

**АККАУНТ В TWITTER ПРЕЗИДЕНТА США ДОНАЛЬДА ТРАМПА  
КАК ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИСТОЧНИК ЖУРНАЛИСТСКОГО  
ТЕКСТА  
PRESIDENT OF THE USA DONALD TRUMP'S TWITTER-ACCOUNT  
AS A NEWSBREAK FOR JOURNALISM TEXTS**

**Аннотация:** В статье рассматривается аккаунт в социальной сети Twitter президента США Дональда Трампа и анализируются особенности аккаунта, позволяющие журналистам при работе использовать репрезентацию данного политика в Интернете как информационный повод для журналистского текста.

**Ключевые слова:** социальные сети; журналистика; политика; аккаунт; репрезентация; Интернет; текст; новость; заметка.

**Abstract:** The analysis of president of the USA Donald Trump's account in social network Twitter and its particular qualities are described in this article. They allow journalists to use politician's representation as a newsbreak for texts.

**Keywords:** social networks; journalism; politic; account; representation; internet; text; news; article.

Развитие информационного пространства на сегодняшний день находится на той стадии, когда социальные сети стали первостепенными и наиболее комфортными для пользователей платформами для передачи и получения информации. В связи с этим журналисты уделяют особое внимание в ходе подготовки журналистского произведения изучению аккаунтов лидеров общественного мнения. В ходе нашего исследования мы рассмотрели особенности аккаунта политика (на примере аккаунта в Twitter президента США Дональда Трампа) как источника информационного повода для журналистского текста.

Дональд Трамп – 45-й президент США, работающий с 20 января 2017 года. Его деятельность представлена в аккаунтах в социальных сетях:

1. Twitter.
2. Facebook.
3. Youtube.
4. Instagram.

Однако несмотря на репрезентацию в большинстве социальных сетей, лично Дональд Трамп наполняет контентом только аккаунт в Twitter. Создан этот аккаунт в 2009 году, количество читателей – 26, 9 миллионов, количество записей (твитов) – 34,6 тысячи (на 25.03.2017).

По критериям нашего анализа мы охарактеризовали:

- 1) тип коммуникации Д. Трампа в Twitter по модели Д. А. Губанова, Д. А. Новикова и А. Г. Чхартишвили (влияние, управление, противостояние);
- 2) принцип поведения Д. Трампа в Twitter;
- 3) аккаунт как источник информационного повода при создании новостной заметки, обозначив тип новости, в основу которой ложится сообщение аккаунта.

Итак, уровень коммуникации Д. Трампа в Twitter по модели Д. А. Губанова, Д. А. Новикова и А. Г. Чхартишвили можно определить как высший – «противоборство». Противоборство Д. Трамп осуществляет с собственными противниками. Примеры:

– во время предвыборной кампании (и по сей день) около 400 записей (твитов) посвящены критике соперницы Д. Трампа на президентских выборах от Демократической партии Хиллари Клинтон. Например: «Обама только что поддержал жуликоватую Хиллари. Он хочет еще четыре года Обамы – но этого никто больше не хочет!»;

– борьба со СМИ. Например: «СМИ, распространяющие фальшивые новости (The New York Times, NBC, ABC, CBS, CNN), – это не мои враги, это враги американского народа!»;

– с представителями общественности, которая не осуществляет поддержку действиям политика. Например: «Мерил Стрип – одна из самых переоцененных актрис в Голливуде. Она не знакома со мной лично, но позволила себе нападки в мой адрес во время "Золотых глобусов". Она – прихвостень Хиллари, которая с треском проиграла».

По подсчетам американского издания The New York Times, Д. Трамп с помощью аккаунта в Twitter осуществляет противостояние в отношении 281 противника, среди которых как личности, так и организации и даже государства.

Принцип поведения Д. Трампа в Twitter как коммуникатора мы определили как принцип заразительности и дефицита. Принцип заразительности основывается на стремлении аудитории ориентироваться на признание или непризнание популярности аккаунта коммуникационного лидера. Влияющим на признание популярности фактором в данном случае станут различного рода рейтинги (например, рейтинг цитируемости, посещаемости) и упоминания аккаунта в средствах массовой информации. Индивид в социальной сети первоначально и бессознательно ориентируется на массовое поведение других пользователей, и эта «заразительность» особенно стремительно распространяется в виртуальном пространстве.

Д. Трамп в Twitter использует стремление аудитории ориентироваться на признание или непризнание популярности политика, категоричностью и точностью высказываний провоцируя аудиторию на крайне сильные положительные либо также сильные отрицательные эмоции. Высказывания могут касаться не только сферы политики, но и социальной сферы, экономики и культуры. Например, «Роберт Паттинсон не должен принимать обратно Кристен Стюарт. Она изменила ему, как собака, и будет делать это дальше – просто наблюдайте. Он может себе найти кого-нибудь намного лучше!» или обращенный к певице Кети Перри текст: «Кети, какого черта ты думала, когда вышла за этого неудачника Расселла Брэнда? У этого парня ничего нет, это пустая трата времени!»

Кроме того, Д. Трамп в Twitter-аккаунте придерживается принципа дефицита. Этот принцип основан на стремлении аудитории получать информацию, которую не могут предоставить ей другие аккаунты. Принцип дефицита представляет собой ещё и убеждение аудитории в том, что аккаунт коммуникационного лидера используется временно и, возможно, из-за исключительной информации вскоре будет закрыт.

То есть, несмотря на то что социальные сети активно используются в работе американского политика с аудиторией, такая непосредственность и категоричность в высказываниях в виртуальном пространстве для американских пользователей – редкость. Кроме того, поддерживается постоянный поток информации о том, что Д. Трамп прекращает вести аккаунт, что провоцирует популярность.

Принцип работы СМИ над созданием новостной заметки, в основе которой лежит запись Д. Трампа в Twitter, мы проанализировали на примере веб-сайта американского издания The USA Today и его публикаций за октябрь 2016 года.

За этот период в интернет-версии СМИ Twitter-аккаунт Д. Трампа упоминается 79 раз. В качестве информационного повода выступает около 30 раз, и 23 из таких публикаций являются новостью-цитатой.

Например, в основе заметки с заголовком «Трамп раскритиковал поведение Клинтон на митинге в Грин-Бей» (от 17 октября 2016 года) лежит запись Д. Трампа в Twitter: «У демократов есть коррумпированная политическая машина, которая подталкивает кривую Хиллари Клинтон. У нас есть Пол Райан, всегда борющийся с кандидатом от Республиканской партии!».

Таким образом, в данной статье мы провели анализ аккаунта в Twitter действующего политика как источника информационных поводов для журналистского произведения, основываясь на классификациях модели информационного влияния, управления и противоборства коммуникатора в виртуальности и на принципах поведения коммуникатора в социальной сети. Можно отметить, что благодаря аккаунтам в социальных сетях коммуникация Д. Трампа с аудиторией является крайне активной и отличается высокой эффективностью. Её обеспечивают особенности социальных сетей и Интернета в целом.

Итак, результатами нашего исследования стало выделение основных черт работы политического лидера в социальных сетях, определение необходимых факторов, способствующих результативности общения политика с аудиторией в виртуальном пространстве, и доказательство того факта, что эффективный и развитый аккаунт политика может являться источником информационных поводов для средств массовой информации.

### **Библиографический список**

1. Белкин, С. Интернет и власть / С. Белкин, В. Воронин, С. Устименко // Власть. – 1999. – № 9.
2. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика. Ч. 2 / А. В. Колесниченко. – <http://evartist.narod.ru/text28/0037.htm> (дата обращения: 11.11.2016).
3. Новиков, Д. А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. – М. : Изд-во физ.-мат. лит-ры, 2010. – С. 16–18.

4. Олешко, В. Ф. Журналистика как творчество. Ч. II / В. Олешко. – <http://evartist.narod.ru/text8/29.htm> (дата обращения: 17.11.2016).