

ОТРАЖЕНИЕ РЕАКЦИИ НА ПОБЕДУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА НА ВЫБОРАХ В США ФРАНЦУЗСКИМИ ИЗДАНИЯМИ «VAR-MATIN» И «PRESSE-OCEAN»

Мякенина И.М.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

irina_mermon@mail.ru

Массовая культура, апеллируя сформированной системой ценностей, формируется по мере развития общества и массовой информации, выражаясь во всё новых и новых форматах. Зачастую самым эффективным её оружием становятся темы, вызывающие бурные эмоции, примитивный первобытный интерес. Об этом писали ещё исследователи прошлого века, родоначальники понятия «массовая культура» – Б. Розенберг, Д. Уайт в своём труде «Массовая культура. Популярное искусство в Америке». Они утверждали, что такие начала, как чувства, эмоции, любовь, деньги, страх [1: 231], оказывают огромное влияние на массовую аудиторию и являются основой большинства её продуктов. В данном исследовании и предшествующих ему работах удалось выявить, что трансляция информации практически любого толка через призму массовой культуры – очень эффективный инструмент увеличения аудитории. Однако, как показывают результаты исследований, использовать этот инструмент необходимо дозированно, грамотно, профессионально, в противном случае средство массовой информации рискует проиграть в качестве информации и потерять уже имеющихся читателей.

На основе проведённых ранее исследований, было выявлено, что в таких региональных изданиях зарубежья, как «Mitteldeutsche Zeitung» (г. Галле, земля Саксония-Анхальт, ФРГ) [2], «Press-Enterprise» (г. Риверсайд, штат Калифорния, США) [3] и т.п., не всегда грамотно транслируется продукция массовой культуры, а также темы из области политики либо экономики, которые авторы этих изданий пытаются передать через призму массовой культуры. Было выявлено, что это значительно облегчает восприятие и привлекает нового читателя, тем не менее, издание всегда рискует нарушить свой имидж серьёзной общественно-политической газеты. Несмотря на то, что на сайтах печатных изданий многие рамки стираются, они, тем не менее, должны представлять своё СМИ в сети без подрыва его имиджа. В ходе исследования зарубежных региональных изданий было выявлено, что наиболее успешно это делают сайты французских газет. Они преподносят серьёзную, общественно-политическую информацию с помощью методов и инструментов массовой культуры, при этом соблюдая границы и подрывая репутации газеты.

Масштабное политическое событие, которое нашло отражение во всех без исключения общественно-политических и новостных средствах массовой информации мира – избрание президентом Соединённых Штатов Америки Дональда Трампа. Примечательно то, как этот факт интерпретировали во французских региональных изданиях «Var-Matin» [5] и «Presse-Ocean» [4]. Приведённые ниже материалы демонстрируют традиционный подход к передаче политических новостей во французской прессе – он подразумевает нейтральность и объективность и в то же время непринуждённую подачу, граничащую с методами массовой культуры.

«Var-Matin» – общественно-политическое издание департамента Вар в регионе Прованс-Альпы-Лазурный берег со штаб-квартирой в городе Ницца (342 295 жителей на 2013 год). Выходит ежедневным тиражом 75 473 экз. Сайт издания: <http://www.varmatin.com>.

Так, материал «Var-Matin» описывает настроения французов, проживающих в США, после выборов Дональда Трампа:

- Нам было тяжело принять эту новость, но ещё тяжелее - нашим детям. Вместе со многими другими экспатриантами они получают образование в государственных школах города, которые предлагают француско-английский учебный план. И моя старшая дочь плакала перед школой сегодня утром, потому что боялась: ведь в школе в последние недели циркулируется много слухов о том, что Дональд Трамп отменит адаптированное

образование (имеется в виду использование учебной программы без обязательного изучения английского языка - *Авт.*), - добавляет местный житель INWOOD (Инвуд - район в Нью-Йорке на северной оконечности острова Манхэттен - *Авт.*).

Но Клэр Обри видит в этом результате также и ущемление прав женщин.

- Эта кампания была катастрофической. Это была битва эго, а не идеалов. Ведь мы сосредоточили свое внимание на предвыборной схватке, в первую очередь, не политиков, а мужчины и женщины, а точнее - женщины и надменного злобного клоуна. Как женщина, я возмущена. Как мы докатились до такого? Средства массовой информации и представители элиты не находят объяснения победе Трампа. А американцы верят, что это честная победа на основе всеобщего избирательного права.

Авторы текста избрали бесприкрытый вариант – осветить результаты выборов глазами простых жителей. Благодаря этому получился максимально объективный и в то же время привлекательный текст, который интересно читать. В первую очередь, внимание привлекают красочные фото, где изображены красивые женщины в современном городе. Во-вторых, свою функцию выполняют цитаты и заголовки: «Deux Niçoises de New York sous le choc après l'élection de Donald Trump» - «Две уроженки Ниццы в шоке после выборов Дональда Трампа» [5] и «Ma Fille Ainee a Pleure Devant L'ecole» – «Моя старшая дочь плакала перед походом в школу» [5]. Они воздействуют на эмоции, но не передают оценки со стороны журналиста и не вырваны из контекста. Это точная цитата и состоявшийся факт. Всё это представляет собой не что иное, как инструменты массовой культуры, однако использованные настолько грамотно и продуманно, что не оказывают отрицательного воздействия на имидж издания.

Тот же подход используется изданием «Presse Ocean» – французской общественно-политической газетой департамента Атлантическая Лаура в регионе Земля Лаура (область на северо-западе Франции - *Авт.*) со штаб-квартирой в городе Нанте (291 604 человек на 2012 год). Издание выходит ежедневным тиражом 34 417 экз. Сайт: <http://www.presseocean.fr>.

В материале «Election de Donald Trump: «Une onde de choc» pour Johanna Rolland» [4] – «Выборы Дональда Трампа: «Ударная волна» для Джоанны Ролленд» – так описывается отношение мэра Нанта к избранию президентом США Дональда Трампа:

Мэр Нанта Джоанна Ролленд прокомментировала у себя в Твиттер в среду утром победу Дональда Трампа на выборах в США:

«Это ударная волна, теперь крайне важно проанализировать причины голосования».

Журналист не делает оценок, он лишь даёт короткую новость с правильным заголовком, где фигурирует словосочетание «ударная волна», которое, как и оборот «в шоке» оказывает должное воздействие на читателя. Кроме того, само привлечение популярной социальной сети в качестве источника всегда заинтересовывает пользователей сайта. Внимание притягивает крупномасштабное фото с привлекательной, как бы открытой к диалогу женщиной-мэром, который оперативно реагирует на победу Трампа над политическим противником – опять-таки женщиной. Есть вероятность, что определённая аудитория усмотрит тут правильный посыл.

Описанные методы оказания масс-культурного воздействия на аудиторию сегодня уже становятся классикой, и большинство изданий пытается выйти за их рамки и преподносить информацию всё более и более агрессивно, скандально, однако французские газеты верны себе и на фоне множества других европейских изданий выглядят по-настоящему презентабельно, сохраняя имидж серьёзных общественно-политических изданий.

Список литературы

1. Mass Culture: the Popular Arts in America [Text] / ed. B. Rosenberg, D. M. White. – Glencoe: Free Press of Glencoe, 1963. 561 p.
2. Mitteldeutsche Zeitung. URL: <http://www.mz-web.de/>.
3. Press-Enterprise. URL: <http://www.pe.com/>.

4. Presse-Ocean. URL: <http://www.presse-ocean.com/>.
5. Var-Matin. URL: <http://www.var-matin.com/>.