

**Президентские выборы США 2016 года или американский «не-дай-бог».
Постправда в журналистике.**

Научный руководитель – Засурский Иван Иванович

Комаревцев Петр Георгиевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия

E-mail: ppppe@mail.ru

Как показывал Тён ван Дейк в своей книге «Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации», распространение «западных» стандартов журналистских материалов во многом определяет доминирование и власть западной цивилизации при урегулировании международных конфликтов, что особенно касается многих постсоветских стран. Именно поэтому в научной параллели между президентскими выборами РФ в 1996 году и в США в 2016 году можно усмотреть некоторую иронию: западные медиа повторили ошибку российских СМИ спустя круглые 20 лет. Первое поколение российских бизнесменов считало медийный бизнес чем-то второстепенным. Однако уже следующее поколение рассматривало СМИ как важнейший инструмент политического и коммуникационного давления на власть и конкурентов. В итоге, в конце 90-ых годов СМИ становятся основной средой политической коммуникации. Переплетение сферы политики и СМИ позволяет говорить о формировании медиаполитической системы.

Концепция замкнулась выборами 1996 года, когда владельцы СМИ по сути инкорпорировались в систему государственного управления. Указанный электоральный цикл проходил под лозунгом «Голосуй или проиграешь». Миллионными тиражами выходила бесплатная газета «Не дай Бог!», саботирующая кандидатуру Зюганова и воплощающая своим существованием и функцией концепт вторых постсоветских президентских выборов: все ресурсы системы были брошены не за кандидата, а против кандидата, сводя, таким образом, электорат к выбору между антирейтингами.

Предвыборная гонка в Америке напоминает кампанию 1996 года: два кандидата, идущих нос к носу, скачущие антирейтинги, утечки информации и взаимные обвинения, постоянные скандалы. Большинство американских медиа работали по принципу газеты «Не дай Бог!», включая, например, статью The Atlantic под названием «Against Donald Trump» в ноябрьском номере (всего третий раз в истории редакция открыто выступила в поддержку конкретного кандидата), материал USA TODAY под названием «Trump is 'unfit for the presidency'» от 30 сентября (редакция впервые выступила против конкретного кандидата) или текст The New York Times с говорящим за себя заголовком «The 289 People, Places and Things Donald Trump Has Insulted on Twitter: A Complete List» от конца октября.

Америка, спустя два десятилетия, сгенерировала тот же концепт «не-дай-бога», с которым столкнулась в свое время молодая Россия. Однако Трамп оказался скорее Ельциным, хотя медиа, истеблишмент и административный ресурс мобилизовался против него, а не за. Неудача реализации «не-дай-бога» в американских условиях - вопрос, требующий отдельного изучения и рефлексии.

Оксфордский словарь зафиксировал то, как предвыборный год в США повлиял на политический язык, включив новое слово: *post-truth* (обстоятельства, при которых объективные факты оказывают меньшее влияние на формирование общественного мнения, нежели апелляции к эмоциям и личным убеждениям, когда эмоции и вера важнее и "правдивее" объективных фактов). Предложенный термин, возможно, не только постулирует

теоретический и прикладной потенциал российских выборов 1996, заостренный опытом американских выборов 2016 года, но и указывает на еще не до конца изученный механизм того, как функционирует политическая коммуникация в мире новых медиа. Журналистика модерна ориентировалась на правду, журналистика постмодерна должна учитывать - как в своей теории, так и в своей практике - появление *постправды*.

Источники и литература Дейк Тён Ван Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013

Засурский И. Ре-конструкция России Масс-медиа и политика в 90-е годы. - М.: Изд-во МГУ, 2001.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php

Тоффлер Э., Третья волна - М.: «АСТ Москва», 2009

Castells M. Communication power. Oxford University Press, 2009

Morozov E. The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom - Public Affairs, 2011.