1177/0004867415582053>.
5. Daly, J., Kellehear, A., & Gliksman, M. *The public health researcher: A methodological approach*. 1997. Melbourne, Australia: Oxford University Press.
6. Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. Demonstrating Rigor Using Thematic Analysis: A Hybrid Approach of Inductive and Deductive Coding and Theme Development, 2006, 80–92. <https://doi.org/10.4135/9781483384436>.
7. Gilboa, E. *The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations – Political Communication*, 2007, 27–44.
8. Guest, G., MacQueen, K.M., & Namey, E.E. *Applied Thematic Analysis*. 2007. London: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781483384436>.
9. Messing, S., & Westwood, S.J. Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online – *Communication Research*, 2012, 1042–1063.
10. Rudd, C. (2016). Effects of the Media on Citizens and Politicians. In G. Kemp, B. Bahador, K. McMillan, & C. Rudd (Eds.) – *Politics and the Media 2016*, 154–170.
11. Shoemaker, P.J. & Reese, S.D. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. 1996, New York: Longman.
12. Tari Z.G. & Emamzadeh Z. (2018) An Analysis of the Media Messages during the 2016 U.S. Presidential Election: A Thematic Comparison between CNN News and Donald Trump’s Tweets – *Journal of Politics and Law*, 2018, Vol. 11, No. 2.Pp. 78–87.
13. Volkmer, I. *News in the Global Sphere: A Study of CNN and Its Impact on Global Communication*. 1999, Luton: University of Luton Press.

UDC 321.6

DOI 10.17506/dipi.2019.34.1.129135

D. TRUMP'S CONFRONTATION WITH CNN

Bisimbayev Temirlan Rustemovich,

Ural federal University,
undergraduate,
Department of political science,
Ekaterinburg, Russia,
E-mail: timlaplandia@gmail.com

Annotation

This paper is an analytical review of an article by two researchers – Zeinab Ghasemi Tari (University of Tehran, Iran) and Zahra Emamzadeh (University of Canterbury, New Zealand), published under the title “An analysis of media reports during the 2016 U.S. presidential election: a Thematic comparison of CNN news and Donald Trump’s tweets” in the journal of politics and law in 2018. The subject of study of the authors is the media confrontation between Donald Trump and CNN during the presidential elections in the United States. The main advantage of the considered foreign article is a detailed thematic analysis of media messages (Trump’s tweets and CNN videos), which were exchanged by information opponents in the midst of the election campaign in 2016.

Keywords:

Trump, Twitter, CNN, media messages, thematic analysis, agenda setting.