

Пиар-стратегии формирования медиаобраза Дональда Трампа в социальных сетях

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Саматов Артемий Эдуардович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: samatovartemii@gmail.com

Усиленное развитие коммуникационных технологий в конце XX – начале XXI века привело к серьезным изменениям в различных сферах общества, изменив структуру социума и способы взаимодействия людей внутри него. Цифровизация коммуникационного пространства затронула, в том числе, и политические отношения. Несмотря на то, что личная интеракция и традиционные СМИ в политическом пространстве до сих пор играют важную роль, именно платформы социальных медиа выходят на первый план и становятся одним из ключевых факторов взаимодействия политика с аудиторией, тем самым позволяя ему проводить политическую агитацию, формировать убеждения и влиять на политический дискурс. Медиаобраз политика в этой связи становится важнейшим инструментом, формирующим его репутацию и имидж в глазах сторонников и электората.

В этом контексте такой политик, как Дональд Трамп, представляет особый интерес с точки зрения изучения его медиаобраза в политическом пространстве США. Так, в своей политической карьере он в значительной степени опирался именно на взаимодействие со своим электоратом через социальные сети и другие каналы виртуальной коммуникации, используя нестандартные PR-стратегии. Медиаобраз Трампа формировался в логике цифрового популизма, опирающегося на эмоциональность, провокационность и персонализацию политического дискурса, что делает его показательным примером для анализа современных PR-технологий в политике.

Актуальность выбранной темы обусловлена несколькими факторами. Во-первых, в настоящее время социальные сети оказывают существенное влияние на политические процессы, включая электоральные кампании, формирование общественного мнения и мобилизацию сторонников. Во-вторых, Дональд Трамп является одним из наиболее ярких примеров политика, который сумел создать выделяющийся медиаобраз через социальные сети для агитации своих сторонников. В-третьих, в политической науке сохраняется интерес к феномену популизма, к которому, в частности, прибегает президент. Наконец, актуальность темы обусловлена возможностью практического применения выявленных PR-стратегий в современной политической коммуникации.

При проведении исследования для выявления особенностей формирования медиаобраза политика в цифровой среде были проанализированы работы, посвященные трансформации политической коммуникации в условиях новых медиа и феномену цифрового популизма. Теоретическую основу исследования составили труды А.Т. Шукюрова «Проблема политической коммуникации в условиях новых медиа» и Д.К. Зарубина «Цифровой популизм и коммуникационные технологии его распространения», в которых рассматриваются изменения структуры публичной коммуникации, механизмы персонализации политического дискурса и особенности распространения популистских нарративов в онлайн-пространстве. Концептуальное понимание медиасреды опирается также на идеи М. Маклюэна о трансформации коммуникационных форм и их влиянии на общественное

восприятие, а специфика виртуального коммуникационного пространства анализируется с привлечением работы А.Б. Ромашкиной.

При анализе медиаобраза Дональда Трампа были рассмотрены исследования, посвящённые феномену его политической коммуникации и трансформации публичного имиджа. В монографии под редакцией А.В. Кузнецовой «Феномен Трампа» раскрываются политические и социокультурные предпосылки формирования его публичного образа, а в статье Т.А. Шаклеиной анализируется связь риторики Трампа с «новым популизмом» в США. Коммуникационные стратегии и языковые тактики политика исследуются в работах Е.Б. Каган и Я.-А.В. Лето, где особое внимание уделяется агрессивной риторике, приёму оскорбления и конфликтной модели взаимодействия с оппонентами. Визуальные и невербальные аспекты интерпретации образа Трампа рассматриваются в исследовании А.В. Останиной, а медиа-стратегии трансформации его имиджа анализируются в работе Е.А. Цуканова и Э.А. Нимяева. Кроме того, в работе используются материалы его официального аккаунта в социальной сети X и зарубежные исследования цифрового дискурса, в частности анализ твиттер-коммуникации Трампа.

По итогам проведённого исследования предполагается выявить ключевые PR-стратегии формирования медиаобраза Дональда Трампа в социальных сетях, определить роль популистских нарративов, визуальных элементов и конфликтной риторики в конструировании его публичного образа, а также обосновать тезис о целенаправленном характере данного процесса в условиях цифровой политической коммуникации.

Источники и литература

- 1) Зарубин Д.К. Цифровой популизм и коммуникационные технологии его распространения. М., 2024. С. 56–79.
- 2) Каган Е.Б. Коммуникационные стратегии и тактики в прощальной речи Д. Трампа и языковые средства их реализации // Политическая лингвистика. - 2022. - №5. - С. 127-134.
- 3) Кузнецова А.В. (ред.) Феномен Трампа: монография. Ин-т науч. информ. по обществ. наукам. – Москва: ИНИОН, 2020. – 642 с.
- 4) Лето Я.-А.В. Выражение коммуникативной агрессии посредством тактики "оскорбление" (на материале высказываний Дональда Трампа) // Вестник Башкирского университета. - 2020. - №1. - С. 187-194.
- 5) Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. - 5-е изд. - 16 с.
- 6) Останина А.В. Невербальные средства интерпретации образа Дональда Трампа в англоязычной прессе (на примере карикатур). Russian Linguistic Bulletin. 2024. №6 (54).
- 7) Ромашкина А.Б. Виртуальное коммуникационное пространство. - 1-е изд. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 178 с.
- 8) Цуканов Е.А., Нимяев Э.А. Из шутов в короли: медиа-стратегии трансформации имиджа Дональда Трампа // Наука. Искусство. Культура. - 2020. - №2. - С. 161-168.
- 9) Шаклеина Т.А. Дональд Трамп и “новый популизм” в Америке. – Полис. Политические исследования. 2021. №5. С. 176-183.
- 10) Шукюров А.Т. Проблема политической коммуникации в условиях новых медиа. М., 2024. С. 33–58.
- 11) Tasente, T. (2021). Twitter Discourse Analysis of US President Donald Trump. Technium Social Sciences Journal, 2(1), 67–75.

- 12) Beliefs, values, and character of the MAGA movement // Britannica URL: <https://www.britannica.com/topic/MAGA-movement> [Электронный ресурс] (дата обращения: 10.01.2026).
- 13) Donald J. Trump (@realDonaldTrump) // X (formerly Twitter) [Электронный ресурс] URL: <https://x.com/realDonaldTrump> (дата обращения: 10.01.2026).