**Факторы, влияющие на представление образа ислама как «радикального исламизма» в российских и зарубежных СМИ: регрессионный анализ**

Тема исламизма становится все более популярной в средствах массовой информации в связи с масштабными событиями, в которых ислам играет значимую роль и, таким образом, влияет на мировую повестку. Упоминание ислама в публикациях связано чаще с террористическими атаками и расследованиями, связанными с ними.

В рамках научно-исследовательского семинара мы провели контент-анализ российской и зарубежной прессы, взяв за исходный материал три кейса: Бостонский марафон, теракты в Париже и теракт в Орландо. Публикации по кейсам мы изучали в четырех российских СМИ: «Коммерсант», «Московский комсомолец», «Новая газета» и «Российская газета», а также в четырех зарубежных: «Boston Globe», «NY Times», «Wall Street Journal», «Washington Post» за период с апреля 2013 года по сентябрь 2016 года (прим.: даты, когда события произошли и обсуждались в СМИ).

Собрав массив из 3097 статей, мы выбрали 260, которые составили нашу выборку.

Мы поставили перед собой цель выявить факторы, повышающие статистическую вероятность появления в СМИ образа ислама как «радикального исламизма».

 Для этого была произведена кодировка всех статей выборки. Полученные данные были экспортированы в программу IBM SPSS. Единицей анализа стала статья, которая была закодирована такими переменными, как: зависимая - Образ ислама (подкатегория - «Ислам - как радикальный исламизм»), независимые - «Кейс», «Тип контента», «Символика текста», «Причина».

Основными исследовательскими задачами, которые мы ставили перед собой, были: анализ влияния факторов повышения вероятности появления в тексте образа ислама как «радикального исламизма», а также корректная интерпретация данных, полученных в программе SPSS.

 Для реализации поставленных задач мы построили регрессионную модель. Первым шагом было создание дихотомической фиктивной переменной «Ислам - как радикальный исламизм». Далее были определены наиболее значимые сочетания зависимых переменных. Большая часть технической работы заключалась в построении массива фиктивных переменных, которое позволило определить большинство корреляций между выбранными переменными. Также в ходе регрессионного анализа были отсеяны незначимые сочетания переменных.

В результате исследования мы обнаружили связи между некоторыми анализируемыми переменными при упоминании образа ислама как «радикального исламизма». Это позволило нам сделать следующие выводы:

● Когда образ ислама предстает в материале СМИ как «радикальный исламизм», в статье встречаются предполагаемые причины теракта и элементы, символизирующие смерть, войну, вызывающие сочувствие или придающие значимость произошедшему событию;

● «Радикальный исламизм» ассоциируется с мигрантами, так как последнее чаще всего упоминается в качестве причины произошедших событий; Мигранты становятся отдельным дискурсом в мировой прессе после многократного увеличения потока беженцев и нелегальных мигрантов в ЕС из стран Африки, Ближнего Востока и Южной Азии и после ряда негативных событий, последовавших после и в рамках «миграционного кризиса».

● Больше сочувствия и скорби вызывают материалы, где ислам характеризуется как радикальный, и в качестве причины выступает террористическая группировка «ИГИЛ».