

Секция «Цифровые технологии как фактор трансформации общественно-политического устройства в современных государствах»

**Эволюция или революция? Твиттер как ключ к победе на президентских выборах США 2016.**

**Научный руководитель – Демчук Артур Леонович**

**Тараненко Зинаида Юрьевна**

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра сравнительной политологии, Москва, Россия

*E-mail: zitaranenko@gmail.com*

- В апреле 2017 года, спустя практически 100 дней после вступления в должность президента, что многие считали невероятным, в интервью для журнала Financial Times Дональд Трамп сказал следующее: «Без твитов меня бы здесь не было».
- Можно любить или презирать Трампа, но факт остается фактом, его твиты, провоцировавшие громкие заголовки в СМИ помогли ему стать президентом США. Ему удалось привлечь внимание, превзойдя в гонке, которая в большей степени опиралась на высокооплачиваемых консультантов, которые в прошлые годы провели успешные президентские кампании, но они же сошли с дистанции в 2016 году.
- Трамп усовершенствовал наше представление о приобретенных медиаресурсах (earned media), об освещении событий в новостях, о том, как должен вести себя кандидат и что говорить, чтобы попасть в топовые заголовки.
- В интервью журналу Financial Times в апреле 2017 года Трамп сказал: «У меня более 100 миллионов подписчиков в Facebook, Twitter и Instagram. Более 100 миллионов. Мне не нужно обращаться к фейковым СМИ»
- «Я думаю то, что он делает в Твиттере необычно. Он исключает СМИ в качестве посредника. Он перешагивает их и говорит напрямую с американским народом». - Сказал бывший старший советник Трампа Стив Бэннон относительно стратегии earned media в сентябре 2017 года для программы '60 Minutes' на канале CBS.
- Трампу удалось вычислить как выиграть президентскую гонку в 2016 году - и это во все не появление с определенной стратегией, а создание ежедневного хаоса и борьба с новостной повесткой дня .
- Трамп превзошел Клинтон в каждом источнике - онлайн, в прямых эфирах, в блогах, Твиттере и даже в газетах.
- Согласно исследованию Харрис, интерес к персоне Дональда Трампа превосходил более чем в три с половиной раза интерес к персоне Барака Обамы в 2012 году и больше чем в шесть раз интерес к персоне Митта Ромни.
- Отличительной кампанию 2016 года сделало то, что количество платной рекламы едва увеличилось, несмотря на цифровую вселенную, в которой мы живем. В наши дни рекламодатели могут обратиться к потребителям с помощью привычного телевидения, мобильных устройств, к примеру, в ленте Facebook. Но Трамп обнаружил способ заработать большее внимание медиа, что не удавалось сделать другим кандидатам и платил он за это достаточно мало в сравнении с платой за традиционную рекламу.

- Будучи активным пользователем Твиттера еще задолго до выдвижения на пост Президента, Трамп разработал достаточно индивидуализированный посыл в своей ленте, влияние которого усиливалось большим количеством твитов, которые по природе своей были самореференциальны и повторяющиеся. В своих твитах Трамп часто повторяет одни и те же фразы и ключевые слова, укрепляя общее мнение своих сторонников и оппонентов.
- Одна из наиболее часто повторяющихся фраз 'fake news' - фейковые новости была употреблена 150 раз за первый год президентства.
- За первые шесть месяцев президентства Трампа можно насчитать лишь два дня, в которые не было опубликовано ни единого твита. В то же время максимальный результат достиг 16 твитов за один день.
- Данная статистика говорит нам о том, что Трамп в значительной степени полагается на свой аккаунт в Твиттере для взаимодействия с гражданами. Ни один другой президент не доминировал над медиа сферой так, как это удалось сделать Трампу, в основном благодаря достаточно активной публикации постов и их содержанию.
- Если взглянуть за пределы этой статистики на фактическое содержание твитов Трампа, мы видим, что он регулярно использует свой аккаунт в Твиттере для проверки реакции его сторонников и в целом для вопросов, связанных с политикой. Так, 7 октября 2017 года Трамп написал: «Президенты и их администрации разговаривают с Северной Кореей в течение 25 лет, заключены соглашения и выплачены огромные суммы денег ... не сработало, соглашения нарушены до того, как чернила высохли, что делает из переговорщиков США дураков. Извините, но только одна вещь работает!»
- Загадочное содержание данного поста, который каждый актер может трактовать в своих интересах является ярким примером того, как Трамп использует СМИ в своих целях. Когда его спросили, что он имел в виду под этим загадочным, но откровенно агрессивным посланием, Трамп просто ответил, «вы это скоро поймете». Прессе, включая Интернет и более традиционные СМИ оставалось ни что иное, как разобраться в смысле заявления Президента в Твиттере, поднимая вопрос о том, хотел ли президент зайти так далеко, чтобы спровоцировать войну через свою личную страничку в твиттере.
- Позиция Трампа в качестве первого Твиттер-президента не случайна. Его присутствие в социальных сетях является преднамеренным и стратегическим, его посты - хотя и зачастую бессмысленные - читаемы большим количеством людей. Это то, что имеет значение в политике в эпоху интернета, возможность кандидата войти в дом каждого через телевизоры, компьютеры, мобильные телефоны и другие гаджеты.
- Хотя трудно считать Трампа успешным в политических реалиях, которые традиционно формировали президентство, его постоянный успех во многом обусловлен его способностью ориентироваться в современном глобализованном мире. Что бы ни было дальше, по крайней мере, один аспект останется неизменным: активное присутствие Трампа в Интернете не только является определяющим для его президентства, но, без сомнения, будет формировать и вдохновлять все последующие общенациональные выборы до тех пор, пока социальные медиа будут господствовать.

#### Источники и литература

- 1) Donald Trump: Without Twitter, I would not be here - FT interview. - 2017.-April. URL: <https://www.ft.com/content/943e322a-178a-11e7-9c35-0dd2cb31823a>

- 2) Breitbart's Bannon Declares War on GOP. - 2017. URL: April [www.cbsnews.com/news/60-minutes-breitbart-steve-bannon-declares-war-on-the-gop.](http://www.cbsnews.com/news/60-minutes-breitbart-steve-bannon-declares-war-on-the-gop/))
- 3) Harris, Mary. 2016 'A Media Post-Mortem on the 2016 Presidential Election.' MediaQuant. - 2017. URL: [www.mediaquant.net/2016/11/a-media-postmortem-on-the-2016-presidential-election](http://www.mediaquant.net/2016/11/a-media-postmortem-on-the-2016-presidential-election)
- 4) 13 charts reveal Donald Trump's Twitter habits — from his favorite topics to time of day. - 2017. URL: <https://www.businessinsider.nl/president-trump-twitter-by-subject-2017-7/?international=true&r=US>
- 5) Trump, social media and the first Twitter-based Presidency. - 2017. URL: <https://www.digitmagazine.com/articles/Trump-Twitter-Based-Presidency>
- 6) Reid, Jason. 2016. "Film: How to destroy a presidential Candidate". ESPN Films/FiveThirtyEight.com, <http://fivethirtyeight.com/1998/09/14/us/campaign-trail-loaded-for-bear-and-then-some.html>