

**Использование масс-медийного пространства политическими деятелями в ходе предвыборной кампании в США**

**Павлова Юлия Александровна**

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия

*E-mail: pavlova.julia@hotmail.com*

Как известно, медийное пространство играет одну из ключевых ролей в продвижении политиком своей кандидатуры, завоевании поддержки избирателей. Успех предвыборной кампании зависит от многих факторов: как от отвечающей запросам избирателей политической программы, так и от яркой личности политика, от способности завоевать расположение электората. Вспомним, к примеру, появление в 1960 году тогда еще кандидата в президенты США Джона Фицджеральда Кеннеди в вечерних ток-шоу и последующую возросшую популярность политика среди избирателей [2].

Цель данной работы заключается в анализе использования политическими деятелями развлекательного контента на телевидении в качестве стратегии по завоеванию поддержки избирателей, созданию положительного имиджа, повышению рейтинга политической единицы (партии, программы, кандидатуры). Данная работа рассматривает прагматическую направленность выступлений на развлекательном телевидении - как участие в скетчах, рубриках ночных ток шоу («Mean Tweets» в «Jimmy Kimmel Live», «Slow Jam The News» в «Late Night with Jimmy Fallon») используется политическими деятелями как в прямом «развлекательном» понимании, так и в косвенном манипулятивном, в качестве платформы для убеждения электората.

В ходе работы был проведен анализ поведения и выступлений американских политиков (Barack Obama, Hillary Clinton, Bernie Sanders, Donald Trump) в медийном пространстве на примере развлекательных передач (таких как Saturday Night Live, Late Show with David Letterman, Jimmy Kimmel Live, The Daily Show, The Colbert Report, Late Night with Jimmy Fallon etc.) с целью установления стратегий и тактик, позволяющих политическим деятелям наиболее эффективно привлекать внимание потенциальных избирателей. Для определения данных стратегий были проанализированы темы, затронутые в телепередачах, в сопоставлении с речевым поведением политика.

Медийное пространство используется политиками весьма обширно: их участие в дебатах, аналитических дискуссиях дает возможность обратить внимание потенциального избирателя, продемонстрировать умение или, наоборот, отсутствие умения защищать свою позицию в споре с оппонентами.

Ярким примером потери лидерских позиций в ходе предвыборных дебатов является тот факт, что Дональд Трамп занял второе место на республиканских выборах в Айове, причем предшествовал этому событию отказ кандидата в президенты принять участие в дебатах на Fox News. Трамп признает, что многие избиратели были расстроены тем, что он пропустил дебаты [1]. Согласно мнению экспертов, одной из причин того, что другой кандидат от республиканцев Марко Рубио занял второе место в Нью Гемпшире, является его крайне неудачное выступление в дебатах в Нью Гемпшире: сам Марко Рубио признал, что не справился - "I did not do well on Saturday night" [4].

Между тем, последнее десятилетие в американской политике ознаменовалось проникновением политического дискурса в развлекательный сектор медийного пространства. Так, Барак Обама, первоначально как сенатор, затем как кандидат в президенты, а потом и как действующий президент США, неоднократно выступал в качестве гостя на

сатирической телевизионной программе The Daily Show [5]. В интервью с ведущим телепрограммы Джоном Стюартом Обама не только продвигал свои предвыборные обещания, но и впоследствии защищал принятые на посту президента решения (одним из таких спорных вопросов стала Реформа здравоохранения и защиты пациентов в США). Среди других развлекательных программ, в которых принимал участие президент - комедийный сериал «Between two ferns» с американским актером и комиком Заком Галифианакисом, ночное ток-шоу «Jimmy Kimmel live», ток-шоу «Late Night with Jimmy Fallon», вечерняя музыкально-юмористическая передача «Saturday Night Live».

Проведенное исследование показало, что политические деятели используют развлекательные телепрограммы для продвижения своей кандидатуры при помощи прямых и косвенных методов агитации потенциального избирателя. Были рассмотрены две основные стратегии взаимодействия с аудиторией: стратегия положительной самопрезентации («positive self-presentation») и стратегия негативной репрезентацией других («negative other-presentation»). Примером стратегии положительной самопрезентации является участие сенатора Бёрни Сэндерса в скетче «Saturday Night Live», в котором кандидат от демократической партии выступает в роли иммигранта-социалиста еврейского происхождения [6]. По сюжету скетча, капитан тонущего корабля вместе с членами команды устанавливает порядок спасения пассажиров; в этом контексте Бёрни Сандерс произносит слова о привилегированном положении одного процента населения: «I'm so sick of the one percent getting this preferential treatment. Enough is enough.» [6].

Общение с политиком с помощью Интернет-ресурсов («Twitter» и «Instagram») способствует созданию иллюзии доступности политика массовому избирателю [3]. Участие в развлекательных телешоу создает новостной повод СМИ, часто вызывая сильную положительную или отрицательную реакцию аудитории (демонстрации и резкое неприятие представителями мексиканского населения США Дональда Трампа в качестве ведущего «Saturday Night Live»).

Таким образом, в поиске нового метода воздействия на массовую аудиторию политики прибегают к развлекательному формату телепередач и выстраивают новый тип взаимоотношений с телезрителем.

### Источники и литература

- 1) CNN Politics. Donald Trump's lost month in Iowa. By MJ Lee, February 7, 2016
- 2) Newsweek. A history of politicians on late night. By Jack Martinez, 2015
- 3) The Economist. Sweet to tweet. May 6, 2010
- 4) The Huffington Post. Marco Rubio Flops in New Hampshire. February 10, 2016
- 5) Time. A Brief History of Obama's Daily Show Appearances. By Jacob Koffler, July 21, 2015
- 6) The New York Times. Larry David and Bernie Sanders Stop and Chat on 'S.N.L.' By Jason Horowitz, February 7, 2016