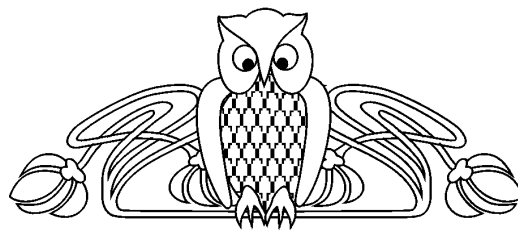




УДК 81'42:004.7

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ (на материале микроблога Д. Трампа в Твиттере)



Т. В. Харламова

Харламова Татьяна Валериевна, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой романо-германской филологии и переводоведения, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, kharlamovatv@yandex.ru

Статья посвящена изучению речевого общения политика в социальной сети Твиттер на примере микроблога Д. Трампа. Основное внимание уделяется способам взаимодействия политика с адресатом, средствам его самопрезентации, формирования общественного мнения и конструирования действительности.

**Ключевые слова:** социальные сети, политический дискурс, медиадискурс, самопрезентация, средства воздействия, Твиттер.

### Social Media as a Tool of Modern Politics (The Case of D. Trump's Twitter)

T. V. Kharlamova

Tatiana V. Kharlamova, <https://orcid.org/0000-0002-2179-2364>, Saratov State University, 83, Astrakhanskaya Str., Saratov, 410012, Russia, kharlamovatv@yandex.ru

The article deals with the analysis of communication of a politician in the social network Twitter. The research is based on D. Trump's microblog. The focus is on the means of interaction between the politician and the recipient, his self-presentation, and ways of shaping public opinion and reality.

**Key words:** social media, political discourse, mass media discourse, self-presentation, means of persuasion, Twitter.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2018-18-4-396-402>

Социальные сети завоевывают все большую аудиторию не только в сфере каждодневного общения, но и в политической сфере. Осознав огромную силу воздействия виртуального пространства, современные политики активно начали его освоение. Политика сегодня невозможна без действенных инструментов Интернета, который является бескрайним полем для осуществления политических практик, речевого воздействия и манипуляции сознанием адресата.

Изучением роли социальных сетей в современном обществе и особенностей речевого общения в них занимаются такие исследователи, как Н. Г. Марченко<sup>1</sup>, А. А. Матусевич<sup>2</sup>, Е. И. Горошко, Т. Л. Полякова<sup>3</sup>, Н. В. Кобрин<sup>4</sup> и др.

Социальные сети не только влияют на развитие общества, но и предлагают новые способы взаимодействия политической власти и общества,

делают власть более доступной и достигаемой. Страницы политиков в социальных сетях выполняют функции информирования населения, координации совместной деятельности, установления контакта, а также эмотивно-экспрессивную функцию.

В ходе данного исследования были поставлены следующие задачи:

– выявить специфику коммуникации в социальной сети Твиттер на примере микроблога Д. Трампа;

– определить способы и средства взаимодействия политика с адресатом;

– рассмотреть средства самопрезентации политика, формирования им общественного мнения и конструирования действительности.

В качестве материала исследования была выбрана социальная сеть Twitter, которая на данный момент является одной из самых популярных сетей в мире. В ходе исследования были проанализированы аккаунты американского президента Д. Трампа (февраль 2017 г. – март 2018 г.).

Дональд Трамп привнес значительные изменения в политическую коммуникацию американской политической элиты и всего мира, коренным образом перевернув понимание роли социальных сетей в политике. Твиттер стал площадкой не только для озвучивания политиком своей общественно-политической позиции, но и для принятия официальных решений (совсем не типичное явление для политической сферы, где приветствуются взвешенные решения).

С приходом Д. Трампа к власти возникло понятие «твиттер-дипломатии», или, другими словами, отсутствие дипломатии в ее классическом понимании. Данное понятие приобрело негативную коннотацию и ассоциируется с отсутствием серьезного подхода к решению политических проблем. Ряд исследователей утверждают, что твиттер-дипломатия никогда не станет заменой традиционной дипломатии и может использоваться лишь как ее дополнительный инструмент.

Тем не менее, для Д. Трампа Твиттер – один из основных инструментов реализации его политики. Д. Трамп пользуется двумя аккаунтами в Твиттере: официальным (@POTUS) и личным (@realDonaldTrump). По заявлению Белого дома в июне 2017 г., твиты Трампа на личной странице @realDonaldTrump считаются официальными заявлениями Президента США.

Официальный аккаунт представляет собой новостную ленту событий, в которых принял участие Д. Трамп, перемежающуюся сообщениями с



личной страницы политика. «Современные СМИ распространяют идею о том, что если ты значим, имеешь некоторую социальную ценность, ты должен много общаться в определенном месте с определенными людьми, то есть принимать участие в определенных сложных речевых событиях»<sup>5</sup>. Д. Трамп четко соблюдает это положение в своем микроблоге. Официальный аккаунт носит более информативный характер, доля эмоционально-экспрессивных постов незначительна.

В данной статье более пристальное внимание уделено личному аккаунту Д. Трампа, так как эта виртуальная территория создается самим политиком, представляет собой новый формат общения Президента США с другими представителями власти и является симбиозом официально-делового и неофициального стиля общения.

Для Д. Трампа Твиттер – это пространство для представления своей позиции по важнейшим политическим, экономическим и социальным вопросам, средство информирования аудитории и формирования общественного мнения, дискурсивная площадка для полемики со своими оппонентами и выражения своих чувств и эмоций, механизм самопрезентации и конструирования действительности, ее преломления через свое видение.

Личная страница Д. Трампа сегодня – это, скорее, не диалог с аудиторией, а средство самопрезентации и формирования определенного отношения населения ко всем событиям, которые так или иначе касаются Д. Трампа и его пребывания в должности Президента США. Как истинный бизнесмен, Д. Трамп постоянно пытается преподнести себя в наиболее выгодном свете и таким образом упрочить свои позиции на политической арене. Самопрезентация, или самореклама, – одна из самых популярных стратегий, к которым прибегает политик в своем Твиттере.

Все эти намерения воплощаются с помощью таких приемов, как восхваление своей деятельности в качестве президента, подчеркивание своих достоинств, демонстрация и сравнение личных достижений с деятельностью других президентов США, противопоставление себя оппонентам, создание своего положительного образа сквозь призму простого обывателя. Наиболее распространенными языковыми средствами реализации этих интенций являются:

– прилагательные в сравнительной и превосходной степени (the greatest, higher – the highest, better – the best): “Many people have said I’m the world’s *greatest* writer of 140 character sentences” (Многие говорят, что я величайший в мире писатель произведений из 140 символов (здесь и далее перевод наш. –Т. Х.)). “My I. Q. is one of the *highest* – and you all know it!” (У меня один из самых высоких IQ – и вы все это знаете!); “Just got recent Poll – *much higher than* President O at same time... Well, *much more* has been accomplished!” (Недавно получил результаты соцопроса – гораздо выше, чем у президента О[Обамы] за такой

же промежуток времени... Ну, было достигнуто гораздо больше);

– сравнительные обороты типа Nobody... like...; Nobody has more... than..., ...like no one else: “*Nobody* will protect our Nation like Donald J. Trump. Our military will be greatly strengthened and our borders will be strong. *Illegals out!*” (Никто не защитит нашу страну, как Дональд Трамп); “The media is so after me on women *Wow*, this is a tough business. *Nobody* has more respect for women *than* Donald Trump!” (СМИ так ополчилось против меня из-за женщин. Надо же, все так непросто. Никто не уважает женщин больше, чем Дональд Трамп!); “I will create jobs *like no one else*. Their #Dem leaders can’t compete!” (Я буду создавать рабочие места, как никто другой);

– антитеза для противопоставления себя своим оппонентам: “Being nice to Rocket Man hasn’t worked in 25 years, why would it work now? Clinton failed, Bush failed, and Obama failed. I won’t fail” (Хорошие взаимоотношения с Коротышкой с ракетой не работали на протяжении 25 лет, почему они должны сработать сейчас? У Клинтон не получилось, у Буша не получилось, и у Обамы не получилось. У меня получится);

– цитирование одобрительных комментариев простых обывателей в свой адрес. Как правило, данные цитаты сопровождаются личной благодарностью от Д. Трампа, что способствует персонализации общения с аудиторией и одновременно является проявлением индивидуалистской американской культуры: “‘I can die happy now with Trump Job performance,’ stated Mary Matalin. ‘A great overall President, stunning!’ Thank you Mary” («Теперь я могу умереть счастливой, Трамп сделал так много для создания новых рабочих мест, – заявила Мэри Маталин. – Это великий президент, просто потрясающий!» Спасибо Мэри); “‘Trump’s Triumphs are driving his critics Crazy!’ Thank you Steve Hilton @NextRevFNC, just want to do what is right for our wonderful U. S.A.” («Триумф Трампа сводит его критиков с ума!» Спасибо, Стив Хилтон @NextRevFNC, просто хочу делать то, что хорошо для нашей замечательной страны США);

– статистические данные для демонстрации своих достижений в сочетании со ссылкой на мнение авторитетных личностей: “*Rasmussen* just announced that my approval rating jumped to 49%, a far better number than I had in winning the Election, and higher than certain ‘sacred cows’. Other Trump polls are way up also. So why does the media refuse to write this? Oh well, someday!” (Расмуссен только что заявил, что мой рейтинг популярности подскочил до 49%, намного выше, чем я получил на выборах, и выше, чем у многих «священных коров». Другие результаты опросов по Трампу тоже на порядок выше. Так почему же пресса отказывается писать об этом? Ну да, когда-нибудь потом!).

Таким образом, Д. Трамп, в пику американским средствам массовой информации, создает свой исключительно положительный образ ли-



дера, который, с его точки зрения, достоин восхищения и уважения.

В своих когнитивных исследованиях Дж. Лакофф указывает, что люди склонны запоминать информацию лучше, если она облекается в форму рассказа и имеет сюжет<sup>6</sup>. В частности, микроблоге политиков тоже можно воспринимать как историю их жизни, где рассказывается о проблемах, которые они пытаются решить, о целях, которые они ставят перед собой, о достижениях, которые доказывают их состоятельность как сильных лидеров. По мнению Дж. Лакоффа, каждая политическая кампания обладает определенной структурой и выстраивается по типу сказочного или мифологического сюжета.

Например, Д. Трамп, который является мастером создавать истории для средств массовой информации, постоянно конструирует новые сюжеты и транслирует их в своем микроблоге в Твиттере. Маркерами принадлежности твита к тому или иному сюжету становятся хэштеги или повторяющиеся номинации, именующие сюжет, например: #MAGA (“Make America Great Again” – «Вернём Америке былое величие», дословно с англ. – «Сделаем Америку снова великой»); #DACA (“Deferred Action for Childhood Arrivals” – «Отложенные меры в отношении детей-иммигрантов»); Fake News (Лже-новости); WALL (Стена); Witch Hunt (Охота на ведьм); Russian Collusion (Сговор с Россией) и др.: “Will be leaving the Philippines tomorrow after many days of constant mtgs & work in order to #MAGA! My promises are rapidly being fulfilled” (Уезжаю завтра с Филиппин после нескольких дней постоянных встреч & переговоров, чтобы #MAGA (Вернуть Америке былое величие)! Быстро выполняю свои обещания); “The economy is bad and getting worse-almost ZERO growth this quarter. Nobody can beat me on the economy (and jobs). MAKE AMERICA GREAT AGAIN” (Экономика в плохом состоянии и еще ухудшается – практически нулевой рост в этом квартале. Никто не может помериться со мной силами в вопросах экономики и создания рабочих мест).

Существуют сюжеты, которые развиваются на протяжении достаточно длительного периода и обрастают новыми подробностями. Перед аудиторией разворачивается нарратив, в рамках которого политик предлагает новые интерпретации, рассказывает о постоянных героях этого повествования и вводит новых персонажей. К таким наиболее «долгосрочным» сюжетам на странице Д. Трампа относятся следующие (в ходе анализа были проанализированы твиты с 17 февраля 2017 г. по 17 апреля 2018 г.):

1) сюжет о фейковой прессе (Fake Press) (189 твитов). Каждый твит из данного сюжета является разоблачением фальсификации или подлога в прессе, как правило, направленного прямо или косвенно против самого Трампа. Неприязненное отношение к СМИ прослеживается в выборе экспрессивно-оценочной лексики с се-

мантическим компонентом «ложь» (lies, dishonest, corrupt, fiction, made-up garbage, fake, biased, phony и др.). Это своеобразный ответ Д. Трампа прессе, которая постоянно обвиняет в том, что он лжет и раздает пустые обещания. На своей странице Д. Трамп щедро награждает американские СМИ нелестными эпитетами, уличая их во лжи и бесчестности: “Do you believe that the Fake News Media is pushing hard on a story that I am going to replace A. G. Jeff Sessions with EPA Chief Scott Pruitt, who is doing a great job but is TOTALLY under siege? Do people really believe this stuff? So much of the media is *dishonest* and *corrupt*!” (Вы действительно верите этому, Лже-СМИ слишком усердствуют в продвижении идеи о том, что я собираюсь заменить А. Дж. Джеффа Сейшна на главу АООС Скотта Пруитта, он прекрасно делает свою работу, но его ПОСТОЯННО критикуют? Неужели люди этому верят? Так много бесчестных и коррумпированных СМИ!); “I never asked Comey for Personal Loyalty. I hardly even knew this guy. Just *another of his many lies*. His “memos” are *self serving* and *FAKE!*” (Я никогда не просил Коми о личной преданности. Я практически не знал этого человека. Очередная ложь. Его комментарии сделаны исключительно в корыстных интересах, и они лживы!); “If I wanted to fire Robert Mueller in December, as reported by the *Failing New York Times*, I would have fired him. Just more *Fake News* from a *biased* newspaper!” (Если бы я хотел уволить Роберта Мюллера в декабре, как сообщает злополучная газета «Нью-Йорк Таймс», я бы его уже давно уволил. Это лишь еще одна сфабрикованная новость от лживой газеты!).

Интересно, что данная сюжетная линия является одной из доминантных на странице Д. Трампа и переплетается с другими линиями, такими как сюжет о вмешательстве России в президентские выборы, сюжет о Хиллари Клинтон и др.;

2) сюжет о вмешательстве России в президентские выборы в США и причастности к этому Д. Трампа (Russia Collusion, Witch Hunt, Russia meddling) (141 твит): “Just Out: House Intelligence Committee Report released. “No evidence” that the Trump Campaign “colluded, coordinated or conspired with Russia.” Clinton Campaign paid for Opposition Research obtained from Russia. Wow! A total Witch Hunt! MUST END NOW!” (Только что опубликовано: сенатский комитет по разведке заявил. «Нет доказательств», что в ходе своей кампании Трамп «вступил в сговор, координировал свои действия и тайно договорился с Россией». Клинтон заплатила за компромат, полученный из России. Ничего себе! Настоящая охота на ведьм! ТЕПЕРЬ ДОЛЖНА ЗАКОНЧИТЬСЯ!).

Основная цель Д. Трампа – доказать свою непричастность к сговору с Россией и обличить прессу во лжи. Для формирования определенного восприятия событий используются слова и словосочетания с оценочным значением, как правило с отрицательной коннотацией (collusion, hoax, witch



hunt, discord, chaos), экспрессивно-оценочная лексика с семантическим компонентом «ложь», а также отрицательные конструкции, эксплицитно постулирующие невинность Д. Трампа и его соратников: “Russia started their anti-US campaign in 2014, long before I announced that I would run for President. The results of the election *were not impacted*. The Trump campaign *did nothing wrong – no collusion!*”; “As the House Intelligence Committee has concluded, there *was no collusion* between Russia and the Trump Campaign. As many are now finding out, however, there *was tremendous leaking, lying and corruption* at the highest levels of the FBI, Justice & State. #DrainTheSwamp”; “The Russia *hoax* continues, now it’s ads on Facebook. What about the *totally biased and dishonest* Media coverage in favor of Crooked Hillary?”;

3) сюжет о возвращении Америке ее былого величия (MAGA) (119 твитов): “During the campaign, I promised to MAKE AMERICA GREAT AGAIN by bringing businesses and jobs back to our country. I am very proud to see companies like Chrysler moving operations from Mexico to Michigan where there are so many great American workers!” (Во время своей кампании я обещал ВЕРНУТЬ АМЕРИКЕ БЫЛОЕ ВЕЛИЧИЕ и вернуть бизнес и рабочие места в страну. Я очень горжусь тем, что такие компании, как «Крайслер», переводят производство из Мексики в Мичиган, где так много отличных американских рабочих!).

На странице Д. Трампа лозунг, выдвинутый им во время предвыборной кампании, постепенно превращается из обещания в реально выполненные дела. Данная трансформация прослеживается в выборе временных форм – от будущего (Future Simple) к настоящему продолженному (Present Continuous): “AMERICA *will* once again *be* a NATION that thinks big, dreams bigger, and always reaches for the stars. YOU are the ones who *will shape* America’s destiny. YOU are the ones who *will restore* our prosperity. And YOU are the ones who *are MAKING* AMERICA GREAT AGAIN! #MAGA <https://t.co/f2abNK47II>”;

4) сюжет о Хилари Клинтон (96 твитов), в котором Х. Клинтон предстает как бесчестный политик и неудачница: “So General Flynn lies to the FBI and his life is destroyed, while Crooked Hillary Clinton, on that now famous FBI holiday ‘interrogation’ with no swearing in and no recording, lies many times... and nothing happens to her? Rigged system, or just a double standard” (Итак, генерал Флинн лжет ФБР, и его жизнь разрушена, тогда как лживая Хилари Клинтон, давая показания ФБР не под присягой и без записи, лжет многократно... и ничего с ней не случается? Коррупцированная система или просто двойные стандарты?).

Созданию общей экспрессивно-оценочной тональности способствует употребление негативно окрашенной лексики, в частности со значением «вина», «ложь», «преступление»: “Crooked Hillary Clinton now *blames*

everybody but herself, refuses to say she was a terrible candidate. Hits Facebook & even D”; “So why aren’t the Committees and investigators, and of course our beleaguered A. G., looking into *Crooked Hillarys crimes & Russia relations?*”; “Everybody is asking why the Justice Department (and FBI) isn’t looking into all of the *dishonesty* going on with Crooked Hillary & the Dems”;

5) DACA («Отложенные меры в отношении детей-иммигрантов») (52 твита) и строительстве стены между США и Мексикой (60 твитов): “DACA is dead because the Democrats didn’t care or act, and now everyone wants to get onto the DACA bandwagon... No longer works. Must build Wall and secure our borders with proper Border legislation. Democrats want No Borders, hence drugs and crime!” (Программы DACA больше нет, потому что демократы не предпринимали никаких действий и им было все равно, а теперь все хотят запрыгнуть в последний вагон... Больше не работает. Должны построить стену и защитить наши границы с помощью соответствующих законов. Демократы не хотят никаких границ, отсюда и наркотики, и преступность!);

6) сюжет о Бараке Обаме (80 твитов) и программе ObamaCare (71 твит): “Funny to hear the Democrats talking about the National Debt when President Obama doubled it in only 8 years!” (Смешно слышать, что демократы говорят о национальном долге, тогда как президент Обама удвоил его всего за 8 лет!); “If ObamaCare is hurting people, & it is, why shouldn’t it hurt the insurance companies & why should Congress not be paying what public pays?” (Если программа «ObamaCare» приносит людям вред, а это так и есть, почему бы ей не принести вред и страховым компаниям, и почему бы Конгрессу не платить столько же, сколько платит народ?);

7) серия сюжетов о разных соглашениях/делках/договоренностях (89 твитов): “The deal with North Korea is very much in the making and will be, if completed, a very good one for the World. Time and place to be determined” (Договор с Северной Кореей находится в процессе согласования и будет, если завершится, очень полезным для всего мира); “Any deal on DACA that does not include STRONG border security and the desperately needed WALL is a total waste of time. March 5th is rapidly approaching and the Dems seem not to care about DACA. Make a deal!” (Любое соглашение по программе DACA, которое не включает СЕРЬЕЗНЫХ мер по обеспечению безопасности границ и строительства так необходимой стены, – это пустая трата времени. Пятое марта стремительно приближается, а демократы, похоже, не беспокоятся по поводу программы DACA. Надо договариваться!).

По мнению Дж. Лакоффа, идеи начинают работать только тогда, когда их активизируют<sup>7</sup>. Следовательно, для того чтобы политическая идея заработала и получила отклик у аудитории, необходимо запустить механизм ее активации.



Сюжетный подход к изложению информации – один из способов такой активации.

Кроме того, могут быть вовлечены и другие языковые и речевые средства. Так, для формирования определенного ассоциативного ряда с человеком или событием эффективными являются:

– использование ярлыков, например, Crooked Hillary – продажная Хиллари (Хиллари Клинтон, кандидат в президенты США от Демократической партии), Lying Ted – лживый Тед (Тед Круз, сенатор США от штата Техас), Sloppy Steve – грязный Стив (Стивен Бэннон, американский политический активист от Республиканской партии), Animal Assad – Ассад-животное (Башар Асад, президент Сирии), Sleepy Eyes Chuck Todd – сонный Чак Тодд (Чак Тодд, журналист американской телекомпании NBC), Little Rocket Man – коротышка с ракетой (Ким Чен Ын, лидер Северной Кореи) и др. Прозвища, придуманные президентом Д. Трампом, – часть политической игры, они создают определенный образ оппонента и при постоянном повторении становятся узнаваемыми даже без упоминания полного имени человека, например, Crooked H, Sleepy Eyes, Rocket Man;

– создание аксиологической рамки с помощью отрицательно или положительно заряженной лексики: “The Fake News is going crazy making up false stories and using only unnamed sources (who don’t exist). They are totally unhinged, and the great success of this Administration is making them do and say things that even they can’t believe they are saying. Truly bad people”;

– использование метафор и сравнений, которые создают яркие и запоминающиеся образы. Следует отметить, что Д. Трамп постоянно ретранслирует эти образы в своих твитах для их прочного закрепления в сознании адресата. По мнению целого ряда исследователей, метафора является одним из действенных языковых инструментов воздействия<sup>8</sup>, так как, с одной стороны, делает текст более запоминающимся и колоритным, а с другой – является средством концептуализации действительности и способствует вариативному восприятию определенных событий в зависимости от метафорической репрезентации, предлагаемой автором<sup>9</sup>: “The migrant ‘caravan’ (караван мигрантов) that is openly defying our border shows how weak & ineffective U. S. immigration laws are”; “Clapper lied about (fraudulent) Dossier leaks to CNN @foxandfriends FoxNews. He is a lying machine (машина лжи) who now works for Fake News CNN”;

– особое синтаксическое построение предложения (параллельные конструкции, особый порядок слов) в сочетании с графическими средствами выделения информации – прием, который способствует продвижению определенной идеи: “We are bringing back our factories, we are bringing back our jobs, and we are bringing back those four beautiful words: MADE IN THE USA!”; “Washington spent trillions building up foreign countries while allowing OUR OWN infrastructure to fall into a state of total

disrepair. No more! It’s time to REBUILD, and we will do it with American WORKERS, American GRIT, and American PRIDE!”;

– лексический повтор номинаций в постах короткого и длинного цикла<sup>10</sup>. Воспроизведение одного и того же слова на протяжении определенного промежутка времени запускает механизм его активации в сознании реципиента и заставляет его вновь и вновь возвращаться к обозначенной проблеме.

Д. Трамп широко пользуется риторической категорией разговорности<sup>11</sup>, которая имитирует живую разговорную речь и проявляется на вербальном и паравербальном уровнях:

– разговорная, сниженная лексика и сленг придают общению эмоциональность и экспрессивность и нередко понижают тональность общения: “DOJ just issued the McCabe report – which is a total disaster. He LIED! LIED! LIED! McCabe was totally controlled by Comey – McCabe is Comey!! No collusion, all made up by this den of thieves (воровской притон, малина) and lowlives (отребье!)”;

“This very expensive GLOBAL WARMING bullshit (чушь собачья) has got to stop. Our planet is freezing, record low temps, and our GW scientists are stuck in ice”; “The White House is running very smoothly despite phony Witch Hunts etc. There is great Energy and unending Stamina, both necessary to get things done. We are accomplishing the unthinkable and setting positive records while doing so! Fake News is going ‘bonkers!’ (крыша поехала)”;

– графические средства (прописные буквы и восклицательные знаки) для выделения ключевых слов высказывания и привлечения внимания аудитории к определенной проблематике и эмоциональному состоянию автора – излюбленный прием Д. Трампа: “...In the interim, Hon. Robert Wilkie of DOD will serve as Acting Secretary. I am thankful for Dr. David Shulkin’s service to our country and to our GREAT VETERANS!”

I. Blommaert отмечает, что эти характеристики письменного дискурса выполняют метапрагматическую функцию: они передают не только определенную содержательную составляющую, но и особую выразительную манеру произнесения<sup>12</sup>.

– вопросительные предложения могут использоваться как для диалогизации общения с адресатом, так и для размышления над существующей проблемой: “It’s March 5th and the Democrats are nowhere to be found on DACA. Gave them 6 months, they just don’t care. Where are they? We are ready to make a deal!”; “What does the Department of Justice and FBI have to hide? Why aren’t they giving the strongly requested documents (unredacted) to the HOUSE JUDICIARY COMMITTEE? Stalling, but for what reason? Not looking good!”;

– сокращения слов демонстрируют экономию речевых усилий адресанта: “We are sealing up our Southern Border. The people of our great country want Safety and Security. The Dems have been a disaster on this very important issue!”; “This spring marks 4yrs



since the Phoenix VA crisis. We won't forget what happened to our GREAT VETS. Choice is vital, but the program needs work & is running out of \$. Congress must fix Choice Program by Memorial Day so VETS can get the care they deserve. I will sign immediately!"; "Thank you @GOPLeader Kevin McCarthy! Couldn't agree w/you more. TOGETHER, we are #MAGA";

– многоточие является проявлением спонтанности и неподготовленности речи и нередко показывает, что автору потребовалось некоторое время для размышления и формулировки своих мыслей: "Only fools, or worse, are saying that our money losing Post Office makes money with Amazon. THEY LOSE A FORTUNE, and this will be changed. Also, our fully tax paying retailers are closing stores all over the country... not a level playing field!; Very thankful for President Xi of China's kind words on tariffs and automobile barriers... also, his enlightenment on intellectual property and technology transfers. We will make great progress together!";

– эллиптические конструкции (часто опущение подлежащего), которые используются в разговорной речи, становятся частью онлайн-коммуникации и создают эффект живого общения: "Why did the Obama Administration start an investigation into the Trump Campaign (with zero proof of wrongdoing) long before the Election in November? Wanted to discredit so Crooked H would win. Unprecedented. Bigger than Watergate! Plus, Obama did NOTHING about Russian meddling";

– побудительные конструкции с глаголом look (смотреть) помогают автору наладить диалог с читателем. Д. Трамп постоянно пытается убедить аудиторию в правильности своей позиции и установить контакт с адресатом: "I have been much tougher on Russia than Obama, just look at the facts. Total Fake News!; Why aren't the same standards placed on the Democrats. Look what Hillary Clinton may have gotten away with. Disgraceful!; Look how bad WTO is to U. S.".

Контакт с аудиторией осуществляется и с помощью побудительных конструкций совместного действия: "In Nashville, Tennessee! Let's MAKE AMERICA GREAT AGAIN!"; и с помощью прямых призывов принять участие во встрече или мысленно присоединиться к думам и молитвам Трампа: "Join me in Washington, Michigan on Saturday, April 28, 2018 at 7:00pm! #MAGA Tickets: <https://www.donaldjtrump.com/rallies/washington-mi-apr-2018> ..."; "Please join me with your thoughts and prayers for both aviators, their families and our incredible @USNavy"; "It was a great privilege to meet with President Moon of South Korea. Stay tuned!"

Направленность общения прослеживается в употреблении местоимений *anyone* (любой), *you* (вы), *we/our* (мы/наш): "Anyone who doubts the strength or determination of the U. S. should look to our past... and you will doubt it no longer".

Президент Трамп постоянно информирует аудиторию и сообщает ей о разного рода событиях, используя при этом разные регистры речи

– от официально-делового (I am pleased to inform you) до разговорного (Sorry folks): "I am pleased to inform you that Secretary of State Mike Pompeo is in the air and on his way back from North Korea with the 3 wonderful gentlemen that everyone is looking so forward to meeting. They seem to be in good health. Also, good meeting with Kim Jong Un. Date & Place set; Sorry folks, but if I would have relied on the Fake News of CNN, NBC, ABC, CBS, washpost or nytimes, I would have had ZERO chance winning WH".

Спонтанность и неподготовленность общения прослеживается не только на языковом, но и на содержательном уровне и выражается в противоречивости позиции Д. Трампа по целому ряду вопросов, т. е. спонтанность речи приводит к непродуманности формулировки своего мнения. Например, это является очевидным в вопросе отношений с Россией: сначала Д. Трамп грозит России «умными» ракетами, а затем менее часа спустя говорит об отсутствии причин для плохих взаимоотношений с Россией, а также о необходимости взаимного сотрудничества со всеми странами в мире: "Russia vows to shoot down any and all missiles fired at Syria. Get ready Russia, because they will be coming, nice and new and 'smart!' You shouldn't be partners with a Gas Killing Animal who kills his people and enjoys it!" (Россия обещает сбить любые ракеты, выпущенные на Сирию. Россия, готовься, потому что они прилетят, хорошие, новые и «умные»! Вы не должны быть партнерами с животным – газовым убийцей, который уничтожает людей и наслаждается этим!) (Apr 11, 2018 06:37:56 AM); "Our relationship with Russia is worse now than it has ever been, and that includes the Cold War. There is no reason for this. Russia needs us to help with their economy, something that would be very easy to do, and we need all nations to work together. Stop the arms race?" (Наши взаимоотношения с Россией сейчас хуже, чем когда-либо, и это включая холодную войну. Для этого нет причин. Мы нужны России для оказания ей помощи в экономике, и это будет очень легко осуществить, и нам нужно сотрудничать со всеми странами. Остановить гонку вооружений?) (Apr 11, 2018 05:57:30 AM).

Следует отметить, что официальный статус президента, главы одного из ведущих государств мира, не предполагает спонтанности и непродуманности публичных заявлений, так как на политике лежит ответственность за судьбы своей страны и мира. Однако речевое поведение Д. Трампа демонстрирует обратное и идет вразрез с канонами дипломатического общения и международной политики.

Речи президента присуща излишняя эмоциональная насыщенность, которая проявляется не только в выборе графических средств, особого порядка слов, ярких сравнений и метафор. В постах Д. Трампа прослеживается целый спектр чувств и противоречивых эмоций, характеризующих положительную или отрицательную реакцию автора на описываемое событие:



1) радость (great, exciting, wonderful – здорово, замечательно): “Because Jobs in the U. S. are doing so well, Americans receiving unemployment aid is the lowest since 1973. *Great!*”; Secretary Pompeo and his “guests” will be landing at Andrews Air Force Base at 2:00 A.M. in the morning. I will be there to greet them. *Very exciting!*”;

2) интерес (interesting – интересно): “The long anticipated release of the #JFKFiles will take place tomorrow. So *interesting!*”;

3) недовольство, возмущение (bad – плохо/отвратительно, sad – печально, удручающе): “The Democrats are all talk and no action. They are doing nothing to fix DACA. Great opportunity missed. Too *bad!*”; “The Fake News Media has never been so wrong or so dirty. Purposely incorrect stories and phony sources to meet their agenda of hate. *Sad!*”;

4) отвращение, презрение (sick – противно): “Kathy Griffin should be ashamed of herself. My children, especially my 11 year old son, Barron, are having a hard time with this. *Sick!*”; “The FAKE NEWS media (failing @nytimes, @CNN, @NBC-News and many more) is not my enemy, it is the enemy of the American people. *SICK!*”.

Таким образом, микроблог Д. Трампа является ярким примером использования социальных сетей для борьбы за власть и ее удержание. Социальные сети становятся средством формирования имиджа политика и конструирования политической и медийной повестки дня. Политик придерживается основных стратегических линий речевого поведения, характерных для данного типа общения, – информационной, эмотивной, контактной и координационной, используя определенные механизмы активации, а именно положительную самопрезентацию, риторическую категорию разговорности, сюжетность повествования, аксиологическую рамку для характеристики событий, соратников и оппонентов, запоминающиеся образы и др. На странице Д. Трампа происходит постоянный эмоционально насыщенный диалог с аудиторией, который передает целую палитру чувств политика.

Очевидно, что социальные сети являются эффективным инструментом социального регулирования, речевого воздействия и манипуляции, однако политикам необходимо помнить об ответственности, которая лежит на них, и последствиях, к которым может привести неверно выбранная линия речевого поведения.

## Примечание

- 1 См.: Марченко Н. Социальная сеть «ВКонтакте»: лингвопрагматический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2013.
- 2 См.: Матусевич А. Общение в социальных сетях: прагматический, коммуникативный, лингвостилистический аспекты характеристики: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Киров, 2016.
- 3 См.: Горошко Е., Полякова Т. Политический твиттинг как новый жанр интернет-коммуникации // Вопр. психолингвистики. 2014. № 1 (19). С. 92–103.
- 4 См.: Кобрин Н. Особенности политического медиадискурса Твиттера // Грамота. Вып. 12 (54). Тамбов, 2015. С. 94–99.
- 5 Дубровская О. Сложные речевые события как средство формирования социокультурной идентичности // Вестн. ЧелГУ. 2008. № 3. С. 47.
- 6 См.: Some Jedi Mind Tricks. URL: <https://soundcloud.com/user-253479697/some-jedi-mind-tricks> (дата обращения: 04.05.2018).
- 7 Там же.
- 8 См.: Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago: The University of Chicago Press, 1980; Gibbs R., Jr. Embodiment and Cognitive Science. Cambridge University Press, 2006; Чудинов А. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры. Екатеринбург, 2001.
- 9 См.: Вражнова И. Метафорическая репрезентация властных структур в современных российских и американских СМИ // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2009. Т. 9, вып. 4. С. 25–32.
- 10 См.: Чижик А. Социолингвистическое исследование некоторых тенденций публикации постов в русскоязычном Twitter // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. 2014. № 17. С. 337–346.
- 11 См.: Кормилицына М. Разговорность как реализация стратегии близости к адресату в современной прессе // Язык в движении: К 70-летию Л. П. Крысина / отв. ред. Е. А. Земская, М. Л. Каленчук. М., 2007. С. 268–276; Сиротина О. О терминах «разговорная речь», «разговорность» и «разговорный тип речевой культуры» // Лики языка: К 45-летию деятельности Е. А. Земской / отв. ред. М. Я. Гловинская. М., 1998. С. 348–353.
- 12 См.: Blommaert J. Trump's tweetopoetics // Tilburg Papers in Culture Studies. 2018. URL: <https://biblio.ugent.be/publication/8551309> (дата обращения: 04.05.2018).

## Образец для цитирования:

Харламова Т. В. Социальные сети как инструмент современной политической власти (на материале микроблога Д. Трампа в Твиттере) // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2018. Т. 18, вып. 4. С. 396–402. DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2018-18-4-396-402>

## Cite this article as:

Kharlamova T. V. Social Media as a Tool of Modern Politics (The Case of D. Trump's Twitter). *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philology. Journalism*, 2018, vol. 18, iss. 4, pp. 396–402 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2018-18-4-396-402>