

**Московский государственный университет**

**имени М. В. Ломоносова**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**Социальная сеть как инструмент политического актора (на примере  
Twitter-аккаунта Дональда Трампа)**

Научно-исследовательская работа

студентки 412 группы

дневного отделения

Войко А. В.

Научный руководитель

Першина Е. Д.

Москва 2019

## Оглавление

Введение.....	3
§1. Краткая характеристика активности Дональда Трампа в Twitter-аккаунте	5
§2. Twitter-аккаунт Дональда Трампа как инструмент продвижения во время избирательной кампании 2016 года.....	6
§3. Активность Дональда Трампа в Twitter-аккаунте после избрания на должность президента.....	8
Заключение.....	11
Список использованной литературы и источников.....	12

## Введение

Еще в начале 2010-х исследователи полагали, что социальные сети станут в ближайшее время главной маркетинговой площадкой, так как они обладают несколькими существенными преимуществами перед традиционными СМИ и моделями продвижения, среди которых, в том числе, скорость распространения информации, возможность взаимодействия с пользователями, использования мультимедийных и интерактивных элементов<sup>1</sup>. Среди перспективных блоговых социальных сетей тогда называли Blogger, Tumblr, Twitter<sup>2</sup>.

Созданная в 2006 году социальная сеть Twitter (Твиттер), предлагает пользователям вести «микроблог» – публиковать короткие заметки (изначальный объем был ограничен 140 символами, с 2017 года размер максимально допустимого сообщения был увеличен вдвое, до 280 символов). По данным исследовательской компании Alexa Internet, на 2019 год Twitter находится на 34 месте среди самых посещаемых сайтов в мире<sup>3</sup>. Общее число активных пользователей социальной сети превысило 300 миллионов человек. Среди них аккаунты публичных личностей – деятелей искусства, политики, науки, официальные страницы крупных компаний.

Примечательно, что самым популярным аккаунтом в Twitter по состоянию на 2019 год является страница бывшего президента США Барака Обамы, а в топ-20 (11 место) входит его преемник Дональд Трамп<sup>4</sup>. Это иллюстрирует все растущее в последние годы значение социальных медиа как инструмента для трансляции политических взглядов, мобилизации сторонников или устрашения противников, обмена мнениями.

---

1 Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. – Манн, Иванов и Фербер, 2010. – С.4-19.

2 Там же. С.14.

3 The top 500 sites on the web. – URL: <https://www.alexa.com/topsites> (дата обращения 04.12.2019).

4 Twitter: Most Followers / Friend or Follow – URL: <https://friendorfollow.com/twitter/most-followers/> (дата обращения 04.12.2019)

Дональда Трампа, действующего президента США, называют человеком, изменившим «природу президентской власти», благодаря активности в Twitter<sup>5</sup>. Для него аккаунт в этой социальной сети стал полноценным политическим инструментом, через который он не только выражает свое мнение о происходящих событиях, но и назначает и увольняет подчиненных (например, именно там в сентябре 2019 года он заявил<sup>6</sup> об отставке советника по национальной безопасности Джона Болтона, а в апреле того же года – об отставке министра внутренней безопасности Кирстен Нильсен), ведет диалог с другими американскими и зарубежными политиками, «нападает» на журналистов демократических изданий, строит конспирологические теории, сообщает о важных политических решениях, в том числе анонсирует принятие законопроектов.

В данной работе будет кратко рассмотрена активность Дональда Трампа в социальной сети Twitter во время предвыборной кампании и после победы на ней. *Гипотезой* работы стало предположение о том, что социальные сети могут стать источником продвижения и инструментом влияния на СМИ для политических акторов.

---

5 How Trump Reshaped the Presidency in Over 11,000 Tweets // The New York Times. 03.11.2019. – URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html> (дата обращения 04.12.2019)

6 Trump Donald. (2019) Запись в Twitter: 10 сентября в 18:58 – URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1171452881729228802>

## §1. Краткая характеристика активности Дональда Трампа в Twitter-аккаунте

Аккаунт Дональда Трампа в социальной сети Twitter (никнейм – realDonaldTrump) был создан в марте 2009 года. По состоянию на декабрь 2019 года общее количество твитов президента составляет более 47 тысяч, количество подписчиков – более 67 миллионов человек.

Первый твит Трампа опубликован 4 мая 2009 года и представляет собой анонс его участия в «Позднем шоу с Дэвидом Леттерманом» (Late Show with David Letterman) на телеканале CBS<sup>7</sup>. В целом же активность Трампа в Twitter в 2009 году низкая: большинство сообщений – цитаты из его книги «Думай как чемпион» (Think Like a Champion, вышла в апреле 2009 года) или СМИ. Есть несколько выбивающихся из общей массы сообщений: например, объявление о создании аккаунта в Twitter Иванкой Трамп<sup>8</sup>, поздравление с новым годом<sup>9</sup>.

По сравнению с 2009 годом, в 2010 Трамп публикует больше анонсов участия в шоу, программ, интервью, выхода книг. Появляются сообщения о личной жизни (например, о походе в театр<sup>10</sup>), информация о конкурсе Мисс Вселенная (до 2015 года он принадлежал Трампу).

Политическую активность в Twitter Трамп начинает демонстрировать только в 2011 году, накануне старта предвыборной кампании 2012 года. Он критикует демократов и действующего на тот момент президента США Барака Обаму. Примерно тогда же в СМИ появились первые сообщения о

---

7Trump Donald. (2009) Запись в Twitter: 4 мая в 10:54 – URL:

<https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1698308935>

8 Trump Donald. (2009) Запись в Twitter: 14 августа в 06:33 – URL:

<https://twitter.com/realDonaldTrump/status/3308367056>

9Trump Donald. (2009) Запись в Twitter: 23 декабря в 08:38 – URL:

<https://twitter.com/realDonaldTrump/status/6971079756>

10Trump Donald. (2010) Запись в Twitter: 23 апреля в 06:43 – URL:

<https://twitter.com/realDonaldTrump/status/12580081834>

намерении Трампа баллотироваться в президенты<sup>11</sup>, однако вскоре он отказался участвовать в предвыборной гонке.

Однако по-настоящему активным в Twitter Дональд Трамп стал во время предвыборной кампании 2015-2016 годов и своего президентства. По данным исследования, проведенного газетой The New York Times, уже в начале 2017 года, вскоре после вступления в должность (это произошло 20 января 2017 года), Трамп публиковал твиты 9 раз в день<sup>12</sup>. С января 2017 года по ноябрь 2019 он написал свыше 11 тысяч твитов.

Несколько раз поднимались вопросы об ограничении деятельности Трампа в социальных медиа или хотя бы предварительном согласовании твитов президента с его советниками. Однако попытки контролировать активность Трампа в социальных сетях ни к чему не привели. По данным The New York Times, Трамп пишет большую часть своих сообщений в промежутки с 6 до 10 утра, когда никто из советников не контролирует его<sup>13</sup>. После 10 ведение его аккаунта контролирует директор Белого дома по коммуникациям в соцсетях Дэн Скавино.

## **§2. Twitter-аккаунт Дональда Трампа как инструмент продвижения во время избирательной кампании 2016 года**

Как пишет доктор политических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета Илья Быков, победа Дональда Трампа на президентских выборах 2016 года отчасти обусловлена его активностью в социальных сетях. Он вывел следующую закономерность: лаконичные

---

11 См. например: Козловский В. Почему гиперкапиталист Трамп захотел в Белый дом // Русская служба BBC – URL: [https://www.bbc.com/russian/institutional/2011/04/110425\\_trump\\_for\\_president.shtml](https://www.bbc.com/russian/institutional/2011/04/110425_trump_for_president.shtml)

12 How Trump Reshaped the Presidency in Over 11,000 Tweets // The New York Times. 03.11.2019. – URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html> (дата обращения 04.12.2019)

13 How Trump Reshaped the Presidency in Over 11,000 Tweets // The New York Times. 03.11.2019. – URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html> (дата обращения 04.12.2019)

сообщения в Twitter (а у Трампа они, как правило, были провокационными) требовали дальнейшего пояснения и комментирования. Тем самым, Трампа регулярно приглашали на телевидение, брали у него интервью и стимулировали рост его популярности<sup>14</sup>. По подсчетам исследовательского агентства SMG Delta, Трампу удалось таким образом получить экранного времени на сумму более 2 млрд долларов. По этому показателю он опередил всех других кандидатов<sup>15</sup>.

Основным инструментом привлечения сторонников для Трампа в Twitter стал не фандрайзинг, как у Барака Обамы в 2008 году, а управление повесткой дня.

Твиты Дональда Трампа времени избирательной кампании представляют собой характерный пример популистской риторики. Как писал кандидат политических наук, директор ГТРК «Омск», Александр Малькевич, «Twitter позволяет Трампу безнаказанно оскорблять политических противников»<sup>16</sup>. Среди основных тем, которые Трамп поднимал в своих сообщениях, прямые оскорбления своих политических сторонников (например, он назвал одного из кандидатов от Республиканской партии Марко Рубио «легковесным красавчиком» (leightweight chocker)<sup>17</sup>). Он позволял себе откровенно неполиткорректные замечания в сторону афроамериканцев, продвигал идею возведения «великой стены» на границе с Мексикой<sup>18</sup>. Кроме того, Трамп регулярно обвинял средства массовой информации в создании фейковых новостей и предвзятости. Среди объектов его атак – крупнейшие

---

14 Быков И. А. Twitter как основной инструмент избирательной кампании Дональда Трампа // Российская школа связей с общественностью. – 2017. – Т. 9. – С. 120.

15 \$2 Billion Worth of Free Media for Donald Trump // The New York Times. 15.03. 2016.: URL: <https://www.nytimes.com/2016/03/16/upshot/measuring-donald-trumps-mammoth-advantage-in-free-media.html> (дата обращения: 04.12.2019)

16 Малькевич А. А. Новые подходы успешных американских политиков к работе с медиа в современных условиях (на примере Барака Обамы и Дональда Трампа) // Коммуникативные исследования. – 2016. – №. 3 (9). – С.86.

17 Trump Donald. (2016) Запись в Twitter: 26 февраля в 07:16 – URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/703252241487036417>

18 Trump Donald. (2015) Запись в Twitter: 22 ноября в 06:53 – URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/668457318267400193>



американские издания The Wall Street Journal, The New York Times, USA Today.

Популистская риторика Трампа, с одной стороны, и растущий кризис доверия к СМИ – с другой, стали причинами роста его популярности, как пишет The New York Times, среди определенной категории населения – белых мужчин среднего возраста<sup>19</sup>. В то же время фокус на рекламной кампании в социальных сетях (стратегия «Проект Аламо») позволила привлечь новых сторонников и в конечном итоге победить Хилари Клинтон. Как и в случае с политической кампанией 2008 года, когда победивший кандидат Барак Обама имел более популярные аккаунты чем проигравший Джоно Маккейн, Трамп к концу 2016 года обошел Клинтон по числу подписчиков во всех социальных сетях (Facebook: 15,2 млн подписчиков у Трампа против 9,6 млн у Клинтон; Instagram: 4,1 млн против 3,7 млн; Twitter: 16,6 млн против 11,2 млн). И хотя в кампании так или иначе были задействованы все перечисленные выше социальные сети и почтовая рассылка, Twitter-аккаунт Трампа во время избирательной кампании стал использоваться как полноценный политический инструмент, необходимый для выражения мнения, провокации других политических акторов, активизации СМИ.

### **§3. Активность Дональда Трампа в Twitter-аккаунте после избрания на должность президента**

Разумеется, после победы Дональда Трампа на выборах 2016 года и вступления в должность президента в США в январе 2017 года его активность в Твиттере возросла. Возросло и количество подписчиков. По состоянию на декабрь 2019 года оно составляет 67,3 млн человек. По сравнению с декабрем

---

<sup>19</sup> How Trump Reshaped the Presidency in Over 11,000 Tweets // The New York Times. 03.11.2019. – URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html> (дата обращения 04.12.2019)

2016 года у Трампа стало в 4 раза больше подписчиков, и это значение продолжает увеличиваться, что позволяет занимать аккаунту действующего президента США 11 место среди самых читаемых в Twitter<sup>20</sup>. Однако, как полагают в The New York Times, далеко не все из этих подписчиков – реальные люди. Трамп уже несколько раз высказывал свои претензии создателю Twitter Джеку Дорси после очередных чисток соцсети от аккаунтов ботов и неактивных пользователей – так президент терял сотни тысяч подписчиков.

По данным упомянутого ранее неоднократно исследования The New York Times, аккаунты как минимум 22 миллионов пользователей из 67,3 (то есть больше трети) не содержат биографической информации и фотографии профиля, а 14% из них, кроме того, пользуются автоматически сгенерированными именами. Это позволяет предположить, что аккаунт Трампа не является таким читаемым, как кажется на первый взгляд. Помимо этого, полагают в The New York Times, количество лайков на тех или иных постах президента для него означает степень одобрения того или иного решения<sup>21</sup>.

В The New York Times провели анализ 11 тысяч твитов Дональда Трампа и рассортировали их по нескольким тематикам от самых частотных до менее используемых:

- 1) 5889 твитов с атаками на кого-либо (из них – 4469 высказываний против демократов, СМИ и России, 850 против меньшинств, 570 – против иммигрантов);
- 2) 1710 твитов с теориями заговора (например, фальсификации на президентских выборах 2016 года, из-за которых Трамп потерял

---

20 Twitter: Most Followers / Friend or Follow – URL: <https://friendorfollow.com/twitter/most-followers/> (дата обращения 04.12.2019)

21 How Trump Reshaped the Presidency in Over 11,000 Tweets // The New York Times. 03.11.2019. – URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html> (дата обращения 04.12.2019)

- значительное число голосов, вмешательство России во внутреннюю политику США);
- 3) 4876 хвалебных твитов (из них – 2026 с комплиментами себе, в том числе в 16 из них называл себя «любимым президентом каждого», 758 – Fox News и другим консервативным СМИ);
  - 4) 471 твит – президентская деятельность (в том числе сообщения о назначении или увольнении тех или иных политиков);
  - 5) 95 твитов – относятся к бизнесу Трампа<sup>22</sup>.

Из приведенной выше классификации становится очевидно, что основное содержание твитов Дональда Трампа и после избрания на должность президента представляет собой, как и во время предвыборной кампании, образец популистской риторики. Большинство его сообщений – оскорбления или резкая критика, формирующая образ Трампа как несдержанного, резкого политика. Эти твиты сочетаются с теми, в которых президент занимается саморекламой. Исследователь Д. С. Сергеева, писавшая об имидже современных американских политиков, замечает у Трампа «преувеличенное чувство своей важности и величия»<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> Там же.

<sup>23</sup> Сергеева Д. С. Формирование имиджа политика в современном информационном пространстве (на материале данных соцсети «Твиттер») // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2017. – №. 4. – С.129.

## Заключение

Активность политических акторов в социальных сетях в условиях нескончаемого развития цифровой культуры растет. Социальные медиа становятся инструментами для продвижения и привлечения сторонников во время избирательных кампаний, в них ведут кадровую политику, увольняя и назначая подчиненных, нападают на оппонентов и делают важные политические объявления.

На примере аккаунта действующего президента США Дональда Трампа в Twitter – одного из самых популярных по количеству читателей в данной социальной сети – мы убедились в том, что социальная сеть может использоваться в качестве полноценного инструмента для политического актора, способствовать формированию его имиджа.

Чтобы подтвердить сформулированную во введении гипотезу, мы проанализировали активность президента в Twitter в первые годы после создания его аккаунта, во время президентской кампании и после вступления в должность. Мы доказали вариативность тем, поднимаемых в его сообщениях, и показали динамику развития аккаунта. Трамп использовал популистскую риторику, чтобы привлечь сторонников, писал оскорбительные и провокационные сообщения в адрес своих противников-демократов, строил теории заговора и хвалил самого себя.

Написав свыше 47 тысяч твитов с момента создания аккаунта в Twitter в 2009 году и свыше 11 тысяч с момента вступления в должность, Дональд Трамп превратил социальную сеть в полноценный инструмент политического актора и, тем самым, по выражению *The New York Times*<sup>24</sup>, действительно изменил природу президентской власти в США.

---

24 How Trump Reshaped the Presidency in Over 11,000 Tweets // *The New York Times*. 03.11.2019. – URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html> (дата обращения 04.12.2019)



## Список использованной литературы и источников

1. Быков И. А. Twitter как основной инструмент избирательной кампании Дональда Трампа // Российская школа связей с общественностью. – 2017. – Т. 9.
2. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. – Манн, Иванов и Фербер, 2010. – С.4-19.
3. Козловский В. Почему гиперкапиталист Трамп захотел в Белый дом // Русская служба BBC – URL: [https://www.bbc.com/russian/institutional/2011/04/110425\\_trump\\_for\\_pres\\_ident.shtml](https://www.bbc.com/russian/institutional/2011/04/110425_trump_for_pres_ident.shtml)
4. Малькевич А. А. Новые подходы успешных американских политиков к работе с медиа в современных условиях (на примере Барака Обамы и Дональда Трампа) // Коммуникативные исследования. – 2016. – №. 3 (9).
5. Сергеева Д. С. Формирование имиджа политика в современном информационном пространстве (на материале данных соцсети «Твиттер») // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2017. – №. 4.
6. How Trump Reshaped the Presidency in Over 11,000 Tweets // The New York Times. 03.11.2019. – URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html> (дата обращения 04.12.2019)
7. The top 500 sites on the web. – URL: <https://www.alexa.com/topsites> (дата обращения 04.12.2019).
8. Trump Donald. Twitter-аккаунт – URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/>
9. Twitter: Most Followers / Friend or Follow – URL: <https://friendorfollow.com/twitter/most-followers/> (дата обращения 04.12.2019)

10. \$2 Billion Worth of Free Media for Donald Trump // The New York Times.

15.03.

2016.:

URL:

<https://www.nytimes.com/2016/03/16/upshot/measuring-donald-trumps-mammoth-advantage-in-free-media.html> (дата обращения: 04.12.2019)