ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРАКТИКА JOURNALISTIC PRACTICE

УДК 070

DOI 10.17150/2308-6203.2019.8(4).719-734

Чобанян Каринэ Вардановна

Кандидат филологических наук, старший преподаватель
Кафедра телевидения и радиовещания, факультет
журналистики, Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова, 125009, Российская Федерация,
г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: kchobanyan@gmail.com

Karine V. Chobanyan

PhD in Philology, Senior Lecturer

Department of Television and Radio, Faculty of Journalism.
Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya Str.,
Moscow, 125009, Russian Federation,
e-mail: kchobanyan@gmail.com

«ТРАМПОВИЗАЦИЯ» АМЕРИКАНСКОЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ

Аннотация. С момента избрания Дональда Трампа президентом США в американской журналистике в целом и на телевидении в частности происходят активные процессы трансформации в жанрах, тематическом наполнении, выборе некоторых языковых средств и в общей контент-стратегии. В статье предпринята попытка зафиксировать наиболее значимые изменения в информационном вещании.

На материале информационного телеканала CNN как главного антипода политики Д. Трампа в отношении СМИ автор анализирует и выявляет новые направления вещательной политики. Среди них: резкое сокращение количества материалов в выпуске, популяризация «панельных дискуссий», доминанта политической тематики и самого Д. Трампа в роли главного ньюсмейкера, присутствие отрицательной оценки в языке ведущих, переход журналистов с позиции наблюдателя на позиции критиков и оценщиков, изменение образа Президента и концепта «Дональд Трамп» в американских СМИ, а также появление и развитие концепта «хаоса в Белом доме». В статье представлена динамика изменений основных структурных показателей канала (жанровой структуры, тематических доминант, некоторых составляющих языковой модели) за последние пять лет.

Автор приходит к выводу о том, что противостояние главы государства и журналистов (в данном случае — тележурналистов) приводит к общему снижению качества эфира и профессиональных стандартов ведущих и корреспондентов информационных телеканалов. В этом отношении особую тревогу вызывают потеря объективности, однобокость дискуссий и преобладание отрицательной оценки.

Исследование проводилось во второй половине 2018 г. на материале информационных выпусков CNN за 2017–2018 гг.

Ключевые слова. Дональд Трамп, американская тележурналистика, информационные телеканалы, жанры, языковые средства, контент-стратегия, CNN.

Информация о статье. Дата поступления 23 сентября 2018 г.; дата принятия к печати 2 октября 2019 г.; дата онлайн-размещения 26 октября 2019 г.

TRUPIZATION OF AMERICAN TELEVISION JOURNALISM

Abstract. Since of Donald Trump was elected President of the US, American journalism in general and TV journalists in particular has been going through transformations in genres, topics, variety of linguistic means and general content strategy. The article is an attempt to determine the most significant changes in the news broadcast.

Using the information content of CNN as the main detractor of Trump's media policy, the author analyzes and describes the new trends in the broadcasting policy. These include a significant reduction in the number of news items per news bulletin, attractivation of panel discussions, dominance of political topics and Donald Trump himself as the main news maker, negative evaluation in the frontmen's language, journalists' switch-over from observing to criticizing and assessing, changes in the president's image and in the concept of D. Trump in American mass media, and the emergence and development of a new "White House chaos" concept. The article shows the dynamics in the main CNN's structural indicators, such as genres ratio, thematic preferences, linguistic components, over the past five years.

The author infers that the adversarial relationship between the president and TV journalists results in overall decreased taping content quality and lower professional standards for frontment and news channel correspondents. In this relation, lack of objectivity, biased discussions and prevalence of negative evaluation are of particular concern.

The research was carried out in the second half of 2018, a case study of CNN newscasts of 2017 and 2018.

Keywords. Donald Trump, American TV journalism, news channels, genres, linguistic means, content strategy, CNN.

Article info. Received September 23, 2018; accepted October 2, 2019; available online October 26, 2019.

С 2016 г. по настоящее время в американской журналистике происходят перемены, во многом обусловленные политическими процессами и самой фигурой человека, ставшего 45-м президентом США. Дональд Трамп за короткий срок сумел выстроить особые отношения с прессой, сделав Твиттер своим основным каналом коммуникации, периодически вводя запреты на видеосъемку во время традиционных брифингов в Белом доме, открыто называя один из основных информационных телеканалов источником

«фейковых новостей» и даже бойкотуя некоторых корреспондентов на своих пресс-конференциях. Те процессы, которые происходят между президентом США и большинством СМИ, исследователи открыто называют войной¹ [1].

Эпоху Трампа для американских СМИ уже называют «золотым веком журналистики политической ответственности» [2], проводя параллели

1 Trump's War on Journalism // Los Angeles Times. 2017. April 5. URL: <http://www.latimes.com/projects/la-ed-trumps-war-on-journalism/#>.

с журналистикой Уотергейта, но прогнозируя при этом другие результаты: падение престижа профессии журналиста в глазах молодежи, рост недоверия к СМИ. Кроме того, меняются функции журналистики: она не столько информирует, сколько поляризует и разжигает розни [3; 4].

Возможно, во многом виноваты и сами СМИ, по мнению многих, чрезмерно освещавшие (часто ради рейтингов) предвыборную кампанию Трампа и таким образом обеспечившие ему победу в выборах [5]. Большую роль здесь сыграло и общее смещение ценностей и приоритетов в сферу развлечений [4].

Происходящие сегодня в американской журналистике процессы являются сложными, противоречивыми и, безусловно, двусторонними. В данной статье мы сосредоточимся лишь на тех изменениях, которые протекают в одном из звеньев этой цепи — в тележурналистике. Процесс трансформации телевизионных СМИ США, происходящий под воздействием президентства Трампа, мы предлагаем назвать «*трамповизацией*» (понимая, что данный термин не претендует на научность). Основными чертами этого процесса являются политизация новостного вещания и его построение вокруг личности одного ньюсмейкера, снижение объективности, смещение журналиста с позиции наблюдателя в позицию критика, открытая оценочность в языке и личных суждениях журналистов.

В данной статье мы рассмотрим, как президентство Трампа меняет современную американскую тележурналистику на примере одного из основных информационных телеканалов — CNN. Именно с этим кана-

лом у Трампа сложились наиболее холодные отношения. Президент неоднократно называл CNN «фейковыми новостями» (*fake news*) [6], игнорировал и даже в грубой форме вычитывал корреспондента CNN в Белом доме Джима Акосту [7], распространял в интернете мемы, в которых он избивает логотип канала [8], а его электорат часто скандирует на митингах: «CNN — отстой!» (*“CNN sucks”*) [7].

Канал, в свою очередь, находит возможным прямо или косвенно отвечать на поведение Президента — иногда в форме официальных заявлений от пиар-службы, иногда прямо в эфире устами ведущих или гостей.

Основная цель данного исследования — выявить динамику изменений в жанрово-тематическом наполнении, языке и общей тональности американского информационного телеканала CNN в его противостоянии с президентом страны, а также определить новые стандарты американской журналистики «политической ответственности». Для этого мы провели жанровый и тематический контент-анализ, проанализировали язык новостных материалов о Трампе, проанализировали концепт «Дональд Трамп» в эфире CNN.

Обзор имеющихся исследований

Сама фигура Трампа вызывает интерес многих исследователей журналистики и публицистов как в России, так и за рубежом. Так, уже за 2,5 года пребывания Трампа в Белом доме только в отечественной науке опубликовано множество исследований в области политологии, экономики, международных отношений, культурологии, лингвистики [9–15].

Для нас особый интерес представляют исследования образа Трампа и концепта «Дональд Трамп» в зарубежных (в первую очередь американских) СМИ [16; 17]. Так, в опубликованном в конце 2017 г. лингвокогнитивном исследовании оценочной составляющей образа Д. Трампа на материалах журнала *Newsweek* показано преобладание отрицательных оценок на трех уровнях: сенсорном, этическом, рационалистическом. При этом отмечено и некоторое присутствие положительных оценок гибкости президента «при решении некоторых проблем» [16, с. 24].

Анализ концепта «Дональд Трамп» в современных американских СМИ (в основном печатных и онлайн) выделяет личную жизнь как основной инфоповод материалов и фиксирует преобладание негативной информации о президенте [17].

На Западе преобладают публицистические работы о воинственных взаимоотношениях действующего президента с прессой². В некоторых уже фиксируются и нарушения законов журналистики со стороны представителей профессии [18], а также неоднозначные изменения, происходящие в методах работы американской качественной прессы под влиянием Трампа [19]. Отмечается так называемый «эффект Трампа»: внимание (часто негативное) к его персоне со стороны СМИ настолько велико, что новости о Трампе вытесняют важные политические и экономические заголовки, не освещая которые медиа тем самым помогают Трампу дольше оставаться у власти

[20]. Некоторые отмечают и положительный эффект «войны» Трампа с журналистикой, полагая, что несправедливые атаки президента в ответ повлекут за собой качественные журналистские расследования [21].

Профессор нью-йоркского университета Дж. Розен уже после победы Трампа на выборах прогнозировал «зиму» для прессы, указывая на основные проблемы в предстоящих отношениях СМИ с новой властью и пути их решения. Среди главных исследователей прогнозировал резкое снижение уровня доверия к СМИ, а также организованное консервативное движение, направленное на дискредитацию мейнстримной журналистики [4].

Научных исследований контента и языка современной американской тележурналистики на предмет происходящих в них под влиянием Д. Трампа трансформаций пока не проводилось. В данной статье мы не только выявляем основные тенденции этих трансформаций, но и фиксируем их динамику.

Методология

Эмпирическую базу исследования составили 14 новостных выпусков, вышедших в эфир канала CNN/U.S.³ в 2017–2018 гг. Хронометраж каждого — 60 минут (с учетом рекламы). В выборку вошли случайно выбранные дневные (эфир в 14:00) и вечерние (эфир в 20:00) выпуски в будни, а также утренние (7:00 и 8:00) выпуски выходных дней. Для каждого года мы сформировали по одной искусственной неделе (2017: выпуски от 18 мая, 19 июня, 24 ию-

² Trump's War on Journalism // Los Angeles Times. 2017. April 5. URL: <http://www.latimes.com/projects/la-ed-trumps-war-on-journalism/#>.

³ Здесь и далее мы рассматриваем «домашнюю» (CNN/U.S.), а не международную (CNN International) версию телеканала.

ня, 14 июля, 22 августа, 20 сентября, 24 сентября; 2018: выпуски от 11 января, 12 января, 7 марта, 3 апреля, 28 апреля, 7 мая, 3 июня). Нашей целью в данном случае было не только сравнить результаты с имеющимися показателями 2013 г. [22], но и проследить вектор изменений в 2018 г. по сравнению с 2017.

Основными методами исследования стали контент-анализ и методы статистического и стилистического анализа.

Результаты

Одним из основных направлений в изменении контент-стратегии канала в 2017-2018 гг. стало резкое увеличение доли политических новостей и различного рода дискуссий в эфире. В языке наблюдается увеличение доли военных метафор, оценочных прилагательных, эмоциональных высказываний. Обнаружены примеры, в которых ведущие и корреспонденты канала открыто высказывают свое отношение к проблеме. Регулярной составляющей эфиров становится тема проверки фактов, в результате которой ложь оказывается на стороне Трампа, а правда — на стороне CNN. Неоднократно упоминается и развивается концепт «хаоса в Белом доме», который становится важной составляющей и общего образа Дональда Трампа в эфире телеканала.

Рассмотрим теперь все по порядку.

Жанрово-тематические изменения в эфире CNN

В 2017-2018 гг. одним из главных изменений в контент-стратегии телеканала CNN стал резкий рост доли политической тематики. Впрочем,

это свойственно не только CNN. Согласно исследованиям 2016 г., информационные телеканалы являются для американской аудитории наиболее предпочитаемым источником информации о президентских выборах⁴, поэтому ставка на политический контент обеспечивает каналу рейтинги, а следовательно, и успешную бизнес-модель. Так, например, в 2016 г. основные кабельные каналы (CNN, Fox News, MSNBC) зафиксировали рост средней аудитории в 55 %⁵. В 2017 г. вечерняя аудитория каналов немного сократилась, но дневная осталась прежней. При этом закончить год телеканалам удалось с 10-процентной прибылью общей суммой около 5 миллионов долларов, основными источниками которой стали реклама и подписка⁶.

Можно предположить, что главным источником инфоповодов даже после выборов остается президент Трамп. Его имя так или иначе упоминается в 81 % всех политических новостей в выборке. Здесь пока наблюдается тенденция роста: 72 % в 2017 г. — 90 % в 2018 г. Это почти половина общего объема новостей в 2017 г. и 70 % в 2018 г. (табл. 1), что соответствует общей тенденции чрезмерной увлеченности фигурой Трампа в американских медиа [20].

Доля политических новостей в целом (в разных жанрах) в эфире

⁴ Cable News Fact Sheet // Pew Research Center. 2018. July 25. URL: <http://www.journalism.org/fact-sheet/cable-news>.

⁵ State of the News Media 2017 // Pew Research Center. URL: http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2018/07/11183646/State-of-the-News-Media_2017-Archive.pdf

⁶ Cable News Fact Sheet // Pew Research Center. 2018. July 25. URL: <http://www.journalism.org/fact-sheet/cable-news/>.

Таблица 1

**Объем новостей о Д. Трампе в эфире CNN в 2017–2018 гг.
(%, от общего количества материалов выборки)**

Период	Доля	Рост
2017	48	–
2018	70	+ 22

CNN в рассматриваемый период (2017–первая половина 2018 гг.) выросла на 50 % в сравнении с 2013 г. Здесь тоже отмечено наращивание объема с 2017 по 2018 гг. (табл. 2).

Такие цифры свидетельствуют о бесспорной популярности действующего президента как главного ньюсмейкера страны. Некоторые выпуски в выборке (3 программы из 14) были полностью посвящены новостям, связанным с Д. Трампом.

Существенные изменения по сравнению с 2013 г. были отмечены и в жанровом наполнении выпусков. Так, резко возрос процент дискуссий и бесед. Жанр выступления используется только в форме прямых включений. Сократился объем информационных сообщений (наиболее популярного жанра в 2013 г.). Пожанровая динамика изменений приведена в таблице 3.

Главная тенденция, на наш взгляд, это популяризация новой жанровой формы, которую канал называет «панельной дискуссией»,

а иногда просто «панелью» (*panel discussion, panel*). Для сравнения в показателе 2013 г. мы суммировали общую долю жанров дискуссии и беседы. Приглашенная панель экспертов в 2017–2018 гг. — обязательный атрибут **каждой** программы. Чаще соглашаясь друг с другом, чем споря, гости (среди которых нередко бывают и «аналитики» CNN) обсуждают политические новости, открыто выражая свою позицию и отношение к темам дня. Все примеры панельных дискуссий в выборке были посвящены политической тематике. В некоторых программах панель экспертов включается несколько раз в течение часа, обсуждая сначала одну политическую новость, затем другую. Ведущий при этом чаще выполняет функции модератора. Можно отметить рост популярности такой жанровой формы: ее доля возросла с 22 % в 2017 г. до 28 % в первой половине 2018-го.

В целом же эфир канала на три четверти (74 %) состоит из разго-

Таблица 2

**Объем политической тематики в эфире CNN в 2013–2018 гг.
(%, от общего количества материалов выборки)**

Период	Доля	Рост
2013	21	–
2017	65	+ 44
2018	78	+ 13
2017–2018 (средний показатель)	71	+ 50 (с 2013 г.)

Таблица 3

Долевая структура жанров CNN
(%, от общего числа материалов выборки)

Жанр	2013	2017-2018
Информационное сообщение	46	22
Выступление / Прямое включение	25	32
Интервью	16	13
Репортаж	6	4
Комментарий	4	4
«Панельная дискуссия»	1	25

ворных длинноформатных жанров (прямых включений, интервью, панельных дискуссий, комментария). В 2013 г. их объем составлял лишь 46 %. Такой резкий скачок привел и к вполне логичному резкому сокращению количества материалов в новостных выпусках. Средний показатель количества новостей в час упал с 17 в 2013 г. до **шести** в 2017-м и лишь **пяти** в 2018-м. Таким образом, можно говорить о резком снижении степени «информационности» и росте степени аналитичности канала.

Язык политических новостей канала: основные тенденции

Стилистический анализ медиатекстов, в которых упоминается Д. Трамп, выявил следующие особенности: наличие метафор (с преобладанием военных метафор), оценочность, эмоциональная окраска, личные местоимения первого лица, прямые и косвенные обращения к президенту. В данном случае рассматривалась только речь ведущих, корреспондентов и комментаторов канала CNN (речь приглашенных гостей не анализировалась).

Для количественной оценки мы решили использовать показатель плотности данных языковых средств

на сегмент. Всего в выборке 47 сегментов (то есть новостных материалов в любом жанре, посвященных единой теме) о Д. Трампе: 21 в выпусках 2017 г. и 26 в выпусках 2018 г. Сравнение с 2013 г. в данном случае неуместно.

Метафоризация оказалась одним из наиболее популярных экспрессивных средств. Яркая метафора (стертые в данном случае не являются показателем) есть в 45 из 47 сегментов (показатель плотности 0,95), то есть с учетом погрешности — почти в каждом.

Количество метафор возросло в 1,6 раза в 2018 г. по сравнению с 2017. Среди наиболее ярких примеров: *thunderous Tuesday morning tweet storm* (грозовой Твиттерштурм во вторник утром), *verbal back flip from the President of the United States* (словесное сальто назад от президента США), *president Trump's vile comments triggered global condemnation* (гнусные комментарии президента Трампа вызвали глобальное осуждение).

47 % метафор в таких текстах являются военными: *the president has unleashed a new attack on Amazon* (президент запустил новую атаку на [компанию] Амазон), *investors are*

fearing a trade war (инвесторы опасаются торговой войны), *Trump has engaged in the war of words* (Трампа вовлечен в словесную войну), *a bombshell revelation/admission* (сенсационное [от «эффекта разорвавшейся бомбы»] открытие/признание), *to attack some familiar targets* (атаковать знакомые мишени). Такая деталь становится одной из важных составляющих общего образа Д. Трампа в эфире канала (к этому мы подойдем позже).

Оценочность используется еще чаще, чем метафоризация. В основном посредством оценочных прилагательных (72 %). Плотность этого показателя на сегмент — 1,9, то есть в среднем почти по два оценочных слова (или фразы) в сегменте. Их количество резко — почти в 5 раз — возросло в 2018 г. по сравнению с 2017-м.

Наиболее яркие примеры: *president Trump's profane remarks* (скверные высказывания президента Трампа), *more negative news headlines* (еще немного негативных новостей), *evasive answers* (скользкие ответы), *has president Trump created a new low bar?* (установил ли президент Трамп новый низкий стандарт?), *sadly* (к сожалению), *our dearest ally England* (наш самый дорогой союзник Англия), *amazing young man* (удивительный молодой человек). Отметим, что все оценочные слова и конструкции, относящиеся к Трампу, являются негативными. Положительная коннотация употребляется только по отношению к тем, кто стал предметом критики Трампа. К примеру, в выпуске, когда главной темой дня были высказывания Трампа о некоторых странах тре-

тьего мира⁷, корреспондент в Пентагоне рассказывала историю эмигранта из Гаити, который закончил военную академию в Уэст Пойнт в 2016 г. и от счастья плакал на выпускном. «Какой удивительный молодой человек, как и большинство иммигрантов, которые приезжают в США», — заявила корреспондент в начале прямого включения. В конце ведущая резюмировала еще более открытой оценкой: *Bless him. We are full of gratitude for him, especially on days like today, when we hear things like that from the president* (Да благословит его бог. Мы полны благодарности ему, особенно в такие дни, как сегодня, когда мы слышим подобные вещи от президента).

Наличие подобных фраз в речи журналистов серьезного информационного телеканала, безусловно, поднимает вопрос об объективности. Очевидно, что в эпоху Трампа журналистика «политической ответственности» функционирует по правилам, которые пока еще не прописаны ни в одном учебном пособии. Исторический принцип объективности, согласно которому журналист — лишь сторонний наблюдатель, а оценку происходящему дает только зритель, сегодня обретает новую форму. Журналист передает информацию, одновременно показывая зрителю, как ее «правильно» воспринимать.

Данный тезис подтверждают и обнаруженные нами примеры **эмо-**

⁷ Эфир CNN от 11 и 12 января 2018 г. В частности, приводятся цитаты из дневного эфира (14:00) 12 января. Главная тема — ремарки Трампа на закрытой встрече о некоторых странах с большим потоком эмиграции. Трамп назвал такие страны «вонючими дырами» (*sh*thole countries*).

циональных высказываний, тесно связанных с оценочными. Их средняя плотность не так высока — 0,23, но большая часть подобных примеров приходится на 2018 г., где показатель плотности уже 0,38.

В речи ведущих иногда проскальзывают эмоциональные междометия “*Jesus!*”, “*Dear God!*” (вариации русскоязычного «Господи!»), “*Wow*” (в данном случае выражая удивление степенью несостоятельности), “*What the heck?*” (что за чертовщина!).

Эмоции часто отражены в интонации журналистов. Так, например, корреспондент в Белом доме Джим Акоста в прямом включении после брифинга пресс-секретаря, на котором была запрещена видеосъемка, несколько раз голосом выделяет местоимение “*this*” (этот) в словосочетании “*this White House*” (этот Белый дом), поворачиваясь и руками указывая на Белый дом за спиной⁸. В интонациях и в мимике отчетливо прослеживаются возмущение, фрустрация, негодование. В финале эти эмоции эскалируют: “*I just don’t know what we are doing. <...> It’s like we’re just covering bad reality television is what it feels like now*” (Я просто не знаю, чем мы занимаемся. <...> Похоже, мы просто освещаем плохое реалити-TV, вот на что это похоже). Манеру работы корреспондента Акосты с властью уже называют «журналистикой представления» (*performance journalism*), отмечая обилие личного местоимения «я» в его вопросах, демонстративные уходы с брифингов и т.д. По замечанию коллег, такие поступки «стирают границы между репортажем и пред-

ставлением, между работой и войной в то время, когда журналистам особенно важно показать важность своего ремесла» [19].

Обилие **личных местоимений первого лица I / we** (я/мы) присуще не только корреспонденту Акосте. Ими злоупотребляют и некоторые ведущие канала. Их плотность на сегмент одна из самых высоких — 2,5.

Вот несколько примеров: “*I feel like we are almost stuck at Groundhog Day, where the president says something insane, and we are all looking for Republican leadership to respond*” (Мне кажется, мы застряли в дне сурка, когда президент говорит что-то ненормальное, и мы все ждем реакции республиканского руководства); “*I am not outraged. I am tired of being outraged as a matter of fact*” (Я не возмущен. Я устал от возмущения, если на то пошло); “*This is where we are in 2018*” (И это происходит у нас в 2018 г.).

Злоупотребляя местоимением «я», журналисты делают себя частью новости, часто выражая при этом свою оценку. Употребляя «мы» не в значении «редакция CNN», а отождествляя себя с народом (а в данном случае мы учитывали только такие употребления “*we*”), журналисты вновь нарушают профессиональные стандарты, начинают «увещевать» вместо того, чтобы объективно показывать новость.

Наконец, рассмотрим еще одну особенность языка канала — прямые или косвенные **обращения** к Д. Трампу. Эта тенденция заметна только в выборке 2018 г. Плотность таких случаев пока невысока — 0,3 (если рассматривать только выборку 2018 г.), 0,1 (в отношении всей выборки).

⁸ Выпуск CNN Newsroom (14:00) от 19 июня 2017 г.

Косвенные обращения к президенту маскируются ссылкой на чью-либо цитату: *“Gary Cohn <...> was one of the guys in the room <...>, and he was the guy who’s essentially saying, Mr, President, this is not a great idea”* (Гэри Кон был одним из присутствующих, и именно он по сути говорил: «Мистер Президент, это нехорошая идея»). Прямые обращения звучат без ссылок. Иногда используется комбинация обоих приемов. Например, при обсуждении обвинений Трампа в расизме⁹ в эфир выдается фрагмент выступления генерал-лейтенанта Джея Сильверии перед кадетами школы BBC США годом ранее (инфоповод и сама речь выступающего, казалось бы, не имеют никакого отношения к Трампу). В нем Сильверия адресовал расистский инцидент (который в итоге оказался фейковым). Фрагмент заканчивается словами *“If you can’t treat someone from another race or different skin color with dignity and respect, you need to get out”* (Если ты не можешь проявлять достоинство и уважение по отношению к людям другой расы или другого цвета кожи, тебе надо уйти). Сразу после такого намека ведущая напрямую обращается к Трампу: *“Mr. President, the world is watching you. The choice is yours”* (Мистер Президент, на Вас смотрит весь мир. Выбор за Вами).

Таким образом, в языке канала (точнее, в языке политических материалов) мы видим общую тенденцию негативной оценки Трампа и его действий на нескольких уровнях: в военных метафорах, в отрицательно-оценочных прилагательных, в открытых

эмоциях возмущения, недовольства, в косвенных и прямых обращениях. Отход от объективной позиции усиливается личными местоимениями *I / we*, то и дело звучащими из уст ведущих и корреспондентов.

Правда или ложь?

В общей риторике канала отчетливо прослеживается тема «**фактчекинга**» Трампа. Безусловно, она навеяна изначальными нападениями президента на канал и обвинениями в «фейковых новостях». Эти обвинения резонируют с базовым электоратом Трампа. В интернете (и не только) развернулась целая кампания против CNN. Хэштег *“cnnfakenews”* популярен в Твиттере, более 43 тысяч публикаций с этим хэштегом размещено в сети Инстаграм. Кроме того, есть свидетельства нападений на сотрудников канала.¹⁰ Трамп постоянно обвиняет канал в подтасовке фактов, фабрикации ложных историй и выдаче в эфир непроверенной информации.

Канал, который долгое время позиционировал себя как лидер по уровню доверия аудитории (*“the most trusted name in news”*)¹¹, в ответ проводит в эфире верификацию заявлений Трампа (как правило, сделанных в Твиттере). В результате этой проверки неизбежно доказывалась их ложность (и, соответственно, истинность информации CNN).

¹⁰ Продюсер CNN Р. Биньон на своей странице в фейсбук 27 авг. 2018 г. сообщил о том, что в Атланте одна из его коллег, одетая в футболку с символикой CNN, подверглась нападению прохожего. Он кинул в нее стакан с молочным коктейлем и крикнул: «Надеюсь тебя расстреляют, си-эн-эновская шлюха!».

¹¹ URL: <http://edition.cnn.com/services/trusted/>.

⁹ Эфир CNN Newsroom (14:00) от 12 янв. 2018 г.

Фактические ошибки в президентском Твиттере канал находил неоднократно. К примеру, в апреле 2018 г. Трамп обвинил онлайн-ритейлера Амазон в том, что бизнес компании обходится в миллиарды долларов почти США и эти расходы ложатся на плечи налогоплательщиков. На фоне такого заявления резко упали акции компании. CNN выяснил, что Амазон оплачивает услуги почтового сервиса, но по оптовой цене, как многие онлайн-ритейлеры.¹² Таким образом, была показана необоснованность заявления президента.

Плотность такого фактчекинга — 0,3. Тенденция 2018 г. пока остается на уровне 2017.

В Белом доме хаос

Еще одна линия, подмеченная нами в общей риторике канала, это создание ощущения бесконтрольности и хаоса в администрации Трампа. Говоря о многочисленных новых назначениях Трампа, ведущие и корреспонденты часто употребляют метафору «вращающейся двери». Концепция хаоса создается выражениями типа *“chaos inside of the White House”* (хаос в Белом доме), *“all this chaos still happening within his administration”* (весь этот хаос, все еще происходящий в его администрации), *“presidency defined mostly by chaos”* (президентство, в основном определяемое хаосом), *“Trump loves chaos”* (Трамп любит хаос).

Эта тенденция начинает прослеживаться в выборке 2018 г. Там показатель ее плотности составляет 0,3 (0,2 с учетом всего объема выборки).

¹² Эфир от 3 апр. 2018 г.

Концепт «Дональд Трамп» в эфире CNN

Хаос — одна из важных составляющих общего концепта «Дональд Трамп», который строится в эфире телеканала. Мы выделили несколько метафор и высказываний ведущих и корреспондентов канала, на основании которых можно построить нелестный образ лидера страны.

Вот неполный список высказываний о Трампе:

“The president will put his name on anything — buildings, steaks, vodka and ties” (Президент любит называть своим именем все что угодно — здания, стейки, водку и галстуки)

“Controversial firings”, “abrupt exits” (спорные увольнения, резкие уходы)

“The president says he doesn’t have time to read books” (Президент говорит, что ему некогда читать книги)

“An overwhelming number of American believe this president had an extramarital affair” (Большинство американцев верят в то, что президент изменял жене)

“A president who has a disapproval rating consistently higher than his approval rating” (Президент, у которого рейтинг недоверия стабильно превышает рейтинг доверия)

“Controversy” (противоречие)

“He likes to be in the thick of a fight” (Он любит быть в самом центре боя)

“Racial and cultural discord and division” (расовые и культурные разногласия и разделения)

“To keep himself in the center of the news” (оставаться в центре новостей)

“President Trump’s insults” (оскорбления со стороны президента Трампа)

“Threat to destroy North Korea”
(угроза уничтожить Северную Корею)

“Is the President breaking a law?”
(Нарушает ли президент закон?)

“Encouraging protests” (поощряя протесты)

На основе данных высказываний возникает образ эгоистичного, самовлюбленного задиры, который любит насилие и драку, не читает книг, изменяет жене (в данном выпуске речь шла о подозрениях его отношений с порнозвездой) и не пользуется популярностью. Он любит скандалы и даже их провоцирует. Этот эффект усиливают и преимущественно военные метафоры, относящиеся к президенту. Заметим, что все эти качества носят негативный характер. Нам не удалось выявить ни одного позитивного высказывания в адрес Трампа. Этот образ полностью соответствует общему концепту «Дональд Трамп» в современных американских СМИ [17; 16].

Данный показатель, на наш взгляд, сложно измерить количественно (да и вряд ли есть в этом необходимость). Высказывания ведущих вкупе с высказываниями гостей эфира ежедневно, от выпуска к выпуску, укрепляют и развивают этот концепт в зависимости от основных тем дня.

Обнаруженные нами языковые средства и приемы, используемые в политических материалах в эфире CNN, отображены в таблице 4.

Заключение

Таким образом, можно фиксировать резкие изменения в общей контент-стратегии телеканала CNN после 2016 г. и в методах ее реализации. За счет стремительного роста разговорных жанров с преобладанием панельных дискуссий на политические темы, основная задача которых — обсудить новость (не обязательно масштабную) и создать нужный контекст для ее «переваривания» зрителем, произошло стремительное сокращение информативности канала, измеряемой количеством фактических новостных материалов в выпуске. На этом же фоне происходит резкий переход от информационной к аналитичности канала.

Тематической доминантой эфира становится политика, а главной личностью, вокруг которой строится действие — президент Трамп. Он же, наряду с панелью экспертов является обязательным слагаемым в формуле верстки новостных выпусков.

Противостояние Трампа с прессой в целом (за исключением телеканала Fox News) и с каналом CNN

Таблица 4

Особенности языка политических материалов CNN

Средство/прием	Плотность на сегмент
Личные местоимения I, we	2,5
Оценочность	1,9
Метафоры	0,95
Эмоциональные высказывания	0,23
Обращения к Трампу	0,1
Фактчекинг Трампа	0,3
Линия «хаоса в Белом доме»	0,2

в частности приводит к переходу журналистов с позиции объективных наблюдателей в позиции критиков, расследователей, ораторов, обиженных и недовольных действующей властью. В итоге в общей риторике канала четко прослеживаются: линия уличения Трампа в серийной лжи и соответствующего фактчекинга с доказательством правоты канала и линия хаоса в действиях и в непосредственном окружении Трампа.

Образ «клоуна», использовавшийся в отношении Трампа во время выборов [5], сменился образом ненавидящего прессу, воинственно настроенного, недалекого эгоиста и расиста с сомнительными моральными ценностями.

Основными языковыми средствами канала в политических материалах становятся отрицательно-оценочные части речи (в основном

прилагательные), личные местоимения, делающие журналистов участниками либо «оценщиками» новости, а также в основном военные метафоры, дополняющие концепт президента, который любит ссоры и драки.

Процесс выяснения отношений между лидером страны и крупными СМИ (в данном случае на примере одного информационного телеканала) приводит к тому, что конечный продукт, предлагаемый зрителю, производится по новым стандартам, которые в итоге меняют современную журналистику США. Эти новые стандарты — потеря объективности, однобокость мнения в дискуссиях, прямые обращения и вызовы власти, преобладание отрицательной оценки и элементы представления — и есть суть процесса «трамповизации» американской тележурналистики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Vernon P. Trump's War on The Washington Post / P. Vernon // Columbia Journalism Review. — 2018. — 6 April. — URL: https://www.cjr.org/the_media_today/trump-amazon-bezos.php.
2. Sullivan M. Trump and the Watergate effect / M. Sullivan // Columbia Journalism Review. — 2017. — 5 October. — URL: https://www.cjr.org/special_report/trump-watergate-russia-washington-post.php/.
3. Rosen J. Prospects for the American Press Under Trump. Part 2 / J. Rosen // PressThink. — 2016. — 30 December. — URL: <http://pressthink.org/2016/12/prospects-american-press-trump-part-two/>.
4. Rosen J. Winter Is Coming: Prospects for the American Press Under Trump / J. Rosen // PressThink. — 2016. — 26 December. — URL: <http://pressthink.org/2016/12/winter-coming-prospects-american-press-trump/>.
5. Lawrence R.G. The Trump Conundrum / R.G. Lawrence, A. Boydston // Columbia Journalism Review. — 2017. — 11 October. — URL: https://www.cjr.org/special_report/trump-coverage-election-clinton.php/.
6. Khazan O. What Trump Could Mean for Journalism / O. Khazan // The Atlantic. — 2017. — 23 January. — URL: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2017/01/what-trump-means-for-journalism/514160/>.
7. Relman E. "Traitor!": CNN Reporter Jim Acosta Heckled by "CNN Sucks" Chants at Trump Rally / E. Relman // Business Insider. — 2018. — 31 July. — URL: <https://www.businessinsider.com/cnn-reporter-jim-acosta-heckled-by-cnn-sucks-chants-at-trump-rally-2018-7>.
8. Wang A. Rump Retweets Image Depicting 'CNN' Squashed Beneath His Shoe / A. Wang // The Washington Post. — 2017. — 24 December. — URL: https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2017/12/24/trump-retweets-image-depicting-cnn-squashed-beneath-his-shoe/?noredirect=on&utm_term=.d9e1fee6abee.

9. Болдырев В.Е. Некоторые перспективы экономической политики Дональда Трампа / В.Е. Болдырев // *Американистика на Дальнем Востоке*. — 2017. — Вып. 3. — С. 5–9.
10. Болдырев В. Е. Факторы успеха Дональда Трампа и республиканской партии на прошедших выборах / В.Е. Болдырев // *США и Канада: экономика, политика, культура*. — 2017. — № 3 (567). — С. 34–47.
11. Быков И.А. Twitter как основной инструмент избирательной кампании Дональда Трампа / И.А. Быков // *Российская школа связей с общественностью*. — 2017. — № 9. — С. 115–123.
12. Володин А.Г. Дональд Трамп: назад в будущее / А.Г. Володин, А.Ю. Чудодеев // *Вестник Дипломатической академии МИД России. Россия и мир*. — 2017. — № 2 (12). — С. 9–20.
13. Давыдова Е.А. Дональд Трамп: американский президент нового формата или феномен личности? / Е.А. Давыдова, И.А. Субботина // *Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук*. — 2017. — Т. 11, № 3. — С. 69–71.
14. Ефанов А.А. Эволюция стратегий репрезентации политического образа Дональда Трампа на российском телевидении / А.А. Ефанов // *Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика*. — 2017. — № 3. — С. 40–44.
15. Перцева В.Г. Дональд Трамп: лексикографическое описание словоупотребления политика // *Теория и практика иностранного языка в высшей школе*. — 2018. — № 14. — С. 200–208.
16. Гавриленко О.В. Оценка образа Дональда Трампа в масс-медийном дискурсе (на материале журнала Newsweek) / О.В. Гавриленко // *Новая парадигма социально-гуманитарного знания : сб. тр. / под ред. Е.П. Ткачевой*. — Белгород, 2018. — С. 17–25.
17. Мартынова И.Н., Николаева А.С. Анализ концепта «Дональд Трамп» (на материале современных американских СМИ) / И.Н. Мартынова, А.С. Николаева // *Вопросы филологии и межкультурной коммуникации / под ред. Н.В. Кормилиной, Н.Ю. Шугаевой*. — Чебоксары, 2017. — С. 99–103.
18. Purdum T.S. Jim Acosta's Dangerous Brand of Performance Journalism / T.S. Purdum // *The Atlantic*. — 2018. — 7 August. — URL: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2018/08/cnns-jim-acosta-cannot-win/566990/>.
19. Abramson J. When All the News That Fits Is Trump / J. Abramson // *Columbia Journalism Review*. — 2017. — 5 October. — URL: https://www.cjr.org/special_report/when-all-the-news-that-fits-is-trump.php/.
20. Massing M. Journalism in the Age of Trump: What's Missing and What Matters / M. Massing // *The Nation*. — 2018. — 19 July. — URL: <https://www.thenation.com/article/journalism-age-trump-whats-missing-matters/>.
21. Miniter F. How President Trump is Saving Journalism / F. Miniter // *Forbes*. — 2017. — 17 February. — URL: <https://www.forbes.com/sites/frankminiter/2017/02/17/how-president-trump-is-saving-journalism/#1960519d6133>.
22. Чобанян К.В. Современный информационный телеканал: жанровые приоритеты и языковая модель : монография / К.В. Чобанян. — Москва : Фак журн. МГУ, 2018. — 202 с.

REFERENCES

1. Vernon P. Trump's War on The Washington Post. *Columbia Journalism Review*, April 6, 2018. Available at: https://www.cjr.org/the_media_today/trump-amazon-bezos.php.
2. Sullivan M. Trump and the Watergate Effect. *Columbia Journalism Review*, October 5, 2017. Available at: https://www.cjr.org/special_report/trump-watergate-russia-washington-post.php/.
3. Rosen J. Prospects for the American Press Under Trump. Part 2. *PressThink*, December 30, 2016. Available at: <http://pressthink.org/2016/12/prospects-american-press-trump-part-two/>.
4. Rosen J. Winter Is Coming: Prospects for the American Press Under Trump. *PressThink*. — 26 December, 2016. Available at: <http://pressthink.org/2016/12/winter-coming-prospects-american-press-trump/>.

5. Lawrence R.G., Boydston A. The Trump Conundrum. *Columbia Journalism Review*, 11 October, 2017. Available at: https://www.cjr.org/special_report/trump-coverage-election-clinton.php/.
6. Khazan O. What Trump Could Mean for Journalism. *The Atlantic*, 23 January, 2017. Available at: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2017/01/what-trump-means-for-journalism/514160/>.
7. Relman E. "Traitor!": CNN Reporter Jim Acosta Heckled by "CNN Sucks" Chants at Trump Rally. *Business Insider*, 31 July, 2018. Available at: <https://www.businessinsider.com/cnn-reporter-jim-acosta-heckled-by-cnn-sucks-chants-at-trump-rally-2018-7>.
8. Wang A. Rump Retweets Image Depicting 'CNN' Squashed Beneath His Shoe / A. Wang // *The Washington Post*. — 2017. — 24 December. — URL: https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2017/12/24/trump-retweetsimage-depicting-cnn-squashed-beneath-his-shoe/?noredirect=on&utm_term=.d9e1fee6abee. Wang A. Rump Retweets Image Depicting 'CNN' Squashed Beneath His Shoe. *The Washington Post*, 24 December, 2017. Available at: https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2017/12/24/trump-retweetsimage-depicting-cnn-squashed-beneath-his-shoe/?noredirect=on&utm_term=.d9e1fee6abee.
9. Boldyrev V.E. Some Prospects of Donald Trump's Economic Policy. *Amerikanistika na Dal'nem Vostoke = American Studies in the Far East*, 2017, iss. 3, pp. 5–9. (In Russian).
10. Boldyrev V.E. Factors of Success of Donald Trump and Republican Party at the Past Election. *SShA i Kanada: ekonomika, politika, kul'tura = USA & Canada: Economics, Politics, Culture*, 2017, no. 3 (567), pp. 34–47. (In Russian).
11. Bykov I.A. Twitter as a Main Tool in the Electoral Campaign of Donald Trump. *Rossiiskaya shkola svyazei s obshchestvennost'yu = Russian School of Public Relations*, 2017, no. 9, pp. 115–123. (In Russian).
12. Volodin A.G., Chudodeev A.Yu. Donald Trump: Back to the Future. *Vestnik Diplomaticheskoi akademii MID Rossii. Rossiya i mir = The Herald of the Diplomatic Academy of the MFA of Russia. Russia and the World*, 2017, no. 2 (12), pp. 9–20. (In Russian).
13. Davydova E.A., Subbotina I.A. Donald Trump: American President's New Format or Personal Phenomenon? *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk = Actual Problems in Humanities and Natural Sciences*, 2017, vol. 11, no. 3, pp. 69–71. (In Russian).
14. Yefanov A.A. Evolution of Representation Strategies of the Political Image of Donald Trump on Russian Television. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Sotsiologiya. Ekonomika. Politika = News from Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, 2017, no. 3, pp. 40–44. (In Russian).
15. Pertseva V.G. Donald Trump: Lexicographical Description of the Politician's Word Usage. *Teoriya i praktika inostrannogo yazyka v vysshei shkole = Theory and Practices of Foreign Languages at the High School*, 2018, no. 14, pp. 200–208. (In Russian).
16. Gavrilenko O.V. An Evaluation of D. Trump's Image in Media Discourse (a case study of the Newsweek texts). In E.P. Tkacheva *Novaya paradigma sotsial'no-gumanitarnogo znaniya [A New Paradigm of Socio-Human Knowledge]*. Belgorod, 2018, pp. 17–25. (In Russian).
17. Martynova I.N., Nikolaeva A.S. An Analysis of the concept of D. Trump (a case study of American mass media discourse). In Kormilina N.V., Shugaeva N.Yu. *Voprosy filologii i mezhkul'turnoi kommunikatsii [Issues of Philology and Cross-Cultural Communication]*. Chelboksary, 2017, pp. 99–103. (In Russian).
18. Purdum T.S. Jim Acosta's Dangerous Brand of Performance Journalism. *The Atlantic*, 7 August, 2018. Available at: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2018/08/cnns-jim-acosta-cannot-win/566990/>.
19. Abramson, J. When All the News That Fits Is Trump. *Columbia Journalism Review*, 5 October, 2017. Available at: https://www.cjr.org/special_report/when-all-the-news-that-fits-is-trump.php/.
20. Massing, M. Journalism in the Age of Trump: What's Missing and What Matters // *The Nation*, 19 July, 2018. Available at: <https://www.thenation.com/article/journalism-age-trump-whats-missing-matters/>.
21. Miniter F. How President Trump is Saving Journalism. *Forbes*, 17 February, 2017. Available at: <https://www.forbes.com/sites/frankminiter/2017/02/17/how-president-trump-is-saving-journalism/#1960519d6133>.

22. Chobanyan K.V. *Sovremennyyi informatsionnyi telekanal: zhanrovye priority i yazykovaya model'* [Modern Information TV Channel: Genre Priorities and Language Model]. Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2018. 202 p.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Чобанян К.В. «Трамповизация» американской тележурналистики / К.В. Чобанян. — DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(4).719-734 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 4. — С. 719–734.

FOR CITATION

Chobanyan K.V. Trupization of American Television Journalism. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 4, pp. 719–734. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(4).719-734. (In Russian).