САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ГОРБУНОВА Юлия Николаевна

Выпускная квалификационная работа

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА США В ПЕРИОД ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ И ПРЕЗИДЕНТСТВА ДОНАЛЬДА ТРАМПА**

**SOCIAL NETWORKS AS A TOOL OF SHAPING OF THE UNITED STATES’ INTERNATIONAL IMAGE DURING THE ELECTION CAMPAIGN AND THE PRESIDENCY OF DONALD TRUMP**

Направление 41.03.05 - «Международные отношения»,

Основная образовательная программа бакалавриата – «Международные отношения»

Научный руководитель:  
к. п. н., доцент АНТОНОВА И.А.

Рецензент:  
к. п. н., доцент БОГУСЛАВСКАЯ Ю.К.

Санкт-Петербург

2018

**Оглавление**

Введение 3

Глава 1. Место дипломатии социальных сетей в системе публичной дипломатии 10

1.1. Феномен публичной дипломатии Web 2.0 10

1.2. Роль социальных сетей в формировании имиджа государства за рубежом..…………15

Глава 2. Социальные сети как инструмент формирования международного имиджа США в период президентской гонки 2016 г………………………………………………27  
2.1. Отражение мирополитических событий официальными представителями США в социальных сетях…27  
2.2. Отражение мирополитических событий американскими негосударственными лидерами мнений и новостными агентствами в социальных сетях…………………………………………………………………………………………..…35

Глава 3. Социальные сети как инструмент формирования международного имиджа США в период президентства Д. Трампа…………………………………………………………….41  
3.1. Роль официальных представителей США в формировании имиджа США через социальные сети………………………………………………………………………………41  
3.2. Роль американских негосударственных лидеров мнений и новостных агентств в формировании имиджа США через социальные сети……………………………………….49

Заключение 55

Список источников и литературы.……………………………………………………………58

Приложение 71

**Введение**

**Актуальность исследования.** Использование социальных медиа в качестве инструмента публичной дипломатии сегодня получило поддержку во внешнеполитических инициативах США. В связи с появлением новых современных технологий в мире официальные лица все чаще стали использовать социальные медиа в качестве инструмента публичной дипломатии. Аудитория во всем мире быстро меняется, вынуждая тем самым политиков адаптироваться к ее потребностям и интересам. Участие – это важная часть дипломатии, а использование социальных сетей - один из способов продвижения позитивного имиджа страны.

Ведущая роль в формировании политического дискурса принадлежит политическому деятелю, а, в наибольшей степени, политическому лидеру, поскольку именно политик-лидер представляет государство, его идеологию в своих заявлениях, в том числе и на просторах Интернета.

Популярность в политическом контексте социальные медиа получили благодаря предоставлению самой актуальной информации в режиме нон-стоп. Наряду с этим явным их преимуществом выступает прямое взаимодействие граждан с представителями власти. Политики и обычные граждане используют Facebook, Twitter и другие социальные платформы как средство, при помощи которого они делятся определенной информацией: выкладывают фотографии, личную информацию и оставляют публичные сообщения в кибер-пространстве. Таким образом, стирается барьер между политиками и массовой аудиторией, создается подходящая обстановка для политика, который может использовать ее для достижения широкого признания и общественной поддержки.

В отличие от традиционных СМИ, социальные платформы являются наиболее выгодным инструментом продвижения национального имиджа государства, поскольку страны могут контролировать обстановку и общественные настроения в сети, моментально реагируя на обвинения и дезинформацию.

Выборы в США 2016 года вполне можно назвать выборами в Twitter: две ключевые фигуры предвыборной кампании – Хилари Клинтон и Дональд Трамп – активно использовали данную социальную сеть для усиления собственных позиций путем совершенствования или уточнения своих заявлений, предъявления обвинений оппоненту и прямого общения с избирателями.

Таким образом, тенденция возрастания внимания к изучению возможностей использования социальных медиа как инструмента формирования имиджа государства является реалией сегодняшнего политического дискурса. Имидж государства представляет собой совокупность общих представлений, складывающихся у зарубежных граждан в отношении страны в целом посредством профессиональных усилий. Функциональность имиджа имеет огромное значение для поддержания позиций государства на международной арене.

**Целью работы** является определение особенностей использования социальных сетей как инструмента построения имиджа США в период предвыборной кампании и президентства Д. Трампа.

Для достижения поставленной цели необходимо реализовать следующие **задачи**:

- проанализировать и обобщить труды, посвященные тематике публичной дипломатии и публичной дипломатии Web 2.0, выявить цели и особенности их использования в рамках государственной политики;

- раскрыть особенности построения имиджа государства через имидж политического деятеля;

- определить роль социальных сетей в рамках публичной дипломатии, выявить плюсы и минусы их использования в политическом контексте;

- исследовать степень влияния государственных деятелей и лидеров мнений на формирование имиджа США посредством использования социальных сетей в период предвыборной кампании и президентства Д. Трампа.

**Степень разработанности темы.** Публичная дипломатия и публичная дипломатия Web 2.0 как инструменты внешней политики государства рассматриваются в работах Н. Калла, Дж. Мелиссена, Н. Цветковой, И. Сегев, Л. Майнора, Д. Льюиса, С. Сотириу, С. Бьолы, Л. Пермяковой, У. Сеидова[[1]](#footnote-1).

Д. Балуев, Дж. Барнс, Д. Бойд, Н. Элисон, Е. Ефимова, А. Маковейчук[[2]](#footnote-2) посвятили себя изучению феномена социальных сетей и их особенностей. Рассмотрением функционирования социальных сетей в рамках публичной дипломатии и политической коммуникации занимаются С. Алашри, С. Кандала, В. Баджаж, Р. Рави, К. Смит, К. Десоуза, Д. Триллинг, А. Таго, Дж. Пармели, Л. Галвец, М. Форель, П. Ховард, А. Монрой-Фернандес, С. Савадж, Г. Энли, А. Марчуков, Д. Фатыхова и др[[3]](#footnote-3).

Роли социальных сетей в публичной дипломатии США уделяет внимание ряд авторов – Н. Цветкова, А. Инджиева, А. Барлоу, Г. Энли, А. Фишер[[4]](#footnote-4). Так, Цветкова Н.А. в статье «Социальные сети в публичной дипломатии США» дает определение публичной дипломатии Web 2.0, обозначая ее как «механизм влияния на зарубежную аудиторию посредством следующих методов: размещение радио- и телепередач в сети Интернет, распространение в открытом доступе литературы о США в цифровом формате, мониторинг дискуссий в блог-пространстве, создание персонифицированных страничек членов правительства США в социальных сетях, а также рассылка информации через мобильные телефоны[[5]](#footnote-5)». Особое внимание уделяется совершенствованию правительственного механизма США для реализации целей публичной дипломатии. Отмечается также, что «наибольшую популярность завоевывают личные аккаунты официальных лиц Вашингтона, которые созданы на платформе Twitter[[6]](#footnote-6)», число подписчиков на которых в сотни раз превышает число последователей на официальных страницах правительства США.

Роль социальных сетей в избирательных кампаниях, в том числе и в рамках президентских выборов США 2016 года, была рассмотрена рядом авторов, таких как C. Алашри, C.C. Кандала, В. Багаж, Р. Рави, К.Л. Смит, К.С. Десоуза, Дж. Пармели, Д. Триллинг, Г. Энли, Й. Сипко и др[[7]](#footnote-7).

Г. Энли, автор статьи «Twitter как арена для подлинного аутсайдера: изучение социальных медиа-кампаний Трампа и Клинтон в период президентских выборов США 2016 года»,отмечает, чтоизбирательные кампании использовали социальные медиа в первую очередь в качестве маркетингового инструмента[[8]](#footnote-8). Даже Дональд Трамп, нарушивший все традиционные правила деятельности в социальных сетях в рамках избирательной кампании, преимущественно ведя свой блог в Twitter самостоятельно, не прибегая к помощи помощников, все же держал своих последователей в социальных сетях на расстоянии вытянутой руки. В статье отмечается, что Twitter-стратегии двух президентских кампаний 2016 года существенно различались: кампания Трампа была более открыта к диалогу с широкой общественностью, в то время как кампания Клинтон была более охраняема и ориентирована на контроль над публикуемым контентом. Энли приходит к выводу, что социальные медиа представляют возможность как для политических аутсайдеров, так и для любимчиков медиа-кампаний добиться успеха, даже в том случае, если они нарушают установленные прежде рамки осуществления профессиональных кампаний.

Вопрос имиджа и использования социальных сетей в политическом имиджмейкинге изучается А. Блудовой, Н. Акулич, С. Масеевым, В. Бозаджиевым, Дж. Пармели, Д. Триллингом, Б. Харрисом, И. Ефимовой, А. Маковейчуком, Д. Фатыховой [[9]](#footnote-9).

Так, например, Дж. Пармели в статье «Функция политических «твитов» по формированию повестки дня[[10]](#footnote-10)», поднимает вопрос о том, как «твиты» политических деятелей могут оказать влияние на освещение в СМИ, которые, в свою очередь, все еще остаются важнейшим механизмом формирования имиджа страны. Затрагивая вопрос об элементах, которые делают отдельные политические «твиты» успешными в формировании освещения, автор констатирует, что такого рода «твиты» должны содержать последние новости, информацию, которая дополняет более широкую новостную историю, а также информацию, которая четко и быстро доставляется. Несмотря на то что твиты многих политических лидеров являются ценными для журналистов, твиты политических блоггеров, аналитических центров и групп интересов определяются в статье как особенно полезные.

Фигуре Д. Трампа и проводимой им политике посвятили свои работы Г. Энли, Дж. Киган, Л. Венгель, Ч. Георг, Р. Перлоф, А. Безруков, П. Яковлев, А. Кудинов, В. Печатнов[[11]](#footnote-11).

**Научная новизна исследования**. На данный момент нет комплексного обобщающего исследования, посвященного роли социальных сетей в формировании международного имиджа США в период предвыборной кампании и президентства Дональда Трампа. Исследователи в своих работах рассматривали данный вопрос, затрагивая лишь определенные его аспекты, такие как влияние социальных сетей на политику государства, роль социальных сетей в рамках публичной дипломатии Web 2.0., социальные медиа как инструмент формирования имиджа политика и кандидата и т.п. В этой связи нужно отметить, что проведенное исследование по теме, избранной для анализа, позволит систематизировать и обобщить все накопленные знания, полученные от изучения более узких аспектов выбранной тематики, что, в свою очередь, внесет вклад в понимание вопросов влияния процессов, происходящих в социальных сетях, на формирование имиджа Америки на современном этапе.

**Объектом** исследования выступает международный имидж США.

**Предметом** исследования является процесс формирования международного имиджа США посредством деятельности, осуществляемой на платформе социальных сетей.

**Методологическая база** исследования определяется его целью и задачами и опирается на методы системного, исторического и сравнительного анализа. Кроме того, в работе автор обратился к контент-анализу применительно к информационному наполнению соответствующих аккаунтов в социальных сетях, таких как «Твиттер» и т.д..

**Структура**. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, приложения, списка источников и литературы.

**Глава 1. Место дипломатии социальных сетей в системе публичной дипломатии**

**1.1. Феномен публичной дипломатии Web 2.0**

В эпоху глобализации внешняя и внутренняя политика национального государства становится все более открытой, а граница между ними стирается. В этой связи властям крайне важно контактировать не только с гражданами своей страны, но и выстраивать диалог с жителями других стран. Чтобы сформировать положительное мнение о себе в мировом масштабе, государство прибегает к такому инструменту, как публичная(общественная) дипломатия.

Общественная дипломатия давно входит в повестку дня национальных государств как инструмент их внешней политики. Термин «публичная дипломатия» является относительно новым, придуманным в 1965 году в Школе права и дипломатии Флетчера Э. Галлионом, который использовал его для обозначения процесса, посредством которого субъекты международных отношений достигают внешнеполитических целей, оказывая воздействие на иностранную общественность[[12]](#footnote-12). Н. Калл в своей работе подчеркивает, что публичная дипломатия «охватывает аспекты международных отношений, выходящих за рамки традиционной дипломатии; сбор правительствами общественного мнения в других странах; взаимодействие частных групп и интересов одной страны с другой; отчетность по иностранным делам и влияние на политику; связь между дипломатами; и процесс межкультурной коммуникации[[13]](#footnote-13)».

Ж. Мелиссен отмечает, что «Общественная дипломатия является одним из ключевых инструментов мягкой силы, и данный факт был признан в дипломатической практике задолго до современных дебатов о публичной дипломатии[[14]](#footnote-14)».

В случае с США, как пишет Н. Цветкова, до появления интернет-технологий публичная дипломатия страны «включала в себя такие программы воздействия на другие государства, как: 1) информационная пропаганда, осуществляемая через радио и телевидение; 2) обучение отдельных социально-профессиональных групп населения с целью формирования лояльной элиты и 3) распространение американской политической культуры посредством выставочной деятельности, кино и т.д.[[15]](#footnote-15)».

Развитие новых, усовершенствованных информационно-коммуникационных технологий за последние два десятка лет навсегда изменили отношения между поставщиками информации и их аудиторией, между правительствами и гражданами, между одной страной и другими. По данным на январь 2018 года, число пользователей сетью Интернет превышает 4 млрд человек[[16]](#footnote-16), при этом тенденция к росту использования всемирной сети будет только увеличиваться.Со временем Правительства были вытеснены с позиции контроля над содержанием и скоростью информации, предоставляемой общественности, путем распространения 24-часовых трансляций новостей и развития онлайн-СМИ[[17]](#footnote-17).

Появление Интернета создает новые препятствия для контроля за потоком информации для общественного пользования. Количество ее источников сегодня бесконечно, интернет становится доступным большинству населения мира и является средством круглосуточной коммуникации с массовой аудиторией.

Новые технологии позволяют мгновенно передавать отчеты, фотографии или видеоролики от любого источника, прежде чем чиновники узнают об их существовании. Верно отметил Д. Пирс, что «политики больше не могут быть представлены общественности абстрактно[[18]](#footnote-18)»,поскольку теперь они постоянно оцениваются по изображениям на телевидении - то, что сейчас имеет свои каналы на просторах интернета( большинство крупных телеканалов имеют свое интернет-представительство), то, что сегодня мгновенно становится доступным круглосуточно и по всему миру в режиме онлайн. В связи с этим развитие информационных технологий создает все большее количество серьезных проблем для государственной дипломатии.

Тенденция к появлению новых средств массовой информации в правительстве США зародилась в начале 1990-х годов, когда Интернет быстро стал повседневным инструментом профессиональной и бытовой деятельности человека. По мере того как Интернет быстро становился все более глубоко интегрированным в повседневную жизнь, стало очевидно, что любой среднестатистический человек теперь может быть связан с почти неограниченным объемом информации, что требует большей открытости и участия со стороны правительства.

После событий 11 сентября 2001 года происходит переосмысление традиционных подходов к публичной дипломатии: все чаще эксперты ведут разговоры о необходимости анализа общественного мнения за рубежом при проведении внешней политики государства. На помощь в этом приходят технологии Web 2.0. Дж. Глоссман, заместитель госсекретаря США, впервые использовал термин «публичная дипломатия 2.0» в 2008 году[[19]](#footnote-19), обозначив таким образом новый подход в рамках публичной дипломатии, который предусматривал «использование социальных сетей, блогов, мобильных приложений в реализации внешнеполитических задач США[[20]](#footnote-20)»( прежде всего во взаимодействии с мусульманским миром[[21]](#footnote-21) и в борьбе с терроризмом[[22]](#footnote-22)).

Доктор исторических наук Цветкова Н.А. в статье «Социальные сети в публичной дипломатии США» раскрывает понятие «публичной дипломатии Web 2.0», определяя ее как «механизм влияния на зарубежную аудиторию посредством следующих методов: размещение радио- и телепередач в сети Интернет, распространение в открытом доступе литературы о США в цифровом формате, мониторинг дискуссий в блог-пространстве, создание персонифицированных страничек членов правительства США в социальных сетях, а также рассылка информации через мобильные телефоны[[23]](#footnote-23)».

По мнению Мэйнора и Сегев, цифровая дипломатия (понятия «публичная дипломатия Web 2.0», «публичная дипломатия 2.0» и «цифровая дипломатия» идентичны[[24]](#footnote-24)) относится, в основном, к растущему использованию платформ социальных сетей государством для достижения его внешнеполитических целей и активного управления имиджем и репутацией[[25]](#footnote-25).  Д. Льюис дает аналогичное определение, сужая при этом круг субъектов публичной дипломатии Web 2.0 исключительно до дипломатов[[26]](#footnote-26).

Как недавняя разработка, цифровая дипломатия была интерпретирована и определена различными, но схожими между собой способами исследований и практик[[27]](#footnote-27). Однако общепринятого определения или рамок, охватывающих эту концепцию, не существует. Таким образом, можно с уверенностью предположить, что нынешние исследования только начали проливать свет на то, что означает цифровая дипломатия и как она работает. Это объясняет отсутствие в нынешней литературе надежной концептуальной основы для оценки эффективности социальных сетей для публичных дипломатических целей[[28]](#footnote-28).

Различие технологий web 1.0(статические сайты) и web 2.0(социальные сети, блоги, мобильные приложения) определяется отсутствием интерактивности в случае с технологиями web 1.0. Пользователи интернет-сайтов того времени могли только просматривать выкладываемую на них информацию, в то время как современные технологии web 2.0 дают возможность человеку выразить свое отношение к содержанию контента[[29]](#footnote-29). Таким образом, технологии Web 2.0 предоставили каждому индивиду коммуникационные возможности, которые еще некоторое время назад считались исключительно привилегией государств[[30]](#footnote-30). Сегодня люди могут делать записи в соцсетях, вести веб-журналы, публиковать и транслировать – все то, что ранее было доступно лишь государствам или огромным вещательным корпорациям. Клей Шерки описывает это как «наибольший рост способности выражать свое мнение в истории человечества[[31]](#footnote-31)».

Растущий интерес к изучению возможностей использования Интернета и социальных сетей, в частности, как инструмента формирования имиджа государства, является реалией сегодняшнего политического дискурса. Политический имидж государства – это «мнение о нем на основе образа, сложившегося в представлении, целенаправленно сформированном посредством профессиональных усилий у внутренней (население страны) или внешней (социальные группы других стран) аудитории[[32]](#footnote-32)». Функциональность имиджа имеет огромное значение для поддержания позиций государства на международной арене.

Таким образом, публичная дипломатия и публичная дипломатия Web 2.0 вполне могут рассматриваться как инструменты, используемые для формирования положительного имиджа государства за рубежом. Поскольку, начиная с 2000-х гг, наблюдалось стремительное развитие ИКТ, сеть Интернет и социальные платформы на настоящий момент стали неотъемлемым элементом жизни большей части населения планеты. Сегодня информация посредством электронных ресурсов распространяется нон-стоп в режиме реального времени, что порождает ряд проблем для правительственных органов. Своеобразным переломным моментом послужили события 11 сентября 2001 года, которые привели правительства многих стран мира к осознанию значимости мониторинга Интернета и социальных сетей с целью изучения общественных настроений в других странах. И хотя нынешние исследования все еще не до конца раскрыли суть, потенциал и возможности использования публичной дипломатии Web 2.0, цифровая дипломатия сегодня начинает играть все более заметную роль в рамках реализации внешней политики государства, в том числе и в области формирования позитивного имиджа страны.

**Глава 1.2. Роль социальных сетей в формировании имиджа государства за рубежом**

Ведущая роль в политическом дискурсе принадлежит образу политического деятеля, а, в наибольшей степени, политического лидера, поскольку «именно политик-лидер репрезентирует в своих выступлениях государство, партию, идеологию[[33]](#footnote-33) [[34]](#footnote-34)». Имидж политика – это «определенная конструкция…создаваемая с помощью средств массовой коммуникации у больших групп людей, имеющая характер представлений и отношений этих групп к политику[[35]](#footnote-35)». Акулич Н.М. и Масеев С.В. выделяют четыре компонента имиджа политических лидеров:

1. Внешний компонент(личная привлекательность);

2. Стиль поведения лидера;

3. Биография, легенда;

4. Программа, заявления, установки[[36]](#footnote-36).

Процесс трансляции имиджа государства, безусловно, носит массовый характер и осуществляется через каналы, которые позволяют охватить как можно большую социальную аудиторию. Барака Обаму можно назвать первым человеком, кто осознал и успешно использовал платформу социальных сетей для продвижения своей кандидатуры на президентских выборах 2008 года. Именно благодаря активному использованию социальных платформ Обама смог достичь широкого признания и общественной поддержки как в 2008, так и в 2012 годах[[37]](#footnote-37).

Что касается особенностей социальных сетей, их влияния на политические процессы, в частности, на имидж государства, нужно отметить, что в отечественных исследованиях данному вопросу уделяется мало внимания. Нет и общепризнанного подхода к определению таких понятий, как «социальные медиа» и «социальные сети». Доктор политических наук Балуев Д.Г. определяет социальные медиа как «средства массовой информации, позволяющие устанавливать связи между людьми, группами, организациями и формировать сети»[[38]](#footnote-38).

Среди зарубежных исследователей стоит отметить социолога Дж. Барнса, который в 1954 году ввел термин «социальная сеть», определивший ее как систему отношений между людьми с приблизительно равными возможностями и интересами[[39]](#footnote-39). Известный исследователь Д. Бойд, в свою очередь, определяет социальные Интернет-сети как «сетевые услуги, которые позволяют частным лицам: 1) создавать общественные профили в пределах ограничений, наложенных системой, 2) определять список других пользователей, с которыми они могут общаться и делиться информацией, 3) просматривать и связывать их список контактов с другими списками, созданными пользователями внутри системы[[40]](#footnote-40)».

Учитывая большой объем вовлеченных пользователей, социальные сети, по убеждению И. Ефимовой и А. Маковейчука, можно считать «достаточно мощным инструментом для преследования интересов», поскольку политика всегда оказывается там, где есть массовая аудитория[[41]](#footnote-41). Сегодня сообщения в блогах, на Facebook, Twitter и в других социальных сетях в Интернете становятся официальными инструментами публичной дипломатии[[42]](#footnote-42). Успешное сообщение на социальных платформах может способствовать позитивным взглядам на политика и имидж страны[[43]](#footnote-43). Например, сразу же после землетрясения 11 марта 2011 года в северной Японии посол США Джон Росc использовал «твиты», чтобы получить информацию о том, куда отправить военные силы США для оказания помощи в восстановлении территорий после стихийных бедствий[[44]](#footnote-44).В течение одного года после этого события число последователей посла в Twitter увеличивалось примерно на 1000 человек в день, и к концу декабря 2012 года их численность превысила 50 000 человек. Его «твит» был очень интерактивным, показав широкой общественности возможности двусторонних симметричных обменов посредством социальных платформ[[45]](#footnote-45).

Наибольшую популярность завоевывают личные аккаунты официальных лиц Вашингтона, которые созданы на платформе Twitter[[46]](#footnote-46). Число подписчиков на личные страницы официальных лиц порой во много раз превышает число подписчиков на официальные сайты правительства США[[47]](#footnote-47), и, следовательно, личные аккаунты дают больше возможностей оказывать воздействие. Так, например, личный аккаунт нынешнего президента США @realDonaldTrump насчитывает 52, 1 млн читателей[[48]](#footnote-48), его официальный аккаунт как Президента @POTUS имеет 23,2 млн последователей[[49]](#footnote-49), а официальный аккаунт Белого дома @WhiteHouse читают 17,2 млн человек[[50]](#footnote-50).

Поскольку СМИ остаются традиционным элементом формирования общественного мнения и, соответственно, одним из элементов формирования имиджа политика и страны, представляется целесообразным обратить внимание на исследование, проведенное Дж. Пармели на тему того, как социальные сети, в частности Twitter, влияют на СМИ и формирование повестки дня.

В статье «Функция политических «твитов» по формированию повестки дня» автор отмечает, что в связи с ростом популярности социальных медиа журналисты стали яро использовать Twitter для своей работы[[51]](#footnote-51). Основное внимание в данном исследовании уделяется тому, как лидеры влияют на журналистов. Исследователь говорит о неких информационных субсидиях, предоставляемых политиками журналистам, с целью заставить их сосредоточиться на вопросах, которые лидеры считают желательными, и учесть их точку зрения по этим вопросам. В качестве таких субсидий могут выступать и «твиты».

Дж. Пармели, полагаясь на результаты исследования, отмечает, что «твиты» не оказывают существенного влияния на освещение в СМИ. При этом «твиты» политических лидеров помогают формировать освещение, по крайней мере, одним из шести способов. Для журналистов «твиты» являются: 1) генераторами сюжетных идей; 2) советами для освещения событий, которые они, возможно, упустили бы из виду в противном случае; 3) местом, откуда можно почерпнуть данные опросов; 4) способом увеличения доступа к широкому спектру источников для получения альтернативных точек зрения; 5) формой справочной информации, которая помогает им лучше понять вопросы; 6) способом двойной проверки информации в рассматриваемых событиях[[52]](#footnote-52)».

С точки зрения рассмотрения роли социальных медиа в политическом имиджмейкинге, представляют интерес, в первую очередь, возможности самых популярных в Америке( с точки зрения политического взаимодействия) социальных сетей. Таковыми, по мнению ряда исследователей, являются «Twitter» и «Facebook»[[53]](#footnote-53) [[54]](#footnote-54). Однако Д. Трилинг считает, что для политического взаимодействия Twitter является более приоритетной площадкой, в отличие от Facebook, поскольку «сообщения предназначены для просмотра кем угодно, и любой может взаимодействовать с кем бы то ни было»[[55]](#footnote-55). В отличие от Facebook, где необходимо обоюдное «добавление в друзья» двумя субъектами, подписка на аккаунт в Twitter не требует ответных актов. Более того, в рамках Twitter можно комментировать сообщения определенного пользователя, даже не подписавшись на его аккаунт.

Схожего мнения придерживается и Дж. Пармели, отмечая, что Twitter - это самый популярный вид социальных медиа для вовлечения в политические убеждения: вопросы, которые выносятся на рассмотрение в Twitter, часто впоследствии обсуждаются в блогах, на радио и в новостях[[56]](#footnote-56). Именно на платформе Twitter будет акцентировано внимание в рамках данного исследования.

Популярность в политическом контексте социальные медиа получили благодаря предоставлению самой свежей информации в режиме нон-стоп. Социальные сети – это явление 24/7[[57]](#footnote-57). Интернет и социальные платформы, в частности, открывают возможности прямого взаимодействия с политиками, увеличивают доступность государственных услуг для граждан[[58]](#footnote-58). К тому же общество становится способным привлекать правительства к ответственности за политику и заявления политиков[[59]](#footnote-59). По словам А. Барлоу,социальные сети «снимают барьер между профессионалом и потребителем, показывая последнему, как работает первый, и позволяя последнему реально вносить непосредственный вклад в работу первого»[[60]](#footnote-60).

Одним из главных преимуществ технологий Web 2.0 являются такие их особенности, как легкость доступа и низкая стоимость[[61]](#footnote-61). В то время как использование традиционных СМИ при построении имиджа политика и государства сопряжено с большими затратами, социальные медиа становятся все более дешевым и популярным инструментом формирования имиджа[[62]](#footnote-62).

Технологии Web 2.0 полезны для охвата и обращения к жителям других стран в режиме реального времени[[63]](#footnote-63), стимулирования гражданского интереса и участия народа в демократических процессах[[64]](#footnote-64). Соцсети также – ключевой канал для охвата молодежного населения[[65]](#footnote-65).

Среди преимуществ использования социальных медиа в политике исследователи также выделяют их полезность для сбора и обработки информации[[66]](#footnote-66), и возможность политика прямо и в кратчайшие сроки опровергнуть дезинформацию[[67]](#footnote-67). Карьера политика теперь во многом зависит и от его умелого использования социальных медиа, как это наглядно демонстрировал исход президентских выборов в США на протяжении последнего десятилетия[[68]](#footnote-68).

Для того чтобы политика в отношении населения была более эффективной, политики прибегают к инструменту, который в маркетинговой индустрииносит название «таргетинг»( от англ. target — цель).К примеру, если кандидат в президенты хочет решить проблемы женщин, пенсионеров или каких-либо других социальных групп, то политик сегодня может адаптировать сообщения в социальных сетях под конкретную, необходимую ему целевую аудиторию[[69]](#footnote-69).

Интересен тот факт, что исследователи по-разному высказываются в отношении того, как использование социальных сетей влияет на такое явление, как поляризация. Одни исследователи утверждают, что большинство пользователей использует идеологически разнообразные социальные сети и что воздействие данного разнообразия оказывает положительное влияние на политическую умеренность, и, следовательно, использование социальных сетей уменьшает массовую политическую поляризацию[[70]](#footnote-70). Другие считают, что поляризирующее влияние цифровых медиа существует, но не всегда материализуется[[71]](#footnote-71). Поляризация, по их мнению, может возникнуть в периоды повышенных политических конфликтов.

Несмотря на наличие альтернативных взглядов, мнение о том, что социальные медиа могут укрепить мнения отдельного человека и усложнить восприятие им альтернативных точек зрения, является доминирующим. Сам Папа Римский Франциск, с аудиторией в 17,7 млн читателей в Twitter, будучи убежденным в положительном влиянии использования новых медиа в целях коммуникации, предупреждает об опасности поляризации: "Социальные сети могут способствовать развитию отношений и благу общества, но они также впоследствии могут привести к поляризации и разделению между отдельными лицами и группами[[72]](#footnote-72)».

Таким образом, использование социальных сетей в политических процессах не исключает негативного аспекта.

Социальные медиа позволяют распространять информацию о важнейших событиях и кризисах за считанные минуты. Однако такое мгновенное распространение новостей и непроверенной информации не всегда идет на пользу имиджу государства[[73]](#footnote-73). Актуальной проблемой остается вопрос утечки информации и взломов[[74]](#footnote-74). Примером здесь может послужить эпизод с удалением страницы Д. Трампа в Twitter 2 ноября 2017 года. Зайдя на страницу президента, можно было увидеть следующую информацию: «Извините, этой страницы не существует[[75]](#footnote-75)». Однако оказалось, что виновником данного инцидента стал сотрудник компании Twitter, работающий там последний день, о чем сообщил сам Трамп в своем аккаунте день спустя[[76]](#footnote-76).

Также актуальным и довольно тяжело разрешимым вопросом является деятельность в Интернете так называемых «ботов» - специальных программ, имитирующих действия человека в соцсетях[[77]](#footnote-77). Негативными функциями ботов являются распространение ложной, иногда и провокационной информации, создание видимости «массовки» и широкой поддержки политика(например, в рамках избирательной кампании) и т.п[[78]](#footnote-78).Сюда же по схожести воздействия на аудиторию можно отнести распространение слухов и поддельных новостей[[79]](#footnote-79).

Некоторые исследователи полагают, что деятельность политиков в социальных сетях зачастую несовместима с проводимой ими политикой. Дипломатия, в том числе и цифровая, бесполезна, если ее действия противоречат заявлениям и личным сообщениям в социальных медиа[[80]](#footnote-80). Социальные сети могут подорвать все предыдущие дипломатические усилия при их неумелом использовании: есть вероятность употребленияполитическими деятелями неясных или неуместных формулировок, что может неоднозначно восприняться их оппонентами[[81]](#footnote-81).

Скептики также полагают, что интерактивный аспект публичной дипломатии Web 2.0 утрирован: политики чаще всего используют Twitter для того, чтобы делиться информацией, а не с целью вступить в диалог со своей аудиторией[[82]](#footnote-82).

Одним из главных минусов использования социальных сетей в политической сфере является возможность пропаганды, исходящей со стороны государства. По словам профессора Оксфорда Филиппа Н. Ховарда, «государственная пропаганда развивалась в социальных сетях и выросла вместе с ними[[83]](#footnote-83)».

Новые медиа выступают логическим продолжением традиционной пропагандистской деятельности с единственным отличием: если раньше пропаганда осуществлялась по принципу «один-ко-многим», то теперь( в социальных сетях) пропаганда работает по модели «многие-ко-многим», что, по мнению С. Володенкова, значительно повышает степень её эффективности[[84]](#footnote-84).

Таким образом, цифровая дипломатия влечет за собой как возможности, так и проблемы. Нельзя сказать, что цифровая дипломатия на настоящий момент добилась успешного развития и, тем более, сказать, что она заменила традиционную дипломатию. Однако при правильной работе технологии публичной дипломатии Web 2.0 сейчас и в недалеком будущем будут являться полезным дополнением к традиционной дипломатии, которая может помочь стране продвигать свои внешнеполитические цели и расширять охват аудитории.

При наличии весьма внушительного списка негативных факторов на социальных площадках Государственный департамент США участвует в разработке стратегий реагирования и контроля над социальными сетями.

В Управлении по вопросам дипломатии Государственный департамент имеет специальное организационное подразделение, которое не только реализует цели цифровой дипломатии, но также способствует использованию уже существующих программ на всей гражданской службе, а также поддерживает разработку новых инструментов и стратегий для электронной дипломатии[[85]](#footnote-85).

 С момента своего создания в 2002 году Управление по вопросам дипломатии отвечало за разработку и внедрение инструментов для электронной дипломатии. Один из них - «Diplopedia[[86]](#footnote-86)». Как аналог Википедии он стал центральным хранилищем информации Государственного департамента и также используется в качестве централизованного обмена знаниями и распространения информации. Аналогичными функциями обладает блог «Communities@State[[87]](#footnote-87)». Он также доступен для гражданских служащих других учреждений.

Интересным решением для деятельности в социальных сетях является «Центр стратегических контртеррористических коммуникаций[[88]](#footnote-88)». Коммуникация на арабском, урду и сомалийском языке нацелена на противодействие радикальным настроениям публикаций в социальных медиа и опровержение дезинформации в отношении США.

В сентябре 2010 года появляется «Стратегический план развития информационных технологий в 2011–2013 гг.: цифровая дипломатия»: к уже имеющимся инструментам публичной дипломатии Web 2.0 добавляется также использование мобильных гаджетов: «расширение доступа иностранных граждан к мобильной связи, а также формирование и поддержка объединений, борющихся с авторитаризмом, ущемлениями прав и свобод человека[[89]](#footnote-89) [[90]](#footnote-90)».

Последней из инициатив в этом направлении является разработка Стратегического плана по информационным технологиям на 2017-2019 гг[[91]](#footnote-91). Целью этого плана является управление будущими IT-программами и ресурсами Департамента, максимизация их ценности для все более мобильной базы пользователей[[92]](#footnote-92).

Стоит отметить, что эффект публичной дипломатии Web 2.0 в целом трудно измерить[[93]](#footnote-93). Серьезным препятствием выступает отсутствие общепризнанных критериев ее эффективности.

Государственный департамент США, по словам Брюса Уортона, оценивает деятельность такого рода по трем критериям: охват, вовлеченность и доверие - каждый из данных показателей может быть измерен через статистику читателей и веб-рейтинги[[94]](#footnote-94). К категориям охвата и вовлеченности вполне можно отнести количество читателей страниц официальных представителей американского истеблишмента, количество отметок «мне нравится», количество комментариев и их эмоциональная окраска[[95]](#footnote-95). На основе этих критериев, как отмечает кандидат политических наук Марчуков А.Н., осуществляют свою деятельность известные компании, занимающиеся исследованиями социальных медиа[[96]](#footnote-96).

Однако не все исследователи согласны с данной методологией, ставя под сомнение в качестве критерия эффективности такой показатель, как количество подписчиков[[97]](#footnote-97). А. Марчуков разделяет данную точку зрения, указывая, что «подписка» на ту или иную страницу, а также просмотр постов и роликов на данной странице не обязательно говорит о том, что пользователь разделяет предлагаемую точку зрения: такого рода действия могут быть обусловлены исключительно интересом[[98]](#footnote-98). Функционирование «ботов» на площадках социальных платформ, ввиду неоднозначности их деятельности, также значительно осложняет оценку эффективности деятельности политиков в социальных сетях[[99]](#footnote-99).

Таким образом, события 11 сентября спровоцировали активное использование инструментов публичной дипломатии Web 2.0 для реализации внешнеполитических целей. С начала 2000-х гг. к правительственным кругам США пришло осознание необходимости мониторинга общественного мнения за рубежом для реализации внешнеполитических задач, в том числе и с целью построения положительного имиджа в рамках мирового сообщества. С учетом большого количества пользователей и активной вовлеченности в ежедневное взаимодействие в рамках социальных сетей, можно говорить о том, что социальные платформы служат выгодной площадкой для формирования имиджа политического деятеля. Успешная деятельность политика на площадках соцсетей может как сама по себе спровоцировать положительный отклик своей и зарубежной аудитории, так и дать особый информационный повод для освещения в СМИ, которые по-прежнему остаются основным источником информации о событиях в мире.

Социальные сети, и в частности Twitter, признающийся исследователями как наиболее ценная платформа с точки зрения политического воздействия, имеют ряд весомых преимуществ для государства в рамках осуществления им деятельности в области публичной дипломатии: возможность взаимодействия с зарубежной аудиторией, сбора необходимой информации, реагирования на распространение ложной сведений в сети и другое. В качестве негативных факторов в социальных сетях выделяются взломы аккаунтов, функционирование «ботов» и др. – все то, что влечет за собой распространение некорректной информации, создание ложных общественных настроений в соцсетях, что может отрицательно сказаться на политике государства, направленной на взаимодействие с зарубежной аудиторией.

В связи с этим США осуществляют активную деятельность по контролю и реагированию на вызовы в рамках социальных платформ путем создания соответствующих органов и институтов, разработки необходимых документов. Однако, по мнению исследователей, главная угроза в сфере политического взаимодействия в соцсетях исходит от самого государства, что выражается в вероятности использования им цифровой дипломатии в целях пропаганды.

Измерение эффективности деятельности государства в области публичной дипломатии Web 2.0 вызывает определенные трудности ввиду общепризнанных методов и критериев оценивания. Однако на сегодняшний день с уверенностью можно говорить о том, что главная роль социальных сетей в построении имиджа заключается в дополнении и активизации усилий традиционной публичной дипломатии, призванной доносить политику государства до широкой общественности с помощью информационных технологий.

**Глава 2. Социальные сети как инструмент формирования международного имиджа США в период президентской гонки 2016 г.**

**2.1. Отражение мирополитических событий официальными представителями США в социальных сетях**

Публичная дипломатия 2.0 нацелена на то, чтобы воспользоваться массовым характером социальных медиа и глобализирующимся обществом, чтобы сформировать восприятие США за рубежом. Наиболее заметным и весомым влиянием при этом, безусловно, обладают представители высшего руководства государства[[100]](#footnote-100).

В рамках данной главы в центре исследования будут находиться кандидаты на пост президента США, а именно: две ключевые фигуры предвыборной кампании США 2016 года – Дональд Трамп и Хилари Клинтон. В рамках предвыборной кампании избиратели оценивают то, что предлагают кандидаты, сравнивают их лозунги и ценности между собой: в конечном итоге, выбирают то, что отвечает их интересам. Мнение голосующих формируется на основании заявлений кандидатов, в том числе и в рамках социальных платформ. В случае с зарубежной аудиторией наибольшую значимость имеют высказывания кандидатов о других странах и их лидерах.

Начнем с того, что избирательная кампания 2016 года была крайне яркой, напряженной и ожесточенной. Предвыборная гонка подчеркнула поразительные и совершенно разные способы, которыми пользовались оба кандидата в президенты, чтобы совершенствовать свои сообщения, предъявлять обвинения друг другу, напрямую общаться с избирателями, фактически обходя традиционные СМИ, а также усилить свои позиции[[101]](#footnote-101).

Президентская кампания 2016 года в основном строилась вокруг громких заявлений, а также резких и, порой, безрассудных действий Трампа.Как отмечает Ф. Хансон, традиционные дипломатические качества: осторожность, сдержанность и такт - являются неподходящими для живого и случайного характера социальных медиа[[102]](#footnote-102). Трамп, как никто другой, преуспел в этом: еще задолго до вступления в должность будущий Президент США приковал внимание к себе радикальными заявлениями в адрес различных социальных групп, что не могло не вызвать волну критики со стороны политических деятелей и различных СМИ[[103]](#footnote-103). Тактика Трампа в рамках избирательной кампании сводилась к следующим пунктам:критика оппонентов;осознание своей(целевой) аудитории;максимально упрощенная речь и подача информации;двусмысленность речей;максимально резкие заявления, предлагающие разрешение проблем радикальным образом[[104]](#footnote-104).

Twitter-стратегии двух президентских кампаний 2016 года существенно различались: кампания Трампа была более открыта к диалогу с широкой общественностью, в то время как кампания Клинтон была более сдержана и ориентирована на контроль над публикуемым контентом. Кандидат от республиканцев, очевидно, пишет большую часть своих «твитов» сам. Большинство постов демократического кандидата, напротив, создаются ее командой[[105]](#footnote-105). Редкие «твиты» прямо от Клинтон подписаны «-H».

«Твиты» личного аккаунта Президента @realDonaldTrump направляют людей на митинги и содержат видеоролики и фотографии с мероприятий[[106]](#footnote-106). Трамп излагает мнения и делится( делает «ретвит») статьями, которые отвечают его убеждениям; некоторые из таких публикаций были взяты с ресурсов Washington PostиDaily Mail*[[107]](#footnote-107)*. Клинтон использует свой  аккаунт [@HillaryClinton](https://twitter.com/HillaryClinton) для публикации фотографий и видеороликов с ее митингов, для «ретвитов» негативных сообщений о Трампе от CNN и CNBC и для освещения собственных цитат[[108]](#footnote-108).

Во время предвыборной кампании количество «твитов» Трампа, публикуемых в день, в среднем составляло 11 сообщений, в случае с Клинтон - 27[[109]](#footnote-109).

В течение 70 лет Соединенные Штаты поддерживали либеральный международный порядок. Каждый американский президент проводил внешнюю политику, отвечающую интересам этой широкой цели. Президентские выборы в США в 2016 году являлись одними из важнейших американских выборов с той точки зрения, что впервые один из двух главных кандидатов на пост президента, Дональд Трамп, проводил кампанию, которая вела к ослаблению основных элементов международного порядка, включая систему альянсов США и открытую глобальную экономику. Взамен он дал обещание развивать сотрудничество с Россией в борьбе с исламским государством(запрещено в РФ), а также дать дорогу меркантилистской экономической системе, в которой США используют тарифы и экономические рычаги для создания выгодных условий торговли[[110]](#footnote-110).

Внешнеполитическая платформа Трампа 2016 года также включала в себя строительство стены вдоль мексиканской границы, противодействие иранской сделке, запрещение въезда в страну мусульманских иммигрантов и равнодушие к изменению климата[[111]](#footnote-111).

Одним из наиболее актуальных вопросов того периода был, конечно, вопрос взглядов кандидата от республиканцев в отношении России. Давнее восхищение Трампом авторитарными сильными правителями вылилось во время избирательной кампании в весомую поддержку им Владимира Путина[[112]](#footnote-112). Симпатии к российскому президенту были особенно важны и последовательны: еще в 2013 году Трамп написал в Twitter, что посыл Путина – это «шедевр для России и катастрофа для США. Он читает лекции нашему Президенту. Никогда наша страна не выглядела такой слабой»[[113]](#footnote-113).  Путин, в свою очередь, в конце 2015 года назвал Трампа «ярким» и «талантливым»[[114]](#footnote-114).  С тех пор господин Трамп отрицал любую критику в адрес российского Президента как авторитарного лидера, который репрессировал свой народ и угрожал соседним государствам. К слову, в своей предвыборной кампании Трамп даже обещал рассмотреть вопрос о снятии санкций в отношении России и признать присоединение Крыма к территории российского государства[[115]](#footnote-115). Пророссийские комментарии своего кандидата спровоцировали огненную бурю в Республиканской партии. Трамп, в свою очередь, отказался пересмотреть свои взгляды, хотя в дальнейшем он несколько раз смягчал свою риторику[[116]](#footnote-116).

На протяжении всей избирательной кампании, равно как и после ее окончания, не стихали разговоры по поводу вмешательства российских спецслужб в ход президентских выборов в Америке, а также сговора между В. Путиным и Д. Трампом. Кандидат в президенты не раз отбивался от нападок и опровергал данные заявления. В отношении расследования дела о российском вмешательстве во главе со спец-прокурором Р. Мюллером, Трамп в интервью для Fox Business Network заявил, что никто из его адвокатов не предлагал ему поговорить со спец-прокурором на тему сговора с Кремлем: «Никто меня не просил этого делать, потому что, я утверждаю, сговора не было, это очевидно. Все эти заседания и встречи в Сенате…никто нас не приглашал туда на интервью. Они не обнаружили фактов, что сговор был[[117]](#footnote-117)». Президент России В. Путин отвергает факт вмешательства России в американские президентские выбора, указывая на то, что США подобными высказываниями и обвинениями пытаются отвлечь внимание граждан от внутренних проблем в стране[[118]](#footnote-118).

Нередко Трамп сам давал поводы для разговоров и провоцировал разгоряченные споры.На своем первом выступлении в качестве кандидата в президенты Дональд Трамп резко высказался в отношении Мексики: «Они[мексиканцы] не наш друг, поверьте мне, они ранят нас экономически», принявшись затем унижать мексиканских иммигрантов: «Они приносят наркотики. Они приносят преступление. Это насильники…[[119]](#footnote-119)». В течение нескольких месяцев он неоднократно обещал построить стену вдоль мексиканской границы и даже заявлял, что заставит Мексику заплатить за ее строительство[[120]](#footnote-120).

В личном аккаунте Трампа нередко можно было встретить заявления подобного содержания: «Судебная система Мексики коррумпирована. Я не хочу иметь ничего общего с Мексикой, кроме как построить непроницаемую СТЕНУ и не дать им ограбить США[[121]](#footnote-121)»; «Граница широко открыта для картелей и террористов. Защитим нашу границу. Построим массивную стену и вычтем расходы из иностранной помощи Мексике![[122]](#footnote-122)»; «Я люблю мексиканцев, но Мексика не наш друг, они убивают нас на границе, и они убивают нас на работе и в торговле. Нужно БОРОТЬСЯ![[123]](#footnote-123)».

Данными заявлениями нынешний Президент США в феврале 2016 года вызвал бурную реакцию бывшего Президента Мексики Висенте Фокса, который сравнил Трампа с фигурой Гитлера и в грубой форме с использованием ненормативной лексики указал, что он не собирается платить за эту стену[[124]](#footnote-124). Ответной реакцией стало осуждающее сообщение Трампа: «…Он должен извиниться!..[[125]](#footnote-125)», - что спустя некоторое время и было сделано бывшим представителем мексиканского истеблишмента[[126]](#footnote-126).

Реакция мирового сообщества на подобные заявления американского президента носила, в большей степени, осуждающий характер. Бывший президент Франции Ф. Олланд, который еще со времен выдвижения Трампом своей кандидатуры крайне неодобрительно высказывался в его сторону, заявил, что Трамп нарушает традиционный принцип помощи беженцам, спасающимся от угнетений и войны[[127]](#footnote-127). Турция, в свою очередь, заявила, построение стены ни к чему не приведет: «стена падет, как берлинская стена»[[128]](#footnote-128). Схожее мнение высказал и президент Ирана. Тереза Мей вызвала недовольство народа Великобритании в связи с тем, что британский премьер-министр проигнорировала и никак не осудила выходки американского президента[[129]](#footnote-129).

Не обошли «твиты» Трампа тему иммигрантов-выходцев из мусульманских стран. В июне 2015 года через несколько недель после официального заявления Трампа о выдвижении своей кандидатуры в своем аккаунте кандидат написал: «Мы ДОЛЖНЫ иметь сильные границы и прекратить незаконную иммиграцию. Без этого у нас нет страны. Кроме того, Мексика убивает США в торговле. ВЫИГРАЕМ![[130]](#footnote-130)». Трамп использовал свой аккаунт в Twitter, чтобы восхвалять тех, кто поддерживает его иммиграционную позицию, пересылая их сообщения, а также чтобы разъяснить свою позицию критикам на этот счет, как это было в случае с бывшим фаворитом республиканцев, свернувшим свою предвыборную кампанию в феврале 2016 года, Джебом Бушем: «Джеб Буш только что выразился о моем предложении на границе как «построить забор». Это не забор, Джеб, это стена, это большая разница![[131]](#footnote-131)» - написал Трамп в Twitter, добавив к этому через неделю: «Для тех, кто не думает, что стена (забор) работает, почему бы им не предложить снести забор вокруг Белого дома? Глупые люди![[132]](#footnote-132)».

После трагических событий, связанных с террористическими атаками в Париже, унесших жизни около 100 человек, иммиграционная риторика Трампа расширилась и отныне начала включать мусульман. 8 декабря 2015 года Трамп опубликовал ссылку на статью с сайта его предвыборной кампании, сопроводив ее названием статьи «Заявление о предотвращении иммиграции мусульман[[133]](#footnote-133)». На данный момент данная ссылка рабочей не является. Согласно информации на новостном ресурсе USA TODAY, заявление Трампа исчезло с веб-сайта в мае 2017 года после того, как Сесилия Вега из ABC News на одном из брифингов в Белом доме обратилась к его представителям с вопросом следующего содержания: «Если Белый дом больше не называет это мусульманским запретом, как это было изначально, почему веб-сайт президента по-прежнему содержит явный призыв к «предотвращению иммиграции мусульман»?[[134]](#footnote-134)».

Как бы там ни было, в конечном счете, Дональд Трамп предложил запретить въезд в США всем неамериканским мусульманам, и с тех пор он продвигал данную позицию. Данные действия эксцентричного президента вызвали негативную реакцию Организации Объединенных Наций: «Мы твердо убеждены в том, что беженцы должны получать равную степень защиты и помощи и возможности для переселения, независимо от их религии, национальности или расы[[135]](#footnote-135)».

Президентские выборы 2016 года можно назвать выборами на платформе Twitter: все принимали участие в предвыборном процессе в социальных сетях, делились мнениями, поддерживали и оскорбляли друг друга. Особенно активными, конечно, были два самых ярких кандидата, которые не отказывали себе в удовольствии при любом удобном случае опубликовать нелестные сообщения о своем оппоненте. По данным Twitter, люди в США отправили около 1 миллиарда «твитов», связанных с выборами, с тех пор как стартовали первые дебаты в августе 2015 года, а самым популярным сообщением за весь период американской избирательной кампании стал «твит» Хилари Клинтон «Удали свой аккаунт» от 9 июня 2016 года[[136]](#footnote-136). Он набрал 550.100 «ретвитов» и 708.486 отметок «нравится».

Это обращение было опубликовано в ответ на реакцию кандидата от республиканцев в отношении видео, снятого Обамой в поддержку кандидатуры Клинтон[[137]](#footnote-137). После того как команда Клинтон обнародовала данное видео на ее странице, Дональд Трамп написал в Twitter следующее: «Обама просто одобрил кривую Хиллари. Он хочет еще четыре года Обамы, но никто другой этого не хочет![[138]](#footnote-138)». На совет Клинтон удалить свой аккаунт Трамп ответил незамедлительно: «Как долго ваши сотрудники из 823 человек думают о том, где ваши 33.000 писем, которые вы удалили?[[139]](#footnote-139)». В своем дерзком ответе Трамп напомнил скандал с удаленными сообщениями Клинтон с ее частного сервера, когда та находилась на должности государственного секретаря США. По признанию самой Клинтон, те сообщения предназначались для личного пользования и она просто не захотела их хранить[[140]](#footnote-140). В данный информационный конфликт вмешался и председатель Республиканского национального комитета Рейнс Приебус, иронично подписав под постом Клинтон: «если кто-то и знает, как использовать кнопку «удалить», так это вы[[141]](#footnote-141)».

Вторым самым популярным сообщением в Twitter Клинтон стал пост, в котором она подтверждает свои собственные слова, сказанные во время дебатов. Ее главная мысль касалась того, чтоДональд Трамп назвал изменение климата мистификацией, изобретенной китайцами, от которых кандидат от республиканцев во время дебатов яро открещивался. Клинтон написала: «Я никогда этого не говорил» - Дональд Трамп, который сказал это[[142]](#footnote-142)», и подкрепила данное сообщение ссылкой на один из постов на странице Трампа, содержащий доказательство ее заявлений. К слову, данное сообщение Трампа от 6 ноября 2012 года также стало одним из наиболее популярных его заявлений в Twitter. Высказывание господина Трампа «Концепция глобального потепления была создана китайцами, чтобы сделать производство США неконкурентоспособным[[143]](#footnote-143)» переслали себена страницы 103.212 человек.

Несмотря на то что одна из публикаций Клинтон стала самой популярной в рамках президентской гонки, Дональд Трамп выиграл выборы в Twitter[[144]](#footnote-144). В то время как Хилари Клинтон старалась не отвечать на провокации Трампа в социальных сетях, стремясь выглядеть серьезной и здравомыслящей на фоне своего оппонента[[145]](#footnote-145), Дональд Трамп завоевал свои голоса на выборах за счет своих личных «твитов», написанных простым «народным» языком, громких, порой даже пугающих, заявлений и открытости к диалогу с широкой публикой.

Таким образом, президентские выборы в США проходили в том числе и на платформе Twitter. Сообщения в социальных сетях с аккаунтов двух самых ярких кандидатов – Д. Трампа и Х. Клинтон – провоцировали читателей на размышления и разгоряченные дискуссии. Twitter-стратегии кандидатов разнились: Клинтон, полагаясь на помощников, лишь изредка удостаивала читателей своими собственными сообщениями; «твиты» на ее аккаунте носили довольно сдержанный характер. Чего нельзя сказать о «твитах» господина Трампа, который нередко приковывал к себе взгляды за счет резких заявлений, незамедлительной реакции и выражения собственного мнения в отношении тем, стоящих на международной повестке дня, чем нередко порождал негативные мнения о себе в мире, в том числе и в европейских странах-союзницах США. Кандидаты также не могли оставить друг друга без внимания и взаимных оскорблений. Именно провокационные сообщения с личных аккаунтов Х. Клинтон и Д. Трампа, направленные в сторону своего оппонента, завоевали наибольший интерес и самые высокие рейтинги по количеству пересылаемых «твитов» в рамках избирательной кампании 2016 г.

**2.2. Отражение событий американскими лидерами мнений и новостными агентствами в социальных сетях**

Наряду с политическими деятелями, в качестве субъектов цифровой дипломатии также выступают общественные деятели, журналисты и политические блогеры, которых принято называть лидерами мнений[[146]](#footnote-146). Лидерами общественного мнения являются индивиды или организации, которые имеют настолько высокий социальный статус, что к их мнениям и рекомендациям прислушиваются при принятии важных решений[[147]](#footnote-147). Особенности лидеров мнений включают в себя такие черты, как «инновационное поведение, обширные социальные связи, высокую степень гражданской активности и потребления средств массовой информации[[148]](#footnote-148)».

Согласно двухэтапной теории Катца и Лазарсфельда, влияние СМИ, которые являются одним из самых эффективных инструментов воздействия на общественное мнение, сначала достигает лидеров мнений, которые затем передают информацию другим[[149]](#footnote-149). Лидеры общественного мнения являются стратегически важным двигателем передачи информации, поскольку оказывают влияние на более пассивных пользователей сети[[150]](#footnote-150).

В случае с социальными платформами, в частности Twitter, наибольшее влияние имеют те участники сети, которые делают большое количество ссылок на другие аккаунты с целью построить диалог с аудиторией вокруг определенной актуальной темы, и активно взаимодействуют с читателями внутри сети. Оценка популярности аккаунта и степень его влияния в Twitter происходит, главным образом, на основе трех показателей: количество последователей (подписчиков/читателей), «ретвитов» (пересылка/цитирование сообщений) и упоминаний (упоминание аккаунта в личном сообщении другого пользователя)[[151]](#footnote-151). Одни исследователи при этом считают, что с политической точки зрения количество «ретвитов» и упоминаний является лучшим показателем влияния, а большое количество последователей является только показателем популярности[[152]](#footnote-152). Другие считают, что число последователей – равнозначный двум другим показатель, поскольку он сильно влияет на вероятность «ретвитов»[[153]](#footnote-153).

Чтобы оценить степень воздействия лидеров мнений на массы, представляется целесообразным рассмотреть их реакцию на кульминационный момент всей президентской кампании 2016 года – оглашение результатов выборов в США. Для анализа был выбран ряд аккаунтов Twitter политической направленности. За основу был взят рейтинг The Gurdian, включающий в себя  50 лучших учетных записей Twitter, которые являются полезными с точки зрения предоставления последних новостей США и политического анализа[[154]](#footnote-154). Из списка аккаунтов условно были выбраны те, аудитория которых составляет более 300 тыс. человек - 8 учетных записей из 50-ти. Среди них:

- @daveweigel[[155]](#footnote-155) – журналист The Washington Post – 410 тыс. читателей;

- @markknoller[[156]](#footnote-156) - корреспондент Белого дома – 319 тыс. читателей;

- @jaketapper[[157]](#footnote-157) - главный корреспондент CNN в Вашингтоне – 1, 73 млн читателей;

- @anamariecox[[158]](#footnote-158) – политический обозреватель, бывший ведущий блоггер, пишущий о политике США для [The Guardian](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Guardian" \o "Хранитель)  – 1,37 млн читателей;

- @donnabrazile[[159]](#footnote-159) - политический стратег, член Демократической партии– 659 тыс. читателей;

- @chucktodd[[160]](#footnote-160) - политический директор [NBC News](https://en.wikipedia.org/wiki/NBC_News) – 1,97 млн читателей;

- @ggreenwald[[161]](#footnote-161) – Glenn Greenwald – писатель, ранее журналист The Guardian, [The New York Times](https://ru.wikipedia.org/wiki/The_New_York_Times), [The Los Angeles Times](https://ru.wikipedia.org/wiki/The_Los_Angeles_Times) – 959 тыс. читателей;

- @FiveThirtyEight[[162]](#footnote-162) –  веб-сайт, фокусирующийся на анализе [общественного мнения](https://en.wikipedia.org/wiki/Opinion_poll), политике, экономике, созданный Нейтом Сильвером – 958 тыс. читателей.

Анализировались сообщения на данных аккаунтах, опубликованные 8 и 9 ноября 2016 года. Каждой записи была представлена 1 из 4 возможных оценок: «положительная», «отрицательная», «нейтральная», «от комментариев воздержались».

Из восьми политических обозревателей, трое – Дэвид Вейгел, Марк Ноллер, Джейк Топер - оставили президентские выборы без комментариев в указанный период.

Анна Мария Кокс дала отрицательную реакцию на исход выборов: «Она[Хилари Клинтон] была бы великим президентом…(189 «ретвитов»; 618 отметок «нравится»)[[163]](#footnote-163)»; «…Жить, чтобы сражаться еще один день(1770 «ретвитов»; 4107 отметок «нравится»)[[164]](#footnote-164)».

Политический стратег Донна Бразиле написала: «Поздравляю избранного президента». Данный «твит» был оценен в качестве нейтрального.

Чак Тод с аудиторией 1,97 млн подписчиков оставил негативный комментарий на своей странице: «Это худшее выступление демократов в коллегии выборщиков со времен Дукакиса 88-го года(4156 «ретвитов»; 5464 отметки «нравится»)[[165]](#footnote-165)».

Глен Гринвальд отреагировал на победу Трампа следующим образом: «Я не думаю, что кто - то еще может приблизиться к тому, чтобы переварить последствия того, что Дональд Трамп фактически является Президентом Соединенных Штатов(4569 «ретвитов»; 6059 отметок «нравится»)[[166]](#footnote-166). Данному комментарию была присвоена оценка «отрицательно».

На странице @FiveThirtyEight автор Нейт Сильвер не оставил никаких сообщений на тему исхода выборов в заданный период. Однако в личном аккаунте @NateSilver538 отметил: «Это не похоже на выборы, в которых один кандидат имел 99%-ый шанс выиграть(3361 «ретвит»; 8260 отметок «нравится»)[[167]](#footnote-167)». Это был своеобразный ответ Нейта Сильвера изданию Huffington Post, которое предсказывало 99%-ую победу Хилари Клинтон[[168]](#footnote-168). Сам он предсказывал победу кандидата от демократов с вероятностью 70%. Данный комментарий также был включен в анализ в качестве сообщения с нейтральной окраской.

Анализ показал следующие результаты: оценка «положительно» - 0 сообщений; «отрицательно» - 3 сообщения; «нейтрально» - 2 сообщения; «от комментариев воздержались» - 3 аккаунта. Довольно впечатляющим представляется полное отсутствие положительных комментариев в отношении исхода американских выборов.

Американские негосударственные лидеры мнений, как обычные граждане США, не испытывают большую удовлетворенность результатами выборов. Победа Трампа – неожиданность не только для всего мира, но и, как оказалось, для самих американцев.

# Показательным является тот факт, что 2016 год стал весьма неудачным с точки зрения восприятия национального бренда Америки в мире. Согласно результатам исследования индекса национальных брендов Anholt-GfK 2016[[169]](#footnote-169), наиболее значительное снижение индексов зафиксировано в США, наряду с Великобританией. Данный факт дает основание предположить, что события, происходящие в США, в том числе и в рамках президентской кампании, крайне негативно сказались на имидже Америки, хотя страна, несмотря на это, смогла сохранить лидирующие позиции в рейтинге.

Дональд Трамп, как представляется, сумел достичь успеха в связи с избранным им курсом: на фоне общеамериканского недовольства политикой Обамы, кандидат от республиканцев избрал совершенно иные приоритеты, преимущественно во внешней политике, тем самым обеспечив внимание к своей персоне. Лозунг его избирательной кампании «Сделаем Америку великой снова!», вероятно, давал избирателям надежду на кардинальные изменения. Его громкие высказывания, в том числе на платформе Twitter, об отношениях с Россией, Китаем, Мексикой, о миграционной политике, его резкие ответы в сторону своих критиков порождали общественный диссонанс и нескончаемые дискуссии вокруг фигуры Д. Трампа. Хилари Клинтон, в свою очередь, несмотря на широкую мировую известность и огромный опыт политической карьеры, отождествлялась избирателями с администрацией Обамы, на протяжении последний лет теряющей свою силу и общественное одобрение. Активное использование Трампом социальных сетей, высказывание им своего личного мнения по ряду вопросов мировой повестки для на просторах Twitter, сделало его кандидатом, не похожим на обычных политиков, что, вероятно, также поспособствовало его победе.

# Кандидаты активно использовали Twitter, чем приковывали внимание к себе и порождали особое видение в отношении будущего страны, тем самым влияя на восприятие Америки за рубежом. Помимо прямых субъектов цифровой дипломатии, коими являлись Трамп и Клинтон, особое влияние на формирование международного имиджа США также косвенные субъекты, такие как лидеры мнений, которые являются наиболее активными в рамках социальных платформ, обладают большим количеством последователей и отличаются интенсивным и открытым диалогом с читателями. Однако, анализ показывает, что большой процент политических обозревателей США дают далеко не положительную оценку действий нынешнего президента Америки: в этой связи можно предположить, что деятельность политических блогеров в рамках Twitter на данном этапе не отвечает цели создания положительного имиджа Д. Трампа и Соединенных Штатов в целом.

**Глава 3. Социальные сети как инструмент формирования международного имиджа США в период президентства Д. Трампа**

**3.1.  Роль официальных представителей США в формировании имиджа США через социальные сети**

Критики президента Дональда Трампа на протяжении долгого времени спорят о том, являются ли его «твиты» с личного аккаунта [@realdonaldtrump](http://twitter.com/realdonaldtrump) средством отвлечения внимания от более важных политических решений, принимаемых за кулисами. Чиновники Белого дома не оставляют попыток определить разницу между «твитами» и официальными формами президентской переписки. Советник Белого дома по национальной безопасности Себастьян Горка, к примеру, убежден, что существует разница между «твитами» и политикой, и что аккаунт Трампа в Twitter - это первое, а не второе: «Это не политика, это не исполнительный приказ, это социальные медиа. Пожалуйста, поймите разницу», - обозначил он, обращаясь к представителям СМИ[[170]](#footnote-170).

Сара Сандерc, в свою очередь, отметила, что «твиты» для Дональда Трампа – это способ выражать напрямую, без фильтров, мнение своим последователям, но в то же время высказала сожаление, что СМИ следят за цифровыми сообщениями Президента каждую секунду[[171]](#footnote-171). Советник президента Келлиан Конвей называет одержимостью СМИ тот факт, что они много времени уделяют освещению сообщений Трампа в Twitter, вместо того, чтобы сконцентрироваться на том, какие действия он совершает в качестве Президента[[172]](#footnote-172).

Бывший пресс-секретарь Белого дома Шон Спайсер убежден, что «Президент является самым эффективным посланником в своей повестке дня, и … что его использование социальных сетей ... дает ему возможность говорить прямо с американским народом, что оказалось очень и очень эффективным инструментом». Таким образом, политик указал, что сообщения Президента Америки на платформе Twitter должны восприниматься как официальные заявления, поскольку «Президент является Президентом[[173]](#footnote-173)».

Конечно, не все «твиты» Трампа имеют серьезные последствия. Некоторые из них только дают пищу для размышлений журналистам, другие – лишь подтверждают сказанное Президентом во время заседаний и выступлений. Однако те «твиты», которые действительно имели значение, приводили к реальным результатам.

«Твиты» господина Трампа о  [Северной Корее](http://www.independent.co.uk/topic/NorthKorea) широко рассматривались как повышение напряженности в условиях угрозы ядерной войны. Комментируя выступление главы северокорейского министра иностранных дел Ли Ён Хо, американский лидер заявил в своем аккаунте, что если министр говорил от имени своего государства, то это означает, что КНДР долго не просуществует[[174]](#footnote-174). Ли Ён Хо [пригрозил](https://lenta.ru/news/2017/09/24/korea/) США нанесением ракетного удара в ответ на оскорбления своего лидера [Ким Чен Ына](https://lenta.ru/tags/kim-chen), припоминая Трампу его недавнее сообщение в Twitter, где он называет лидера КНДР человеком-ракетой[[175]](#footnote-175). В ответ на заявление Трампа о возможном полном уничтожении КНДР северокорейский лидер пообещал принять жесткие меры против Америки и назвал президента США «сумасшедшим американским стариком», которого нужно «[укротить огнем](http://www.ntv.ru/novosti/1939102/)»[[176]](#footnote-176). Ким Чен Ын, в дополнение к вышесказанному, также называл Трампа «психопатом»[[177]](#footnote-177).

Во время своей новогодней речи лидер КНДР произнес следующее: «Вся территория Соединенных Штатов находится в пределах диапазона нашего ядерного оружия, и на моем столе всегда лежит ядерная кнопка. Это реальность, а не угроза[[178]](#footnote-178)». Трамп, конечно, не заставил себя долго ждать и иронично заявил: «Может кто-нибудь, пожалуйста, из его истощенного и голодающего режима сообщить ему, что у меня тоже есть ядерная кнопка, но она намного больше и более мощная, чем его, и моя кнопка работает![[179]](#footnote-179)».

Посол США при ООН Никки Хейли, выступая 7 января 2017 года на ABC «This Week», защитила президента Дональда Трампа, отрицая, что данное заявление вредит авторитету Вашингтона и их союзникам, и призвала к осуществлению решительных шагов, необходимых для того, чтобы держать северокорейского лидера Ким Чен Ына «в напряжении».Американский вице-президент Майкл Пенсопубликовал в Twitter свое мнение по данному вопросу: «…Мы не собираемся смягчать наши позиции, пока Северная Корея не откажется от своих программ по ядерным и баллистическим ракетам[[180]](#footnote-180)».

В первый год своего правления Трамп отличился рядом достижений: он запретил въезд в страну граждан из шести мусульманских стран, оказал поддержку Израилю, переместив посольство США из Тель-Авива в Иерусалим, тем самым признав Иерусалим в качестве израильской территории, а также ухудшил отношения с Ираном[[181]](#footnote-181). Тем самым Президент США настроил против себя весь мусульманский мир. В совместном заявлении Э. Макрона, А. Меркель и Т. Мэй лидеры стран в отношении намерений Трампа выйти из ядерного соглашения с Ираном выразили следующее: «Мы призываем администрацию и конгресс США рассмотреть последствия в отношении безопасности США и их союзников, прежде чем предпринимать какие-либо шаги, которые могут подорвать [условия] JCPOA[Совместный всеобъемлющий план действий], такие как повторное введение санкций в отношении Ирана, снятых в соответствии с соглашением[[182]](#footnote-182)». Как известно, данные рекомендации Трампом были проигнорированы.

Еще больше подлил масло в огонь «ретвит» Трампа трех роликов антимусульманской направленности, опубликованных в аккаунте британской ультраправой организации. На одном из них мигрант избивает голландского подростка. На втором – неизвестный мужчина разбивает статую Девы Марии. Подпись к третьему видео: «Толпа исламистов сбрасывает подростка с крыши и избивает его до смерти[[183]](#footnote-183)». Аккаунт, с которого Трамп пересылал данные сообщения, принадлежит Джейди Франсен, заместителю главы ультраправой организации «Британия прежде всего». На действия Трампа Франсен высказалась воодушевленно: «…Сам Дональд Трамп «ретвитнул» эти видео-ролики, а у него почти 44 миллиона подписчиков. Благословит тебя Господь, Трамп. Благословит Господь Америку![[184]](#footnote-184)».

Пресс-секретарь Белого дома Сара Сандерс поддержала решение президента переслать серию данных видеороликов, сообщив журналистам, что он распространял их с целью начать разговор о безопасности границ и иммиграции[[185]](#footnote-185). Сандерс также заявила, что она не знает, как данные видео попались на глаза Трампу, и не может сказать, были ли они настоящими: «Неважно, являются эти видео настоящими или нет, эта угроза реальна…Именно об этом говорит Президент, именно на это нацелен Президент, это дело касается реальных угроз, и это реально, независимо от того, как вы на это смотрите[[186]](#footnote-186)».

Президентство Трампа было отмечено еще одним крупным событием. 13 апреля Соединенные Штаты нанесли ракетные удары по сирийской территории под Дамаском. Решение о нападении было прямой реакцией на предполагаемую химическую атаку, которая якобы произошла 7 апреля в Думе в Восточной Гуте, во время которой погибло 85 человек, в том числе около двух десятков детей[[187]](#footnote-187). Дональд Трамп предупредил, что авиаудары против Сирии неизбежны после того, как посол России в Ливане Александр Засыпкин заявил, что Россия оставляет за собой право сбивать все ракеты и уничтожать источники огня в случае агрессии США против Сирии[[188]](#footnote-188). «Россия обещает сбивать все ракеты, запущенные в сторону Сирии. Приготовься, Россия, потому что они прибудут хорошие, новые и «умные[[189]](#footnote-189)», - написал Трамп в своем аккаунте. Сорок минут спустя настроение американского Президента изменилось практически на 180 градусов, и он опубликовал «твит» следующего содержания: «Наши взаимоотношения с Россией сейчас хуже чем за все время, включая и период Холодной войны. Для этого нет никаких оснований. России нужна наша помощь для их экономики, это то, что было бы очень легко сделать, и нам необходимо, чтобы все страны работали совместно. Остановим гонку вооружений?[[190]](#footnote-190)».

Данная тема стала особенно популярной, в том числе среди ведущих республиканцев и демократов Конгресса США. Джон Маккейн и Линдси Грэхем - лидеры интервенционистского крыла Республиканской партии, которые долгое время настаивали на усилении военных действий США против сирийского режима и которые, в то же время, достаточно резко высказывались в отношении Трампа, - высоко оценили его ход с запуском бомб. «В отличие от прежней администрации, президент Трамп столкнулся с поворотным моментом в Сирии и принял меры. Ввиду этого он заслуживает поддержки американского народа[[191]](#footnote-191)», - заявили Маккейн и Грэм. Спикер Палаты Представителей Пол Райан опубликовал заявление, в котором говорится, что ответ Трампа на происходящее в Сирии был «подходящим и справедливым[[192]](#footnote-192)».

Сенатор Рэнд Пол, который долгое время критиковал интервенционистское крыло своей партии, выступил против военной акции Трампа, заявив, что это не повлекло за собой «ничего, что обеспечило бы нам[американцам] более безопасное положение[[193]](#footnote-193)». Возмущения также касались и своеволия Трампа. Член палаты представителей Джастин Амаш обнародовал запись в своем Twitter: «Воздушные удары - это акт войны. Зверства в Сирии не могут служить оправданием отхода от Конституции, которая наделяет Конгресс властью начинать войну[[194]](#footnote-194)». Коллега Амаша Т. Росси сделал ретвит записи Трампа, которая, в сравнении с реалиями сегодняшнего дня, характеризует нынешнего американского Президента как противоречивого и непоследовательного. Запись Дональда Трампа от 30 августа 2013 года: «Президент должен получить одобрение Конгресса перед тем, как нападать на Сирию - большая ошибка, если он этого не сделает[[195]](#footnote-195)». Данное сообщение Росси подписал «хэштегом» #большаяошибка[[196]](#footnote-196).

Большинство членов демократической партии скептически отнеслись к бомбардировке Сирии, санкционированной американским президентом. Два члена Палаты Представителей Сет Молтон и Тед Лиу резко осудили действия Трампа. Молтон заявил: «Таким образом, [@POTUS](https://twitter.com/POTUS) [официальный аккаунт Президента США] достаточно позаботился о сирийском народе, запустив 50 томагавков, но этого недостаточно, чтобы пустить [в страну] жертв [режима] Асада, пытающихся найти убежище и свободу здесь[[197]](#footnote-197)». Т. Лиу в ответ на действия Трампа написал следующее: «@realdonaldtrump проводил кампанию, агитируя за то, чтобы вывести США из иностранных войн. Его действия в Сирии, Ираке и Йемене показывают, что он действует как разжигатель войны[[198]](#footnote-198)».

Член палаты представителей Барбара Ли, в свою очередь, призвала Конгресс вернуться к заседанию и обсудить этот вопрос: «Это акт войны. Конгресс должен вернуться к сессии и провести дебаты. Все менее весомые попытки будут рассматриваться как отказ от нашей ответственности[[199]](#footnote-199)».

Нужно отметить, что многие члены обеих партий высказывали убежденность, что Президент США должен был согласовать свои действия с Конгрессом и получить его разрешение, прежде чем приступать к таким важнейшим действиям, влекущим за собой глобальные последствия[[200]](#footnote-200).

Таким образом, политика Трампа вызывает противоречивые чувства в политических кругах как внутри страны, так и за ее пределами. Имидж Трампа формируется за счет резких заявлений, противоречивых высказываний, скандалов с оппонентами. Сам трамп свою политику считает успешной. На странице в Twitter Президент написал: «Ничего себе, я даже не осознавал, что мы уже так много сделали…», прикрепив к этому посту ссылку на ресурс magapill.com, на котором подобраны статистика и информация об успехах США за период президентства текущего лидера. «Желаю фейк ньюс сообщать о таком! Спасибо[[201]](#footnote-201)», – написал американский лидер.

# Одним из залогов успеха Трампа, в том числе и во время избирательной кампании, безусловно, можно назвать его противодействие «фейковым», по его мнению, СМИ, которое выражается в его нападках и «перепалках» с официальными аккаунтами этих СМИ в рамках Twitter. Сообщения американского президента в Twitter от 28 мая 2017 года: «Я считаю, что многие из этих утечек, исходящих из Белого дома, - это сфабрикованная ложь, придуманная СМИ, которую публикуют #фейковыеновости[[202]](#footnote-202)»; «Всякий раз, когда вы видите слова «как сообщают наши источники» в фейковых СМИ, не упоминая никаких имен, скорее всего этих источников на самом деле не существует, они выдуманы авторами этих фейковых новостей. #Фейковыеновости – это враг![[203]](#footnote-203)». Также от 28 мая: «Фейковые СМИ всячески пытаются злословить и оскорблять меня за активное использование социальных сетей, поскольку не хотят, чтобы Америка слышала правдивые истории[[204]](#footnote-204)». Трамп нередко использовал довольно оригинальные методы в борьбе с фейковыми новостями: так, например, Президент выложил в своем аккаунте ролик, где он избивает человека с логотипом CNN вместо лица. К публикации американский лидер добавил хештэги #FraudNewsCNN [мошеннические новости CNN] и #FNN[Fake news network][[205]](#footnote-205).

# 25 ноября 2017 года Дональд Трамп и CNN устроили словесную перепалку в Twitter. Американский президент обвинил компанию в том, что она портит имидж США в мире. Как написал глава государства, CNN – крупнейший в мире поставщик информации из Штатов для других стран. А зрители получают от него необъективные, а зачастую и вовсе недостоверные новости о положении дел в США. А это не идет на пользу репутации Вашингтона. В телекомпании не стали медлить с ответом, заявив в Twitter, что представлять страну на мировой арене - это дело главы государства, а работа канала – сообщать о происходящих событиях[[206]](#footnote-206).

# Таким образом, «твиты» для президента США – это, по замечанию большого числа представителей Белого Дома, инструмент, который дает возможность Д. Трампу выстраивать диалог с американским народом. Однако манера общения американского президента в Twitter и характер его сообщений порой заставляет усомниться в «официальности» этих заявлений. Некоторые из сообщений господина Трампа и вовсе могут спровоцировать конфликты мирового масштаба или еще больше накалить и без того непростые его отношения с лидерами других стран. Многие представители американского истеблишмента критикуют подобный образ действий Президента США в социальных сетях, используя Twitter для выражения своего недовольства.

# Затрагивая вопрос о решении Д. Трампа осуществить бомбардировку в Сирии, мнения конгрессменов США разделились. Однако общий посыл, выраженный политиками на платформе Twitter, сводится к осуждению действий Трампа, осуществленных без одобрения американского Конгресса. Сам Д. Трамп, кажется, не имеет в планах сворачивание своей деятельности в социальных сетях, продолжая использовать их как инструмент противодействия в отношении критиков и «фейковых» новостей.

**3.2. Роль американских негосударственных лидеров мнений и новостных агентств в формировании имиджа США через социальные сети**

Для того чтобы определить, изменилось ли восприятие лидерами мнений деятельности Дональда Трампа уже в качестве Президента США, по аналогии с главой 2.2 данной работы проведем анализ настроений на платформе Twitter на примере одной из актуальных тем, рассмотренных выше, - совместная военная операция США, Великобритании и Франции в Сирии. Для этого будут рассмотрены сообщения ряда политических обозревателей и журналистов, включающего восемь Twitter-аккаунтов, использованных ранее: @daveweigel, @markknoller, @jaketapper, @anamariecox, @donnabrazile, @chucktodd, @ggreenwald, @FiveThirtyEight. Военная операция произошла в ночь с 13 на 14 апреля 2018 года. В этой связи будет проведен анализ сообщений, опубликованных в течение этих двух дней.

Дейв Вейгел, Марк Ноллер и Джейк Таппер в своих сообщениях ограничились информированием аудитории о начале военной операции и публикацией новостей с отсылкой на источник.

Анна М. Кокс в рамках обозначенного периода лично не написала ни одного сообщения, однако сделала «репост» шести записей с различных аккаунтов. Эмоциональная окраска всех шести пересланных сообщений носила негативный, осуждающий Д. Трампа и его сторонников характер. Основной посыл опубликованных «твитов» – ирония, выражающаяся в том, что Трамп - эмоционально неуравновешенная фигура, которая стремится защитить сирийский народ от химических атак, при этом убивая представителей этого самого народа, просто без применения химического оружия, а также проявить в отношении граждан Сирии большую заботу, одновременно запрещая им пересекать границы США в качестве беженцев.

Донна Бразиле была абсолютно неактивной в указанный период.

Чак Тод опубликовал девять «сообщений-ретвитов» по заданной тематике: 5 «твитов» из 9 содержали новостную информацию, т.е. носили нейтральный характер, 4 из 9 – выражали негативное отношение к происходящему. Один из «ретвитов» указывал на то, что Ч. Тод не одобряет неоднозначность мышления и действий американского президента. 13 апреля Трамп отдал приказ о запуске ракет, в то время как несколькими годами ранее осудил аналогичные действия тогдашнего Президента США Б. Обамы: «Что мы получим от бомбардировки Сирии, помимо больших задолженностей и возможного долгосрочного конфликта? Обаме необходимо одобрение Конгресса[[207]](#footnote-207)».

Наиболее увлеченным данной темой оказался Глен Гринвальд: в своем аккаунте Twitter пользователь оставил 30 сообщений, большинство из которых имеют явно неодобрительный характер в отношении предпринятого администрацией Трампа решения. Наиболее яркие личные сообщения Гринвальда: «Да, эти удары явно незаконны. Но Конгресс долгое время смиренно стоял в стороне, пока президенты бомбили без одобрения Конгресса. Поэтому вместо того, чтобы прятаться за дешевыми и пустыми легализмами, демократы( и республиканцы) должны сказать, одобряют ли они эти бомбардировки по существу[[208]](#footnote-208)»; «Как и ожидалось, американские внешнеполитические знатоки объединяются, чтобы похвалить Трампа. Наиболее ярким отражением болезни политической культуры США является то, как легко заставить свою элиту переключиться с «он маниакальный слабоумный монстр» на «я за нашим лидером»: просто бомбить кого-то[[209]](#footnote-209)». 9 из 30 опубликованных сообщений были пересланными записями с аккаунтов других пользователей. Одно из них выражает мнение конгрессмена-республиканца Джастина Амаша: «Посмотрите на лицемерие, которое порождает наша двухпартийная система: посмотрите на схожие письма, предупреждающие президента о начале наступательных ударов по Сирии без одобрения Конгресса. Подписавшие в 2013: 119 республиканцев, 21 демократ; подписавшие в 2018: 15 республиканцев, 73 демократа. Очень немногие из нас подписали оба из них[[210]](#footnote-210)». Два данных письма были прикреплены к сообщению ниже(см. Приложения 1,2).

Нейл Сильвер, автор аккаунта @FiveThirtyEight, разместил в Twitter 2 сообщения, отсылающие к одной и той же статье, расположенной на созданном им одноименном новостном портале fivethirtyeight.com. Записи, сопровождающие ссылку на статью, содержат краткие выдержки из нее: «Трамп едва ли является первым президентом, который проводит кампанию, агитируя за мир, и правит на войне[[211]](#footnote-211)», «поддержание длительного военного присутствия требует поддержки Конгресса и, в конечном счете, электората[[212]](#footnote-212)».

Таким образом, можно отметить, что, как в период избирательной кампании, так и в период президентства Д. Трампа, на аккаунтах, взятых для анализа, не было обнаружено сообщений, содержащих одобрительные высказывания в отношении политики Трампа. Если не брать в расчет «твиты» нейтрального характера, исключительно сообщающие последние новости и отсылающие к электронным СМИ, можно заключить, что сообщения в Twitter, исходящие от негосударственных лидеров мнений, по крайней мере в рамках данного исследования, носят исключительно негативный характер. Мировое сообщество на этот раз, напротив, поддержала решительные действия Трампа в отношении Сирии, за немногочисленным исключением в лице России и Ирана[[213]](#footnote-213).

Сам Трамп в Twitter назвал совместные с Великобританией и Францией действия в Сирии победой, заявив, что это была «отлично выполненная» операция, и в конце сообщения подытожил: «Миссия выполнена![[214]](#footnote-214)».

В Twitter данное заявление американского президента вызвало большой диссонанс: заключительные слова Трампа подверглись сравнению со стороны пользователей социальных сетей с печально известной майской речью Джорджа Буша 2003 года, в которой президент с гордостью заявил о прекращении крупномасштабного американского присутствия в Ираке, стоя перед знаменем, гласившим «Миссия выполнена»[[215]](#footnote-215).

Данная речь была произнесена всего через шесть недель после вторжения США в Ирак, но война затянулась на долгие годы. Плакат «Миссия выполнена» стал символом ошибочной оценки США по этому вопросу, а война в Ираке стала определяющей внешнеполитической катастрофой президентства Буша[[216]](#footnote-216).

Пользователи Twitter, в том числе Ари Флейшер, который являлся пресс-секретарем Буша во время его выступления, дали реакцию на «твит» действующего президента, проводя параллель между тем, что было тогда и есть сейчас в отношении участия США в ближневосточном конфликте. А. Флейшер написал в своем аккаунте: «Хм…Я бы не рекомендовал заканчивать этот «твит» этими двумя словами[[217]](#footnote-217)». «Выражение «Миссия выполнена» в конечном итоге навредило президенту Джорджу Бушу, но, по-видимому, это президента Трампа не беспокоит[[218]](#footnote-218)», - заявила корреспондент Белого Дома Келли О’Донел. Реакция Брайана Шаца, сенатора США от штата Гавайи: «Я не думал, что меня можно шокировать «твитом», но «миссия выполнена» была настолько удивительной, что мне пришлось дважды проверить, не было ли это шуткой[[219]](#footnote-219)». «Где я слышала о выполненной миссии после бомбардировок ближневосточной страны[[220]](#footnote-220)?», - еще одно упрекающее сообщение от американского советника по внутренней политике Н. Танден.

Дональд Трамп в ответ на нападки тут же принялся защищать собственный твит: «…Я знал, что они[СМИ] зацепятся за это, но почувствовал, что это такой великий военный термин, и он должен быть возвращен. Используйте чаще[[221]](#footnote-221)!».

То, как государственные и негосударственные лидеры мнений высказываются в отношении того или иного вопроса, оказывает существенное влияние на массовую аудиторию. Восприятие имиджа Америки – не исключение. На основании негативных или позитивных оценок лидерами мнений происходящих в стране событий, у их последователей складывается аналогичное представление о действительности. Согласно результатам исследования GfK: Anholt-GfK Nation Brand Index, имидж США заметно ухудшился за 2017 год по многим направлениям[[222]](#footnote-222). В итоге страна опустилась в рейтинге самых сильных национальных брендов на шестое место. Основная причина тому – ухудшение восприятия национального бренда США со стороны мировой общественности по такому критерию, как Власть и Госуправление.

В период своего президентства Д. Трамп не ослабил свою хватку и не изменил характер проводимой политики: В социальных сетях американский президент делился новостями о собственных принятых решениях и активно противостоял критикам. Деятельность американского президента в Twitter стала неотъемлемой частью осуществляемой им политики: активное использование Трампом данной социальной сети и регулярная публикация сообщений вскоре дали результат.

Так, решение Трампа осуществить бомбардировки в Сирии, своеобразно анонсированное им в своем аккаунте в Twitter, в рамках Конгресса США рассматривалось по-разному. Чиновники разделились на два лагеря: одни хвалят Д. Трампа за решительность, которую в свое время не проявил предыдущий президент, другие осуждают действия нынешнего главы государства, называя их неконституционными. Общая риторика, однако, сводилась к общему недовольству конгрессменов, убежденных, что действующий президент должен был в обязательном порядке получить одобрение Конгресса на осуществление столь важных действий.

Политические обозреватели и журналисты, в свою очередь, использовали свои учетные записи в Twitter для того, чтобы либо распространить последние новости о решениях президента и происходящем в Сирии, либо осудить(что является весьма распространенным среди американских лидеров мнений) действия Трампа, противоречащие нормам внутреннего и международного права.

Подводя итог, можно заключить, что проведенный анализ настроений в Twitter в течение пребывания Д. Трампа у власти, выявивший неодобрение проводимого им курса мировой аудиторией в социальных сетях, прямо соотносится с результатами исследования GfK: Anholt-GfK Nation Brand Index. Рейтинг одобрения США в мире опустился до 6 места по сравнению с 2016 годом. Поведение Президента Америки Д. Трампа, в том числе и в социальных сетях, по убеждению автора, безусловно сыграло свою роль и нашло отражение в неутешительной тенденции передвижений США в рамках рейтинга восприятия имиджа страны в мире.

**Заключение**

Проведенный анализ источников, изученных в рамках данной работы, показал, что нынешние исследования на сегодняшний день не преуспели в том, чтобы полноценно раскрыть суть, потенциал и возможности реализации публичной дипломатии Web 2.0. Цифровая дипломатия, безусловно, начинает приобретать все более существенное значение в рамках реализации внешней политики государства. Можно смело утверждать, что социальные сети в рамках публичной дипломатии могут выполнять как минимум 3 важнейшие функции, выступая в качестве площадки для: 1) широкого распространения информации; 2) сбора сведений, определения характера общественных настроений и повестки дня; 3) для противодействия дезинформации.

Включение социальных медиа в практику реализации внешнеполитической деятельности представляет собой новую форму дипломатии, которая позволяет государствам оказывать воздействие на зарубежную аудиторию. Поскольку ключевым свойством социальных сетей является общественное взаимодействие и упрощение координации двусторонних связей, цифровая дипломатия, в отличие от традиционной публичной дипломатии, для которой характерен монолог, может обеспечить выстраивание диалога с зарубежной общественностью. Кроме того, социальные сети позволяют прямо доносить информацию до пользователей, не прибегая при этом к посреднику в лице традиционных СМИ.

Вследствие событий 11 сентября 2001 года к правительству США пришло осознание необходимости мониторинга общественного мнения за рубежом путем реализации программ публичной дипломатии Web 1.0 и Web 2.0. С течением времени технологии Web 2.0. начали использоваться американским правительством с целью построения положительного имиджа в мировом масштабе. Успешная деятельность политика на площадке социальных сетей может спровоцировать положительный отклик своей и зарубежной аудитории, что в свое время доказал Б. Обама и частично подтвердил Д. Трамп, сумевший одержать победу на выборах вопреки всесторонней поддержке лидерами большинства стран кандидатуры Хилари Клинтон.

Социальные сети, в общем, и Twitter, признающийся исследователями как наиболее ценная платформа с точки зрения политического воздействия, в частности, имеют ряд весомых преимуществ для государства в рамках проводимой им деятельности в области публичной дипломатии: возможность взаимодействия с зарубежной аудиторией, сбора необходимой информации, реагирования на распространение ложных сведений в сети и другое. При этом нужно отметить и наличие негативных факторов в социальных сетях, таких как возможность распространения недостоверных сведений в режиме 24/7, утечки информации, взломов, пропаганды.

Эффект публичной дипломатии с использованием ресурса социальных сетей в целом трудно оценить. Серьезным препятствием является отсутствие общепризнанных критериев ее эффективности. В случае с Twitter наиболее распространенными критериями измерения степени влияния персональных страниц на социальных платформах выступают количество: 1) последователей на странице пользователя, 2) отметок «мне нравится» и 3) сделанных «ретвитов». Данная методология все же подвергается со стороны исследователей большим сомнениям.

Избирательная кампания США 2016 года представляла собой своего рода выборы в Twitter. Два главных кандидата в президенты использовали различные методы, чтобы добиться одобрения публики, часто прибегая к взаимным оскорблениям и изощренным унижениям на платформе социальных сетей. В этом Twitter-противостоянии, равно как и на самих выборах, Дональд Трамп одержал победу: в то время как Х. Клинтон старалась не вестись на провокации своего оппонента в социальных сетях, стремясь казаться на его фоне более сдержанной и здравомыслящей, Трамп завоевал свои голоса на выборах за счет лично написанных «твитов», чаще всего содержащих громкие, провокационные заявления, приковывающие внимание как американской, так и зарубежной публики. Кроме того, по личному убеждению автора, поспособствовало достижению столь значительных результатов и своеобразная риторика Трампа, противопоставляющая его предыдущей администрации США, на протяжении нескольких лет постепенно теряющей одобрение и поддержку граждан, что тем самым дало надежду американским гражданам на кардинальные изменения в их жизни.

Союзники Америки по всему миру, однако, были потрясены изоляционистскими лозунгами Дональда Трампа. Своими резкими заявлениями Трамп спровоцировал волну критики со стороны мирового сообщества. Еще во время избирательной кампании многие из его наиболее значимых политических предложений, таких как строительство стены на границе США с Мексикой, ограничение въезда в Америку граждан из некоторых мусульманских стран, выход из Парижского соглашения по климату, были крайне непопулярны.

В период президентства республиканца общие настроения в мире по отношению к Трампу не изменились. Уже за год своего пребывания в должности Трамп успел спровоцировать ряд конфликтов с лидерами других государств, как это было в случае с Северной Кореей и Мексикой. Данное положение дел подтверждается результатами исследования GfK: Anholt-GfK Nation Brand Index, показавшими еще более резкое снижение, в сравнении с 2016 годом, степени одобрения США в мире, в первую очередь по такому критерию, как Власть и Госуправление. К большому удивлению, лидеры мнений США – известные политические обозреватели и блогеры, согласно проведенному в рамках данной работы исследованию, придерживаются аналогичной точки зрения, преимущественно высказываясь отрицательно в отношении политики, проводимой нынешним президентом Штатов.

Деятельность лидеров общественного мнения в сети теоретически может служить обеспечению политических целей государства: большое количество последователей, в том числе и среди иностранной публики, доверие аудитории ввиду высокой степени активности, взаимодействия и открытости блогеров к диалогу со своей публикой, позволяют лидерам мнений влиять на принятие решений их аудиторией. При этом точка зрения читателей блога, сформированная под влиянием его автора, наиболее вероятно будет соответствовать позиции лидера мнений. То же самое касается видения и восприятия государства, формируемых сквозь призму взглядов политических обозревателей.

Таким образом, в отличие от традиционных каналов публичной дипломатии, социальные сети дают больше возможностей государству, центральным элементом среди которых выступает прямое взаимодействие с зарубежной публикой. Несмотря на активную деятельность американского президента в социальных сетях, администрация Д. Трампа довольно пассивна в использовании всего спектра преимуществ технологий Web 2.0 для реализации внешнеполитических целей и поддержания позитивного имиджа государства. И хотя при правильном использовании социальные платформы могут способствовать преодолению дефектов традиционной государственной дипломатии, данные инструменты используются высшим руководством США не в полной мере.

**Список источников и литературы**

**Литература**

**Литература и периодические издания:**

1. Акулич Н.М., Масеев С.В. Формирование политического имиджа современного лидера: теоретико-методологический аспект/ Н.М. Акулич, С.В. Масеев// Социально-экономическое развитие регионов России: реалии современности, тенденции, перспективы(посвящается 70-летию Колледжа западного филиала РАНХиГС. - Издательство: Западный филиал РАНХиГС, 2016. – С. 9-12
2. Балуев Д.Г. Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования // Образовательные технологии и общество. 2013. Т. 16, № 2. – С. 604-616
3. Безруков А.О. ФЕНОМЕН Д. ТРАМПА И СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКО-АМЕРИКАНСКИХ ОТНОШЕНИЙ. А.О. Безруков/ СРАВНИТЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА . - 2018, Т.9(1). – С. 109-123

[Блудова А.Г](https://cyberleninka.ru/article/v/imidzh-politika-v-strukture-massovoy-kommunikatsii%20%20Блудова%20А.Г). Имидж политика в структуре массовой коммуникации/ А.Г. Блудова// Вестник ЮурГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки», выпуск 6. – 2006, №8(63). – С. 107-111.

Бозаджиев В.Л. Политическая психология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений/ Бозаджиев В.Л. – М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2015. – 474 с.

1. Володенков С.В. Особенности и возможности применения технологий интернет-пропаганды в политическом направлении/ С.В. Володенков// PolitBook. – 2016, №4. – С. 15-30
2. Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности / И.Н. Ефимова, А.В. Маковейчук// Известия АГУ. – 2012. №4-1(76). – С. 245-248

Инджиева А. Трансформация внешней политики США после терактов 11 сентября 2011 г./ А. Инджиева// Власть. - 2013, №6. – С. 108 -112

Карпухина Е. А. От образа политического лидера к образу государству/ Е. А. Карпухина// Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013, № 1 (19). – С. 94-96

Козырев Г.И. Политология/ Козырев Г.И. – М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. – 368 с.

Козырева А. А. Почему социальные сети являются инструментом политической власти?/ А. А. Козырева// Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015, № 2(62). – С. 56-59

Косяков В. Е. Особенности избирательной кампании Д. Трампа/ В. Е. Косяков// Вестник Поволжского института управления. – 2017, Том 17, № 1. – С. 105-111.

1. Кудинов А.С., Урумбаев А.А., Юзбашян М.Р. Международно-правовые вопросы внешней политики США при президенте Д. Трампе/ А.С. Кудинов, А.А. Урумбаев, М.Р. Юзбашян// ПРАВО И ПОЛИТИКА. – 2017, №4. – С. 116- 130.

Мамаев Ш. Информационные удары/ Мамаев Ш. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2675134> ( дата обращения: 19.12.2017)

1. Марчуков А. Н. «Публичная дипломатия 2.0 как инструмент внешнеполитической деятельности/ А.Н. Марчуков// Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. - 2014. № 4 (28). – С. 104-113

Пермякова Л. Цифровая дипломатия: направления работы, риски и инструменты/ Пермякова Л. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/tsifrovaya-diplomatiya-napravleniya-raboty-riski-i-instrumen/> (дата обращения: 21.12.2017)

1. Печатнов В. Феномен Трампа и американская демократия/ В. Печатнов// Международные процессы. – 2017, Том 15(1). - С. 13-34

Сеидов У. «Публичная дипломатия Веб 2.0» как инструмент внешней политической деятельности/ Сеидов У. URL: <http://www.1news.az/news/publichnaya-diplomatiya-veb-2-0-kak-instrument-vneshney-politicheskoy-deyatel-nosti> (дата обращения 13.12.2017)

Сипко Й. ОБРАЗ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ АМЕРИКАНСКИХ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СЛОВАЦКИХ СМИ)/ Й. Сипко// Политическая лингвистика. – 2017, № 2(62). – С. 41 - 46

Судник А., Тришин А. Битва за лидеров мнений: как блогеры стали выгоднее любой рекламы/ Судник А., Тришин А. URL: <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/345727-bitva-za-liderov-mneniy-kak-blogery-stali-vygodnee-lyuboy-reklamy> (дата обращения: 26.03.2018)

Фатыхова Д. Р. Роль социальных медиа в формировании имиджа политика/ Д. Р. Фатыхова// Вестник экономики, права и социологии. – 2014, №4. – С. 263-265

Федоров О. Д. Новые тенденции в публичной дипломатии США в период администрации Б. Обамы/ О. Д. Федоров// Вектор науки ТГУ. - 2014, №2(28). – С. 126-129

1. Цветкова Н.А. Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США/ Н.А. Цветкова// США и Канада: Экономика, политика, культура. – 2011.№3. – С. 109-122.

Цветкова Н.А. Социальные сети в публичной дипломатии США/ Н.А. Цветкова// Вестник СПбГУ. - 2011, Серия 6. Выпуск 2. - C.84-89.

1. Яковлев П. Фактор трампа и меняющийся облик глобализации/ П. Яковлев// Мировая экономика и международные отношения. – 2017, Т. 61(7). С. 5-14
2. Adesina O. S. Foreign policy in an era of digital diplomacy/ O. S. Adesina// Cogent Social Sciences. - 2017. – P. 1-13.
3. Alashri S., Kandala S.S., Bajaj V., Ravi R., Smith K.L., Desouza K.C. An analysis of sentiments on the Facebook during the 2016 US Presidential Election// IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM), 2016. – P. 795 – 802.

Barbera P. How Social Media Reduces Mass Political Polarization. Evidence from Germany, Spain, and the U.S/ Barbera P. URL: <http://pablobarbera.com/static/barbera_polarization_APSA.pdf> (дата обращения: 18.12.2017)

1. Barlow A. The Blogs, Political Issues, and the Press// Blogging America: the New Public Sphere. Westport, CT: Praeger, 2008. - P. 85-111
2. Barnes J.A. Class and Committees in a Norwegian Island Parish/ J.A. Barnes// Human relations. – 1954, Vol. 7, Issue 1. – P. 39-58
3. Bjola, C., Jiang, L. Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China/ C. Bjola., L. Jiang// Digital Diplomacy Theory and Practice/ edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes – NY: Routledge, 2015. – P.71–88.
4. Boyd D. M., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship/ D. M. Boyd, N. B. Ellison// Journal of Computer-Mediated Communication. - 2008, № 13(1). – P. 210-230
5. Bravo R. B. Opinion leadership in parliamentary Twitter networks: A matter of layers of interaction?/ R. B. Bravo// JOURNAL OF INFORMATION TECHNOLOGY & POLITICS. - 2017, VOL. 14(3). – P. 263–276

Cull, N. The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy/ N. Cull// International Studies Review. – 2013, Vol. 15, Issue 1. – P. 123-139.

1. Cull, N. J. Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase/ N. J. Cull// Routledge Handbook of Public Diplomacy/ edited by N. Snow and P. M. Taylor. - London: Routledge, 2008. – P. 19-23.
2. Dillen M. THE REAL HILLARY TAKES OVER/ Dillen M. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/real-hillary-takes-over> (дата обращения: 26.03.2018)

Enli G. Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election/ G. Enli// European Journal of Communication. 2017, Vol. 32(1) - P. 59

Estepa J. 'Preventing Muslim immigration' statement disappears from Trump's campaign site/ Estepa J. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/onpolitics/2017/05/08/preventing-muslim-immigration-statement-disappears-donald-trump-campaign-site/101436780/> (дата обращения 15.03.18)

Finger L. Do Evil – The Business Of Social Media Bots/ Finger L. URL:

<https://www.forbes.com/sites/lutzfinger/2015/02/17/do-evil-the-business-of-social-media-bots/#73424765fb58> ( дата обращения: 18.12.2017)

Fisher, A. The use of social media in public diplomacy: Scanning E-diplomacy by embassies in Washington, DC/ Fisher, A. URL: <https://takefiveblog.org/2013/02/19/the-use-of-social-media-in-public-diplomacy-scanning-e-diplomacy-by-embassies-in-washington-dc/> (дата обращения: 18.12.2017)

Forelle, M. C., Howard, P. N., Monroy-Hernandez, A., Savage, S. Political bots and the manipulation of public opinion in Venezuela/ M. C. Forelle, P. N. Howard, A. Monroy-Hernandez, S. Savage// SSRN Electronic Journal. – 2015 – P.1-8.

1. Galvez L. Public diplomacy in the new information age/ Galvez L.// URL: <http://www.asef.org/images/docs/ModelASEM_Diplo_PublicDiplomacyInTheNewInformationAge.pdf> (дата обращения: 29.10.2017)
2. Georg C. Love didn’t trump hate: Intolerance in the campaign and beyond/ C. Georg// US Election Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign/ Edited by: D. Lilleker, D. Jackson, E. Thorsen and A. Veneti/ - The Centre for the Study of Journalism, Culture and Community Bournemouth University, 2018. **–** P. 60.
3. Glassman J. K. Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement/ Glassman J. K. // URL: <https://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm> (дата обращения 13.11.2017)

# Graham J. Trump vs. Clinton: how the rivals rank on Twitter, Facebook, more/ Graham J. URL: <https://www.usatoday.com/story/tech/news/2016/08/04/trump-clinton-social-media-twitter-facobook-youtube-snapchat/87974630/> (дата обращения: 04.02.2018)

Harris B. Diplomacy 2.0: The future of social media in nation branding/ Harris, B. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*. – 2013, Vol. 4 : Iss. 1 , Article 3. – P.12-31.

1. Johnson, J. B. The Next Generation./ J. B. Johnson// Foreign Service Journal. - October 2009. – P. 22-28.

Karlsen R., Enjolras B. Styles of social media campaigning and influence in a hybrid political communication system: Linking candidate survey data with Twitter data./ R. Karlsen, B. Enjolras.// The International Journal of Press/Politics. – 2016, №21(3). – P. 338–357

1. Katz E., Lazarsfeld P.F. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications/ Katz E., Lazarsfeld P.F. - NY: Free Press, 1955

# Keegan J. Clinton vs. Trump: How They Used Twitter/ Keegan J. URL: <http://graphics.wsj.com/clinton-trump-twitter/> (дата обращения 04.02.2018)

Keller E., Berry J. *The Influentials*. : One American in Ten Tells the Other Nine How to Vote, Where to Eat, and What to Buy/ Keller E., Berry J. - NY: The Free Press, 2003. – P 24.

Keneally M. 5 Controversial Leaders and Dictators Donald Trump Has Praised/ Keneally M. URL: <http://abcnews.go.com/Politics/controversial-dictators-leaders-donald-trump-praised/story?id=40373481> (дата обращения: 22.12.2017)

Kopan T. What Donald Trump has said about Mexico and vice versa/ Kopan T. URL: <https://edition.cnn.com/2016/08/31/politics/donald-trump-mexico-statements/index.html> (дата обращения: 22.12.2017)

# Lee F. Impact of social media on opinion polarization in varying times/ F. Lee// Communication and the Public. – 2016, Vol.1(1). – P. 56-71.

Lewis D. Digital diplomacy/ Lewis D. URL: <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/> (дата обращения 13.11.2017)

Livingston S. (2002) The new media and transparency. What are the consequences for diplomacy?/ S. Livingston// Cyber-Diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-First Century/ edited by E.H. Potter. -Montreal: McGill-Queen’s University Press, 2002. – P. 110-127.

# Manor I., Segev E. America’s Selfie: How the US Portrays Itself on its Social Media Accounts/ I. Manor, E. Segev// Digital Diplomacy Theory and Practice/ edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes. – NY: Routledge, 2015. – P.89-108

Manor I., Segev E. Digital Diplomacy 2.0? A cross-national comparison of public engagement in Facebook and Twitter/ I. Manor, E. Segev// Hague Journal of Diplomacy. – 2015, Vol. 10(4). – P. 331-362

McKelvey F., Dubois E. Toward the responsible use of bots in politics/ McKelvey F., Dubois E. URL: <http://policyoptions.irpp.org/fr/magazines/novembre-2017/toward-the-responsible-use-of-bots-in-politics/> (дата обращения: 18.12.2017)

Melissen J. The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice / J. Melissen// The New Public Diplomacy. Soft Power in international Relations edited by J. Melissen. – PALGRAVE MACMILLAN, 2005. – 246 p.

Mills S. How Twitter is winning the 2012 US election/ Mills S. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter-winning-2012-us-election> (дата обращения: 13.11.2017)

Ortutay B. How the Trump vs. Clinton Twitter war is becoming central to the U.S. election/ Ortutay B. URL: <https://www.thestar.com/news/world/2016/10/26/in-this-elections-twitter-war-clinton-and-trump-are-using-very-different-weapons.html> (дата обращения: 01.02.2018)

Pager T. Trump to Look at Recognizing Crimea as Russian Territory, Lifting Sanctions/ Pager T. URL: <http://www.politico.com/story/2016/07/trump-crimea-sanctions-russia-226292> (дата обращения: 10.02.2018)

# Parmelee J.H. The agenda-building function of political tweets/ J.H. Parmelee// New Media&Society. - 2014, № 16(3). – P. 434-450

# Perloff R. The blue-collar billionaire: explaining the Trump phenomenon/ R. Perloff// US Election Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign/ Edited by: D. Lilleker, D. Jackson, E. Thorsen and A. Veneti/ - The Centre for the Study of Journalism, Culture and Community Bournemouth University, 2018. – P. 61.

Rosa B.B., Marc E. Opinion leadership in parliamentary Twitter networks./ B. B. Rosa, E. Marc.// Journal of Information Technology & Politics. – 2017. – P. 1-16

Qiu L. Did Vladimir Putin Call Trump «Brilliant»?/ Qiu L. URL: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2016/sep/08/donald-trump/did-vladimir-putin-call-trump-brilliant/> (дата обращения: 08.02.2018

1. Richter H. R. Web 2.0 and Public Diplomacy/ Richter H. R. URL: <https://static1.squarespace.com/static/559921a3e4b02c1d7480f8f4/t/5862fd06f7e0abc3cf8d3b32/1482882311520/Richter.pdf>
2. Satterfield H. How Social Media Affects Politics/ Satterfield H. URL: <https://sysomos.com/2016/10/05/social-media-affects-politics/> (дата обращения: 10.12.2017)

Schwarzenbach B. Twitter and Diplomacy: How Social Media Revolutionizes Interaction With Foreign Policy/ Schwarzenbach B. URL: <http://thediplomaticenvoy.com/2015/10/12/twitter-and-diplomacy-how-social-media-revolutionizes-our-interaction-with-foreign-policy/> (дата обращения: 10.12.2017)

# Sotiriu, S. Digital diplomacy: between promises and reality/ S. Sotiriu// Digital Diplomacy Theory and Practice/ edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes. – NY: Routledge, 2015. – P. 33-51

1. Tago А. Public Diplomacy and Foreign Policy/ A. Tago// The Oxford Encyclopedia of Foreign Policy/ edited by Cameron G. Thies. - Oxford University Press, 2018. – P. 1-18
2. Trilling D. Two Different Debates? Investigating the relationship between a political debate on TV and simultaneous comments on Twitter/ D. Trilling// Social Science Computer Review. - 2015, Vol. 33(3). – P. 259- 276
3. Turner C. Twitter: To Engage or Not to Engage/ Turner C. URL: <https://blogs.fco.gov.uk/guestpost/2015/09/17/twitter-to-engage-or-not-to-engage/> (дата обращения: 10.12.2017)

What is Public Diplomacy? // The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. The Fletcher School. Tufts University. – URL: <http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy> (дата обращения: 11.03.2018)

Williams C.B., Gulati G. What is a Social Network Worth? Facebook and Vote Share in the 2008 Presidential Primaries/ Williams C.B., Gulati G. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.471.7745&rep=rep1&type=pdf> (дата обращения: 25.12.2017)

Woolley S.C., Howard P. N. Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary/ S.C. Woolley, P. N. Howard// University of Oxford. Working Paper. - 2017(11). – P. 1-15

# Wright T. THE 2016 PRESIDENTIAL CAMPAIGN AND THE CRISIS OF US FOREIGN POLICY/ Wright T. URL: <https://www.lowyinstitute.org/publications/2016-presidential-campaign-and-crisis-us-foreign-policy> (дата обращения 08.02.2018)

# Источники

**Документы:**

1. FY 2017 - 2019 IT Strategic Plan. URL: <https://www.state.gov/m/irm/itplan/index.htm> (дата обращения: 19.12.2017)

IT Strategic Plan: Fiscal Years 2011-2013 - Digital Diplomacy. URL: <https://2009-2017.state.gov/m/irm/rls/148572.htm> (дата обращения: 19.12.2017) + Источник - <https://cyberleninka.ru/article/v/novye-tendentsii-v-publichnoy-diplomatii-ssha-v-period-administratsii-b-obamy>

**Интернет-источники:**

# Год президентства Дональда Трампа: самые яркие моменты. URL: <https://www.metronews.ru/novosti/world/reviews/god-prezidentstva-donalda-trampa-samye-yarkie-momenty-1361186/> (дата обращения: 05.04.2018)

# Дональд Трамп и CNN разругались на глазах пользователей Twitter . URL: <https://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201711261332-y6ww.htm> (дата обращения: 11.04.2018)

# Индекс национальных брендов Anholt-GfK 2016. URL: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/indeks-nacionalnykh-brendov-anholt-gfk-2016/> (дата обращения: 20.03.2018)

# Путин назвал истерией обвинения во вмешательстве России в выборы в США. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/581207a79a79478fe08e3955> (дата обращения: 08.02.2018)

Россия будет сбивать ракеты при ударах США по Сирии, заявил посол в Ливане. URL: <https://news.rambler.ru/politics/39586003-rossiya-prigrozila-sbivat-rakety-ssha/> (дата обращения: 08.04.2018)

# Сотрудник Twitter в день увольнения деактивировал аккаунт Трампа. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-41854405>

# Трамп пожаловался в Twitter на оскорбление со стороны Ким Чен Ына/ URL: <http://www.ntv.ru/novosti/1950680/> (дата обращения: 30.03.2018)

# Трамп пообещал КНДР недолгое существование. URL: <https://lenta.ru/news/2017/09/24/trump_korea/> (дата обращения: 30.03.2018)

# Трамп скопировал в «Твиттере» антимусульманские видео. URL: <https://www.golos-ameriki.ru/a/trump-re-twitts/4141922.html> (дата обращения: 02.04.2018)

# 2011 Japan Earthquake - Tsunami Fast Facts. URL: <https://edition.cnn.com/2013/07/17/world/asia/japan-earthquake---tsunami-fast-facts/index.html>

Digital in 2018: World’s internet users pass the 4 billion mark// URL: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (дата обращения: 10.11.2018)

1. Diplomacy and its impact on foreign policy. URL: <http://www.diplomacy.pl/blog/ameryka-polnocna/item/181-e-diplomacy-and-its-impact-on-foreign-policy> (дата обращения: 18.12.2017) возможно, найти литературу и заменить
2. Donald Trump says Hillary Clinton deleted 33,000 emails after getting a subpoena. URL: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2016/oct/09/donald-trump/donald-trump-says-hillary-clinton-deleted-33000-em/> (дата обращения: 22.03.2018)
3. Exclusive: President Fox Apologizes, Invites Trump to Mexico. URL: <http://www.breitbart.com/2016-presidential-race/2016/05/04/president-fox-apologizes-invites-trump-mexico/> (дата обращения: 22.02.2018)

# Former Mexican President Says Donald Trump 'Reminds Me of Hitler'. URL: <http://time.com/4239982/vicente-fox-donald-trump-hitler/> (дата обращения: 22.02.2018)

# Here's Donald Trump's Presidential Announcement Speech. URL: <http://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech/> (дата обращения: 08.02.2018)

# Here’s how leaders around the world are responding to the strike on Syria. URL: <https://www.vox.com/world/2017/4/7/15217370/international-reaction-syria-attacks-trump> (дата обращения: 11.04.2018)

# How #election2016 was tweeted so far. URL: https://blog.twitter.com/official/en\_us/a/2016/how-election2016-was-tweeted-so-far.html (дата обращения: 26.03.2018)

Kellyanne Conway says media is «obsessed» with Trump’s tweets after President goes on early morning tirade. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/trump-travel-ban-tweets-kellyanne-conway-media-obsessed-twitter-president-a7773726.html> (дата обращения: 30.03.2018)

# Key opinion leaders: who are they and why do they matter? URL: <https://www.lianatech.com/news/liana-technologies-hints-and-tips/tip/key-opinion-leaders-who-are-they-and-why-do-they-matter.html> (дата обращения: 26.03.2018)

# Kim Jong Un touts 'nuclear button' on his desk, taunts the US in New Year's Day message. URL: <http://www.businessinsider.com/kim-jong-un-touts-nuclear-button-on-his-desk-taunts-the-us-2017-12> (дата обращения: 05.04.2018)

# Live election results, updates: Donald Trump elected president. URL: <http://www.oregonlive.com/today/index.ssf/2016/11/live_election_results_updates.html> (дата обращения: 20.03.2019)

1. Major Programs of the Office of eDiplomacy. URL: <https://web.archive.org/web/20071012084903/http://www.state.gov/m/irm/c23840.htm#diplopedia>
2. MESSAGE OF HIS HOLINESS POPE FRANCIS FOR THE 50th WORLD COMMUNICATIONS DAY. URL: <https://w2.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20160124_messaggio-comunicazioni-sociali.html>
3. 'Mission Accomplished!': People are roasting Trump for using an infamous Bush-era phrase after the Syria strikes. URL: <http://www.businessinsider.com/twitter-users-slam-trump-mission-accomplished-bush-2018-4> (дата обращения: 11.04.2018)
4. North Korea calls Trump a 'lunatic old man' who may 'start nuclear war' as US and Japan hold summit. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/north-korea-donald-trump-lunatic-nuclear-war-kim-jong-un-us-japan-summit-latest-updates-a8040046.html> (дата обращения: 30.03.2018)

President Obama Endorses Hillary Clinton as His Successor.URL: <http://fortune.com/2016/06/09/president-obama-endorses-hillary-clinton-as-his-successor/> (дата обращения 15.03.18)

Sarah Sanders: Twitter lets Trump reach people without 'media filtering'. URL: <https://www.washingtonexaminer.com/sarah-sanders-twitter-lets-trump-reach-people-without-media-filtering> (дата обращения: 27.03.2018)

Syria strike reactions: what top Republicans and Democrats in Congress are saying. URL: <https://www.vox.com/2017/4/6/15214844/trump-syria-airstrike-reactions> (дата обращения: 11.04.2018)

The United States has officially attacked Syria. URL: <https://www.vox.com/world/2017/4/6/15214758/us-syria-assad-bomb-cruise-missile> (дата обращения: 08.04.2018)

Top 50 US politics Twitter accounts to follow. URL: <https://www.theguardian.com/world/richard-adams-blog/2010/oct/05/top-50-twitter-accounts-us-politics-election> (дата обращения 18.03.2018)

## Trump has 'blind spot' on Russia: Sen. Graham. URL: <http://parstoday.com/en/news/world-i66521-trump_has_'blind_spot'_on_russia_sen._graham> (дата обращения: 14.02.2018)

## Trump's Tweets 'Official Statements,' Spicer Says. URL: <https://www.nbcnews.com/politics/white-house/trump-s-tweets-official-statements-spicer-says-n768931> (дата обращения: 27.03.2018)

## White House: Trump's tweets are 'official statements. URL: <https://edition.cnn.com/2017/06/06/politics/trump-tweets-official-statements/index.html> (дата обращения: 30.03.2018)

## White House defends anti-Muslim Trump tweets, says it doesn't matter if videos are real. URL: <https://edition.cnn.com/2017/11/29/politics/trump-anti-muslim-tweets/index.html> (дата обращения: 08.04.2018)

## White House: It doesn't matter if anti-Muslim videos are real because 'the threat is real'. URL: <https://www.cnbc.com/2017/11/29/white-house-it-doesnt-matter-if-anti-muslim-videos-are-real-the-threat-is-real.html> (дата обращения: 08.04.2018)

## World Leaders React To The Reality Of A Trump Presidency. URL: <https://www.huffingtonpost.com/entry/trump-first-week-global-reactions_us_5888c396e4b0441a8f72181f> (дата обращения: 22.02.2018)

## World leaders react to Donald Trump's speech on Iran. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2017/10/world-leaders-react-donald-trump-speech-iran-171013183124584.html> (дата обращения: 30.03.2018)

**Заявления официальных лиц США, размещенные в социальных сетях:**

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 5 March 2015. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/573646783416508416?lang=ru> (дата обращения: 15.02.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 30 march 2015. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/582645393227419648> (дата обращения: 15.02.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 30 June 2015. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/615866741994954752> (дата обращения: 15.02.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 25 February 2016. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/702953023736250369> (дата обращения: 22.02.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. - 12 September 2013. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/378102285001576448> (дата

обращения: 13.12.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 30 June 2015. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/615861274929446912?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnn.com%2F2016%2F08%2F26%2Fpolitics%2Fdonald-trump-immigration-tweets%2Findex.html> (дата обращения: 22.02.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 25 August 2015. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/636155822326829056?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnn.com%2F2016%2F08%2F26%2Fpolitics%2Fdonald-trump-immigration-tweets%2Findex.html> (дата обращения: 22.02.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 31 August 2015. URL <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/638367095424712704?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnn.com%2F2016%2F08%2F26%2Fpolitics%2Fdonald-trump-immigration-tweets%2Findex.html> (дата обращения: 22.02.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 7 December 2015. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/673993417429524480?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnn.com%2F2016%2F08%2F26%2Fpolitics%2Fdonald-trump-immigration-tweets%2Findex.html> (дата обращения 15.03.18)

Twitter message by Clinton H./ Twitter. – 9 June 2016.URL: <https://twitter.com/hillaryclinton/status/740973710593654784> (дата обращения 14.03.18)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 9 June 2016. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/740972317191352320> (дата обращения: 14.03.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 9 June 2016. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/741007091947556864> (дата обращения: 14.03.2018)

Twitter message by Priebus R./ Twitter. – 9 June 2016. URL: <https://twitter.com/reince/status/740993607289688065> (дата обращения: 22.03.2018)

Twitter message by Clinton H./ Twitter. – 26 September 2016. URL: <https://twitter.com/hillaryclinton/status/780577643456565248> (дата обращения: 22.03.2018)

Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 6 November 2012. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/265895292191248385> (дата обращения: 22.03.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 17 September 2017. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/909384837018112000?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Flenta.ru%2Fnews%2F2017%2F09%2F17%2Frocketman%2F&tfw_site=lentaruofficial> (дата обращения: 30.03.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 11 April 2018. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/984022625440747520> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 11 April 2018. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/984032798821568513> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Goldmacher S./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/ShaneGoldmacher/status/850161010065502208?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Mattingly./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/Phil_Mattingly/status/850176606257778689/photo/1?tfw_site=voxdotcom&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Rand P./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/RandPaul/status/850161856589246464?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Amash J./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/justinamash/status/850180837828153344?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 30 August 2013. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/373581528405905408> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Massie T./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/RepThomasMassie/status/850161952131354625/photo/1?tfw_site=voxdotcom&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Moulton S./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/sethmoulton/status/850158470896680960?lang=ru> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Lieu T./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/tedlieu/status/850160649208565761?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom>

Twitter message by Lee B./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/RepBarbaraLee/status/850164891482718212?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 25 November 2017. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/934563828834164739> (дата обращения: 10.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 28 May 2017. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/868807327130025984?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fthehill.com%2Fhomenews%2Fadministration%2F335453-trump-many-leaks-are-fabricated-lies-made-up-by-fake-news-media> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 28 May 2017. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/868807754231820291?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fthehill.com%2Fhomenews%2Fadministration%2F335453-trump-many-leaks-are-fabricated-lies-made-up-by-fake-news-media> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 28 May 2017. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/868985285207629825?lang=ru> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 2 July 2017. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/881503147168071680> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 29 August 2013. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/373146637184401408> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Amash J./ Twitter. – 13 April 2018. URL: <https://twitter.com/justinamash/status/984991095473000448> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Silver N./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/FiveThirtyEight/status/985142125657391104> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Silver N./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/FiveThirtyEight/status/985216123846123520> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 13 April 2018. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/985130802668294144> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Fleischer A../ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/AriFleischer/status/985136113168896001?tfw_creator=sonam_sheth&tfw_site=PoliticsInsider&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.businessinsider.com%2Ftwitter-users-slam-trump-mission-accomplished-bush-2018-4> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by O’Donnell K./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/KellyO/status/985131412042010624?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2Fpolicy-and-politics%2F2018%2F4%2F14%2F17237788%2Ftrump-tweet-syria-mission-accomplished-bush&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 18.04.2018)

Twitter message by Schartz B./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/brianschatz/status/985142810578796544?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2Fpolicy-and-politics%2F2018%2F4%2F14%2F17237788%2Ftrump-tweet-syria-mission-accomplished-bush&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Tanden N./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/neeratanden/status/985131862296317952?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.businessinsider.com%2Ftwitter-users-slam-trump-mission-accomplished-bush-2018-4&tfw_creator=sonam_sheth&tfw_site=PoliticsInsider> (дата обращения: 11.04.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 15 April 2018. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/985492862958698497?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2Fpolicy-and-politics%2F2018%2F4%2F14%2F17237788%2Ftrump-tweet-syria-mission-accomplished-bush&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 11.04.2018)

# Заявления неофициальных лиц США, размещенные в социальных сетях:

Personal page of Wiegel D. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/daveweigel> (дата обращения 18.03.2018)

Personal page of Knoller M. on Twitter./ Twitter. URL <https://twitter.com/markknoller> (дата обращения 18.03.2018)

Personal page of Tapper J. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/jaketapper> (дата обращения 18.03.2018)

Personal page of Cox A.M. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/anamariecox> (дата обращения 18.03.2018)

Personal page of Brasile D. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/donnabrazile> (дата обращения 18.03.2018)

Personal page of Todd C. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/chucktodd> (дата обращения 18.03.2018)

Personal page of Greenwald G. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/ggreenwald>

Official page of Silver N. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/fivethirtyeight>

Twitter message by Cox A.M. / Twitter. – 9 November 2016. URL: <https://twitter.com/anamariecox/status/796394215085375488?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.hollywoodreporter.com%2Fnews%2Fhillary-clinton-concession-speech-katy-perry-leslie-jones-ellen-degeneres-react-945740&tfw_creator=THR&tfw_site=THR> (дата обращения: 20.03.2018)

Twitter message by Cox A.M. / Twitter. – 8 November 2016. URL: <https://twitter.com/anamariecox/status/796235713348038656?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fmashable.com%2F2016%2F11%2F09%2Fmental-health-election-result%2F&tfw_creator=mashable&tfw_site=mashable> (дата обращения: 20.03.2018)

Twitter message by Todd C. / Twitter. – 9 November 2016. URL: <https://twitter.com/chucktodd/status/796261665536929792?tfw_creator=foxnewsinsider&tfw_site=foxnewsinsider&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Finsider.foxnews.com%2F2016%2F11%2F09%2Fdems-react-donald-trump-election-win-hillary-defeat> (дата обращения: 20.03.2018)

Twitter message by Greenwald G. / Twitter. – 8 November 2016. URL: <https://twitter.com/ggreenwald/status/796213031487283201?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.popsugar.com%2Fnews%2FBest-Tweets-From-Election-Night-2016-42677210&tfw_creator=POPSUGAR&tfw_site=POPSUGAR> (дата обращения: 20.03.2018)

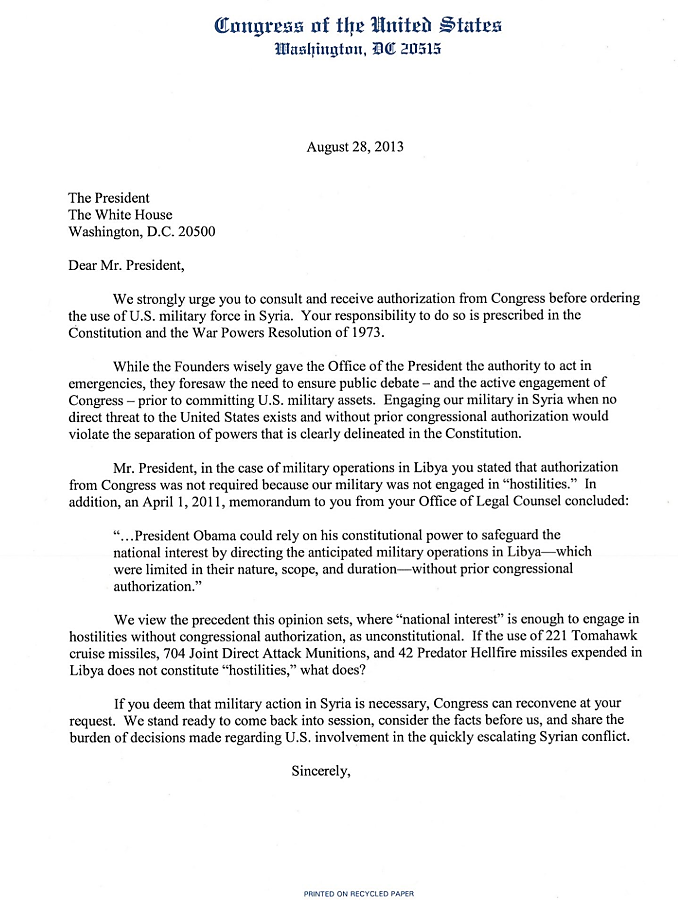
Twitter message by Silver N. / Twitter. – 8 November 2016. URL: <https://twitter.com/NateSilver538/status/796171179484659712> (дата обращения: 20.03.2018)

Twitter message by Trump D./ Twitter. – 2 January 2018. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/948355557022420992> (дата обращения: 05.04.2018)

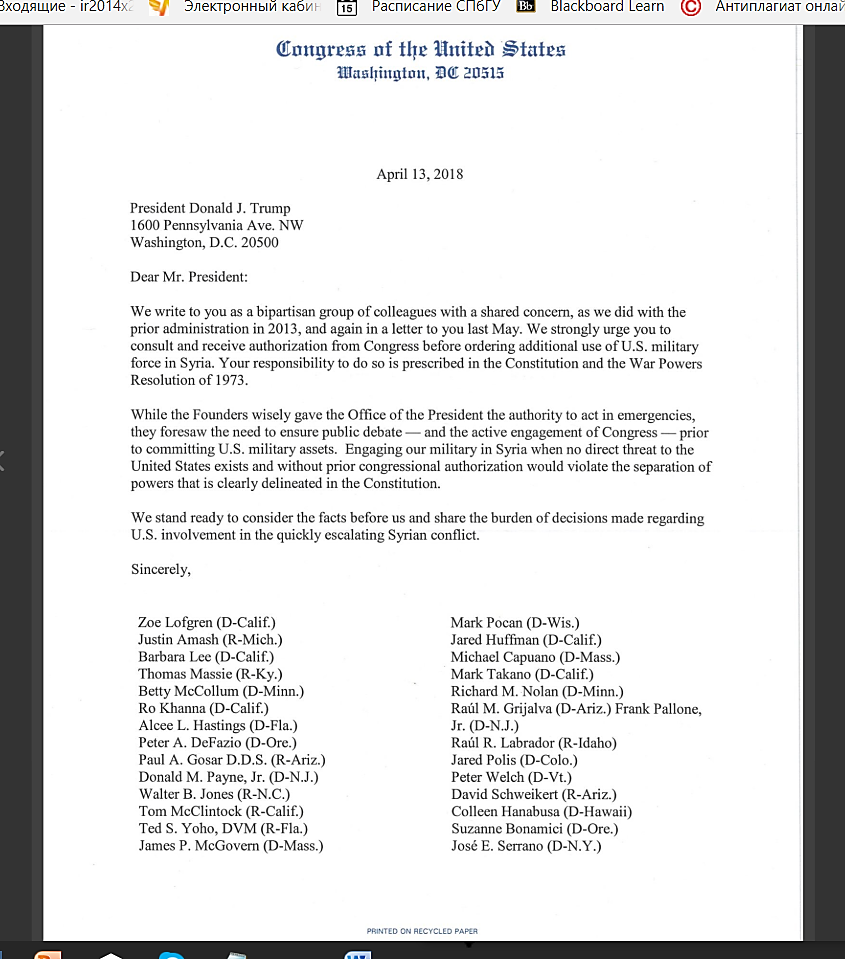
Twitter message by Pence M./ Twitter. – 8 January 2018. URL: <https://twitter.com/vp/status/950485107856560130> (дата обращения: 05.04.2018)

Twitter message by Greenwald G../ Twitter. – 13 April 2018. URL: <https://twitter.com/ggreenwald/status/984970181171695618> (дата обращения: 11.04.2018)

**Приложение**



# Приложение 1. Письмо, предупреждающие президента о начале наступательных ударов по Сирии без одобрения Конгресса, от 2013 г. Источник: Twitter message by Amash J./ Twitter. – 13 April 2018. URL: <https://twitter.com/justinamash/status/984991095473000448> (дата обращения: 11.04.2018)



# Приложение 2. Письмо, предупреждающие президента о начале наступательных ударов по Сирии без одобрения Конгресса, от 2018 г. Twitter message by Amash J./ Twitter. – 13 April 2018. URL: <https://twitter.com/justinamash/status/984991095473000448> (дата обращения: 11.04.2018)

1. Cull, N. The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy/ N. Cull// International Studies Review. – 2013, Vol. 15, Issue 1.; Cull, N. J. Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase/ N. J. Cull// Routledge Handbook of Public Diplomacy/ edited by N. Snow and P. M. Taylor. - London: Routledge, 2008.; Melissen J. The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice / J. Melissen// The New Public Diplomacy. Soft Power in international Relations edited by J. Melissen. – PALGRAVE MACMILLAN, 2005.; Цветкова Н.А. Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США/ Н.А. Цветкова// США и Канада: Экономика, политика, культура. – 2011.№3.; Цветкова Н.А. Социальные сети в публичной дипломатии США/ Н.А. Цветкова// Вестник СПбГУ. - 2011, Серия 6. Выпуск 2.; Manor I., Segev E. Digital Diplomacy 2.0? A cross-national comparison of public engagement in Facebook and Twitter/ I. Manor, E. Segev// Hague Journal of Diplomacy. – 2015, Vol. 10(4).; Lewis D. Digital diplomacy/ Lewis D. URL: <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>; Sotiriu, S. Digital diplomacy: between promises and reality/ S. Sotiriu// Digital Diplomacy Theory and Practice/ edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes. – NY: Routledge, 2015.**;** Bjola, C., Jiang, L. Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China/ C. Bjola., L. Jiang//Digital Diplomacy Theory and Practice/ edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes – NY: Routledge, 2015; Пермякова Л. Цифровая дипломатия: направления работы, риски и инструменты/ Пермякова Л. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/tsifrovaya-diplomatiya-napravleniya-raboty-riski-i-instrumen/>; Сеидов У. «Публичная дипломатия Веб 2.0» как инструмент внешней политической деятельности/ Сеидов У. URL: <http://www.1news.az/news/publichnaya-diplomatiya-veb-2-0-kak-instrument-vneshney-politicheskoy-deyatel-nosti>. [↑](#footnote-ref-1)
2. Балуев Д.Г. Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования // Образовательные технологии и общество. 2013. Т. 16, № 2.; Barnes J.A. Class and Committees in a Norwegian Island Parish/ J.A. Barnes// Human relations. – 1954, Vol. 7, Issue 1.; Boyd D. M., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship/ D. M. Boyd, N. B. Ellison// Journal of Computer-Mediated Communication. - 2008, № 13(1).; Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности / И.Н. Ефимова, А.В. Маковейчук// Известия АГУ. – 2012. №4-1(76). [↑](#footnote-ref-2)
3. Alashri S., Kandala S.S., Bajaj V., Ravi R., Smith K.L., Desouza K.C. An analysis of sentiments on the Facebook during the 2016 US Presidential Election// IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM), 2016; Trilling D. Two Different Debates? Investigating the relationship between a political debate on TV and simultaneous comments on Twitter/ D. Trilling// Social Science Computer Review. - 2015, Vol. 33(3).; Tago А. Public Diplomacy and Foreign Policy/ A. Tago// The Oxford Encyclopedia of Foreign Policy/ edited by Cameron G. Thies. - Oxford University Press, 2018; Parmelee J.H. The agenda-building function of political tweets/ J.H. Parmelee// New Media&Society. - 2014, № 16(3).; Galvez L. Public diplomacy in the new information age/ Galvez L. URL: <http://www.asef.org/images/docs/ModelASEM_Diplo_PublicDiplomacyInTheNewInformationAge.pdf> ; Forelle, M. C., Howard, P. N., Monroy-Hernandez, A., Savage, S. Political bots and the manipulation of public opinion in Venezuela/ M. C. Forelle, P. N. Howard, A. Monroy-Hernandez, S. Savage// SSRN Electronic Journal. – 2015.; Enli G. Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election/ G. Enli// European Journal of Communication. 2017, Vol. 32(1); Barlow A. The Blogs, Political Issues, and the Press// Blogging America: the New Public Sphere. Westport, CT: Praeger, 2008.; Finger L. Do Evil – The Business Of Social Media Bots/ Finger L. URL: <https://www.forbes.com/sites/lutzfinger/2015/02/17/do-evil-the-business-of-social-media-bots/#73424765fb58>; Марчуков А. Н. «Публичная дипломатия 2.0 как инструмент внешнеполитической деятельности/ А.Н. Марчуков// Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. - 2014. № 4 (28); Фатыхова Д. Р. Роль социальных медиа в формировании имиджа политика/ Д. Р. Фатыхова// Вестник экономики, права и социологии. – 2014, №4. [↑](#footnote-ref-3)
4. Цветкова Н.А. Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США/ Н.А. Цветкова// США и Канада: Экономика, политика, культура. – 2011.№3; Инджиева А. Трансформация внешней политики США после терактов 11 сентября 2011 г./ А. Инджиева// Власть. - 2013, №6; Barlow A. The Blogs, Political Issues, and the Press// Blogging America: the New Public Sphere. Westport, CT: Praeger, 2008; Enli G. Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election/ G. Enli// European Journal of Communication. 2017, Vol. 32(1); Fisher, A. The use of social media in public diplomacy: Scanning E-diplomacy by embassies in Washington, DC/ Fisher, A. URL: <https://takefiveblog.org/2013/02/19/the-use-of-social-media-in-public-diplomacy-scanning-e-diplomacy-by-embassies-in-washington-dc/>.

   [↑](#footnote-ref-4)
5. Цветкова Н.А. Социальные сети в публичной дипломатии США/ Цветкова Н.А.// Вестник СПбГУ. 2011, Сер.6. Вып.2 - C.84. [↑](#footnote-ref-5)
6. Там же. [↑](#footnote-ref-6)
7. Alashri S., Kandala S.S., Bajaj V., Ravi R., Smith K.L., Desouza K.C. An analysis of sentiments on the Facebook during the 2016 US Presidential Election// IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM), 2016.; Parmelee J.H. The agenda-building function of political tweets/ J.H. Parmelee// New Media&Society. - 2014, № 16(3).; Trilling D. Two Different Debates? Investigating the relationship between a political debate on TV and simultaneous comments on Twitter/ D. Trilling// Social Science Computer Review. - 2015, Vol. 33(3).; Enli G. Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election/ G. Enli// European Journal of Communication. 2017, Vol. 32(1); Сипко Й. ОБРАЗ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ АМЕРИКАНСКИХ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СЛОВАЦКИХ СМИ)/ Й. Сипко// Политическая лингвистика. – 2017, № 2(62). [↑](#footnote-ref-7)
8. Enli G. Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election/ G. Enli// European Journal of Communication. 2017, Vol. 32(1) - P. 59 [↑](#footnote-ref-8)
9. Блудова А.Г. Имидж политика в структуре массовой коммуникации/ А.Г. Блудова// Вестник ЮурГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки», выпуск 6. – 2006, №8(63).; Акулич Н.М., Масеев С.В. Формирование политического имиджа современного лидера: теоретико-методологический аспект/ Н.М. Акулич, С.В. Масеев// Социально-экономическое развитие регионов России: реалии современности, тенденции, перспективы(посвящается 70-летию Колледжа западного филиала РАНХиГС. - Издательство: Западный филиал РАНХиГС, 2016.; Бозаджиев В.Л. Политическая психология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений/ Бозаджиев В.Л. – М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2015. – С. 438; Parmelee J.H. The agenda-building function of political tweets/ J.H. Parmelee// New Media&Society. - 2014, № 16(3).; Trilling D. Two Different Debates? Investigating the relationship between a political debate on TV and simultaneous comments on Twitter/ D. Trilling// Social Science Computer Review. - 2015, Vol. 33(3).; Harris B. Diplomacy 2.0: The future of social media in nation branding/ Harris, B. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*. – 2013, Vol. 4 : Iss. 1 , Article 3; Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности / И.Н. Ефимова, А.В. Маковейчук// Известия АГУ. – 2012. №4-1(76); Фатыхова Д. Р. Роль социальных медиа в формировании имиджа политика/ Д. Р. Фатыхова// Вестник экономики, права и социологии. – 2014, №4. [↑](#footnote-ref-9)
10. Parmelee J.H. The agenda-building function of political tweets/ J.H. Parmelee// New Media&Society. 2014, № 16(3) – P. 434 [↑](#footnote-ref-10)
11. Enli G. Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election/ G. Enli// European Journal of Communication. 2017, Vol. 32(1); Keegan J. Clinton vs. Trump: How They Used Twitter/ Keegan J. URL: <http://graphics.wsj.com/clinton-trump-twitter/>**;** Wengel L. #TwitterTrump Political Communication and Populist Rhetoric in the Age of Social Media/ Wengel L. URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1133995/FULLTEXT01.pdf>; Georg C. Love didn’t trump hate: Intolerance in the campaign and beyond/ C. Georg// US Election Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign/ Edited by: D. Lilleker, D. Jackson, E. Thorsen and A. Veneti/ - The Centre for the Study of Journalism, Culture and Community Bournemouth University, 2018.; Perloff R. The blue-collar billionaire: explaining the Trump phenomenon/ R. Perloff// US Election Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign/ Edited by: D. Lilleker, D. Jackson, E. Thorsen and A. Veneti/ - The Centre for the Study of Journalism, Culture and Community Bournemouth University, 2018; Безруков А.О. ФЕНОМЕН Д. ТРАМПА И СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКО-АМЕРИКАНСКИХ ОТНОШЕНИЙ. А.О. Безруков/ СРАВНИТЕЛЬНАЯ ПОЛИТИКА . - 2018, Т.9(1); Яковлев П. Фактор трампа и меняющийся облик глобализации/ П. Яковлев// Мировая экономика и международные отношения. – 2017, Т. 61(7).; Кудинов А.С., Урумбаев А.А., Юзбашян М.Р. Международно-правовые вопросы внешней политики США при президенте Д. Трампе/ А.С. Кудинов, А.А. Урумбаев, М.Р. Юзбашян// ПРАВО И ПОЛИТИКА. – 2017, №4.; Печатнов В. Феномен Трампа и американская демократия/ В. Печатнов// Международные процессы. – 2017, Том 15(1).

    [↑](#footnote-ref-11)
12. What is Public Diplomacy? // The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. The Fletcher School. Tufts University. – URL: http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy (дата обращения: 11.03.2018) [↑](#footnote-ref-12)
13. Cull, N. J. Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase/ N. J. Cull// Routledge Handbook of Public Diplomacy/ edited by N. Snow and P. M. Taylor. - London: Routledge, 2008. – P. 19. [↑](#footnote-ref-13)
14. Melissen J. The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice / J. Melissen// The New Public Diplomacy. Soft Power in international Relations edited by J. Melissen. – PALGRAVE MACMILLAN, 2005. – P. 4. [↑](#footnote-ref-14)
15. Цветкова Н.А. Программы Web 2.0 в публичной дипломатии США/ Н.А. Цветкова// США и Канада: Экономика, политика, культура. – 2011.№3. – С.109. [↑](#footnote-ref-15)
16. Digital in 2018: World’s internet users pass the 4 billion mark// URL: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (дата обращения: 10.11.2017) [↑](#footnote-ref-16)
17. Galvez L. Public diplomacy in the new information age/ Galvez L. URL: <http://www.asef.org/images/docs/ModelASEM_Diplo_PublicDiplomacyInTheNewInformationAge.pdf> (дата обращения: 29.10.2017) [↑](#footnote-ref-17)
18. Livingston S. (2002) The new media and transparency. What are the consequences for diplomacy?/ S. Livingston// Cyber-Diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-First Century/ edited by E.H. Potter. -Montreal: McGill-Queen’s University Press, 2002. – P. 115 [↑](#footnote-ref-18)
19. Марчуков А. Н. «Публичная дипломатия 2.0 как инструмент внешнеполитической деятельности/ А.Н. Марчуков// Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. - 2014. № 4 (28). – С. 110. [↑](#footnote-ref-19)
20. Glassman J. K. Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement/ Glassman J. K. URL: <https://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm> (дата обращения: 29.10.2017) [↑](#footnote-ref-20)
21. Инджиева А. Трансформация внешней политики США после терактов 11 сентября 2011 г./ А. Инджиева// Власть. - 2013, №6. – С. 109 [↑](#footnote-ref-21)
22. Марчуков А. Н. «Публичная дипломатия 2.0 как инструмент внешнеполитической деятельности/ А.Н. Марчуков// Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. - 2014. № 4 (28). – С. 105. [↑](#footnote-ref-22)
23. Цветкова Н.А. Социальные сети в публичной дипломатии США/ Н.А. Цветкова// Вестник СПбГУ. - 2011, Серия 6. Выпуск 2. - C.84. [↑](#footnote-ref-23)
24. Там же. [↑](#footnote-ref-24)
25. # Manor I., Segev E. America’s Selfie: How the US Portrays Itself on its Social Media Accounts/ I. Manor, E. Segev// Digital Diplomacy Theory and Practice/ edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes. – NY: Routledge, 2015. – P.93

    [↑](#footnote-ref-25)
26. Lewis D. Digital diplomacy/ Lewis D. URL: <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/> (дата обращения 13.11.2017) [↑](#footnote-ref-26)
27. # Sotiriu, S. Digital diplomacy: between promises and reality/ S. Sotiriu// Digital Diplomacy Theory and Practice/ edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes. – NY: Routledge, 2015. – P.35.

    [↑](#footnote-ref-27)
28. Bjola, C., Jiang, L. Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China/ C. Bjola., L. Jiang//Digital Diplomacy Theory and Practice/ edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes – NY: Routledge, 2015. – P. 75. [↑](#footnote-ref-28)
29. Балуев Д.Г. Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования // Образовательные технологии и общество. 2013. Т. 16, № 2. – С. 610. [↑](#footnote-ref-29)
30. Cull, N. The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy/ N. Cull// International Studies Review. – 2013, Vol. 15, Issue 1. – P. 127. [↑](#footnote-ref-30)
31. Сеидов У. «Публичная дипломатия Веб 2.0» как инструмент внешней политической деятельности/ Сеидов У. URL: <http://www.1news.az/news/publichnaya-diplomatiya-veb-2-0-kak-instrument-vneshney-politicheskoy-deyatel-nosti> (дата обращения 13.12.2017) [↑](#footnote-ref-31)
32. Бозаджиев В.Л. Политическая психология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений/ Бозаджиев В.Л. – М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2015. – С. 438 [↑](#footnote-ref-32)
33. Козырев Г.И. Политология/ Козырев Г.И. – М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. – С. 132. [↑](#footnote-ref-33)
34. Карпухина Е. А. От образа политического лидера к образу государству/ Е. А. Карпухина// Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013, № 1 (19). – С. 95 [↑](#footnote-ref-34)
35. [Блудова А.Г](https://cyberleninka.ru/article/v/imidzh-politika-v-strukture-massovoy-kommunikatsii%20%20Блудова%20А.Г). Имидж политика в структуре массовой коммуникации/ А.Г. Блудова// Вестник ЮурГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки», выпуск 6. – 2006, №8(63). – С. 109 [↑](#footnote-ref-35)
36. Акулич Н.М., Масеев С.В. Формирование политического имиджа современного лидера: теоретико-методологический аспект/ Н.М. Акулич, С.В. Масеев// Социально-экономическое развитие регионов России: реалии современности, тенденции, перспективы(посвящается 70-летию Колледжа западного филиала РАНХиГС. - Издательство: Западный филиал РАНХиГС, 2016. – С.10. [↑](#footnote-ref-36)
37. Mills S. How Twitter is winning the 2012 US election/ Mills S. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter-winning-2012-us-election> (дата обращения: 13.11.2017) [↑](#footnote-ref-37)
38. Балуев Д.Г. Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования // Образовательные технологии и общество. 2013. Т. 16, № 2. – С. 611 [↑](#footnote-ref-38)
39. Barnes J.A. Class and Committees in a Norwegian Island Parish/ J.A. Barnes// Human relations. – 1954, Vol. 7, Issue 1. – P. 44. [↑](#footnote-ref-39)
40. Boyd D. M., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship/ D. M. Boyd, N. B. Ellison// Journal of Computer-Mediated Communication. - 2008, № 13(1). – P. 211. [↑](#footnote-ref-40)
41. Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности / И.Н. Ефимова, А.В. Маковейчук// Известия АГУ. – 2012. №4-1(76). – С. 246. [↑](#footnote-ref-41)
42. Tago А. Public Diplomacy and Foreign Policy/ A. Tago// The Oxford Encyclopedia of Foreign Policy/ edited by Cameron G. Thies. - Oxford University Press, 2018. – P. 4 [↑](#footnote-ref-42)
43. B. Harris. Diplomacy 2.0: The future of social media in nation branding/ Harris, B. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*. – 2013, Vol. 4 : Iss. 1 , Article 3. – P. 27 [↑](#footnote-ref-43)
44. # 2011 Japan Earthquake - Tsunami Fast Facts. URL: <https://edition.cnn.com/2013/07/17/world/asia/japan-earthquake---tsunami-fast-facts/index.html>

    [↑](#footnote-ref-44)
45. Tago А. Public Diplomacy and Foreign Policy/ A. Tago// The Oxford Encyclopedia of Foreign Policy/ edited by Cameron G. Thies. - Oxford University Press, 2018. – P. 4 [↑](#footnote-ref-45)
46. Цветкова Н.А. Социальные сети в публичной дипломатии США/ Н. А. Цветкова// Вестник СПбГУ. - 2011, Сер.6. Вып.2 - C.84. [↑](#footnote-ref-46)
47. Там же. [↑](#footnote-ref-47)
48. Personal page of Trump D. on Twitter/ Twitter. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump> (дата обращения 18.12.2017) [↑](#footnote-ref-48)
49. Official page of Trump D. on Twitter/ Twitter. URL <https://twitter.com/potus?lang=ru> (дата обращения 18.12.2017) [↑](#footnote-ref-49)
50. Official page of The White House on Twitter/ Twitter. URL: <https://twitter.com/WhiteHouse>(дата обращения 18.12.2017) [↑](#footnote-ref-50)
51. Parmelee J.H. The agenda-building function of political tweets/ J.H. Parmelee// New Media&Society. - 2014, № 16(3). – P. 434. [↑](#footnote-ref-51)
52. Ibid. [↑](#footnote-ref-52)
53. Alashri S., Kandala S.S., Bajaj V., Ravi R., Smith K.L., Desouza K.C. An analysis of sentiments on the Facebook during the 2016 US Presidential Election// IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM), 2016. – P. 798 [↑](#footnote-ref-53)
54. Parmelee J.H. The agenda-building function of political tweets/ J.H. Parmelee// New Media&Society. - 2014, № 16(3). – P. 434. [↑](#footnote-ref-54)
55. Trilling D. Two Different Debates? Investigating the relationship between a political debate on TV and simultaneous comments on Twitter/ D. Trilling// Social Science Computer Review. - 2015, Vol. 33(3). – P. 268.

    [↑](#footnote-ref-55)
56. Parmelee J.H. The agenda-building function of political tweets/ J.H. Parmelee// New Media&Society. - 2014, № 16(3). – P. 434. [↑](#footnote-ref-56)
57. # Satterfield H. How Social Media Affects Politics/ Satterfield H. URL: <https://sysomos.com/2016/10/05/social-media-affects-politics/> (дата обращения: 10.12.2017)

    [↑](#footnote-ref-57)
58. # Ibid.

    [↑](#footnote-ref-58)
59. Schwarzenbach B. Twitter and Diplomacy: How Social Media Revolutionizes Interaction With Foreign Policy/ Schwarzenbach B. URL: <http://thediplomaticenvoy.com/2015/10/12/twitter-and-diplomacy-how-social-media-revolutionizes-our-interaction-with-foreign-policy/> (дата обращения: 10.12.2017) [↑](#footnote-ref-59)
60. Barlow A. The Blogs, Political Issues, and the Press// Blogging America: the New Public Sphere. Westport, CT: Praeger, 2008. - P. 87 [↑](#footnote-ref-60)
61. Fisher, A. The use of social media in public diplomacy: Scanning E-diplomacy by embassies in Washington, DC/ Fisher, A. URL: <https://takefiveblog.org/2013/02/19/the-use-of-social-media-in-public-diplomacy-scanning-e-diplomacy-by-embassies-in-washington-dc/> (дата обращения: 10.12.2017) [↑](#footnote-ref-61)
62. Фатыхова Д. Р. Роль социальных медиа в формировании имиджа политика/ Д. Р. Фатыхова// Вестник экономики, права и социологии. – 2014, №4. – С. 264 [↑](#footnote-ref-62)
63. Fisher, A. The use of social media in public diplomacy: Scanning E-diplomacy by embassies in Washington, DC/ Fisher, A. URL: <https://takefiveblog.org/2013/02/19/the-use-of-social-media-in-public-diplomacy-scanning-e-diplomacy-by-embassies-in-washington-dc/> (дата обращения: 10.12.2017)

    [↑](#footnote-ref-63)
64. Manor I., Segev E. Digital Diplomacy 2.0? A cross-national comparison of public engagement in Facebook and Twitter/ I. Manor, E. Segev// Hague Journal of Diplomacy. – 2015, Vol. 10(4). – P. 337 [↑](#footnote-ref-64)
65. Fisher, A. The use of social media in public diplomacy: Scanning E-diplomacy by embassies in Washington, DC/ Fisher, A. URL: <https://takefiveblog.org/2013/02/19/the-use-of-social-media-in-public-diplomacy-scanning-e-diplomacy-by-embassies-in-washington-dc/> (дата обращения: 19.12.2017) [↑](#footnote-ref-65)
66. Ibid. [↑](#footnote-ref-66)
67. Сеидов У. «Публичная дипломатия Веб 2.0» как инструмент внешней политической деятельности/ Сеидов У. URL: <http://www.1news.az/news/publichnaya-diplomatiya-veb-2-0-kak-instrument-vneshney-politicheskoy-deyatel-nosti> (дата обращения 13.12.2017) [↑](#footnote-ref-67)
68. Козырева А. А. Почему социальные сети являются инструментом политической власти?/ А. А. Козырева// Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015, № 2(62). - С.56 [↑](#footnote-ref-68)
69. Satterfield H. How Social Media Affects Politics/ Satterfield H. URL: <https://sysomos.com/2016/10/05/social-media-affects-politics/> (дата обращения: 10.12.2017) [↑](#footnote-ref-69)
70. Barbera P. How Social Media Reduces Mass Political Polarization. Evidence from Germany, Spain, and the U.S/ Barbera P. URL: <http://pablobarbera.com/static/barbera_polarization_APSA.pdf> (дата обращения: 18.12.2017) [↑](#footnote-ref-70)
71. # Lee F. Impact of social media on opinion polarization in varying times/ F. Lee// Communication and the Public. – 2016, Vol.1(1). – P. 56

    [↑](#footnote-ref-71)
72. MESSAGE OF HIS HOLINESS POPE FRANCIS FOR THE 50th WORLD COMMUNICATIONS DAY. URL: <https://w2.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20160124_messaggio-comunicazioni-sociali.html> (дата обращения 18.12.2017) [↑](#footnote-ref-72)
73. Adesina O. S. Foreign policy in an era of digital diplomacy/ O. S. Adesina// Cogent Social Sciences. - 2017. – P. 10 [↑](#footnote-ref-73)
74. Ibid. [↑](#footnote-ref-74)
75. # Сотрудник Twitter в день увольнения деактивировал аккаунт Трампа. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-41854405> (дата обращения: 19.12.2017)

    [↑](#footnote-ref-75)
76. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 3 November 2017. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/926401530013642765?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.unian.net%2Fworld%2F2224216-tramp-prokommentiroval-otklyuchenie-ego-akkaunta-v-twitter.html> (дата обращения: 19.12.2017) [↑](#footnote-ref-76)
77. Finger L. Do Evil – The Business Of Social Media Bots/ Finger L. URL: <https://www.forbes.com/sites/lutzfinger/2015/02/17/do-evil-the-business-of-social-media-bots/#73424765fb58> (дата обращения: 18.12.2017) [↑](#footnote-ref-77)
78. Forelle, M. C., Howard, P. N., Monroy-Hernandez, A., Savage, S. Political bots and the manipulation of public opinion in Venezuela/ M. C. Forelle, P. N. Howard, A. Monroy-Hernandez, S. Savage// SSRN Electronic Journal. – 2015 – P.1 [↑](#footnote-ref-78)
79. Satterfield H. How Social Media Affects Politics/ Satterfield H. URL: <https://sysomos.com/2016/10/05/social-media-affects-politics/> (дата обращения: 10.12.2017) [↑](#footnote-ref-79)
80. Satterfield H. How Social Media Affects Politics/ Satterfield H. URL: <https://sysomos.com/2016/10/05/social-media-affects-politics/> (дата обращения: 10.12.2017) [↑](#footnote-ref-80)
81. Turner C. Twitter: To Engage or Not to Engage/ Turner C. URL: <https://blogs.fco.gov.uk/guestpost/2015/09/17/twitter-to-engage-or-not-to-engage/> (дата обращения: 19.12.2017) [↑](#footnote-ref-81)
82. Сеидов У. «Публичная дипломатия Веб 2.0» как инструмент внешней политической деятельности/ Сеидов У. URL: <http://www.1news.az/news/publichnaya-diplomatiya-veb-2-0-kak-instrument-vneshney-politicheskoy-deyatel-nosti> (дата обращения 13.12.2017) [↑](#footnote-ref-82)
83. Woolley S.C., Howard P. N. Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary/ S.C. Woolley, P. N. Howard// University of Oxford. Working Paper. - 2017(11). – P. 8. [↑](#footnote-ref-83)
84. Володенков С.В. Особенности и возможности применения технологий интернет-пропаганды в политическом направлении/ С.В. Володенков// PolitBook. – 2016, №4. – С. 21 [↑](#footnote-ref-84)
85. ## E-Diplomacy and its impact on foreign policy. URL: <http://www.diplomacy.pl/blog/ameryka-polnocna/item/181-e-diplomacy-and-its-impact-on-foreign-policy> (дата обращения: 18.12.2017)

    [↑](#footnote-ref-85)
86. ## Major Programs of the Office of eDiplomacy. URL: <https://web.archive.org/web/20071012084903/http://www.state.gov/m/irm/c23840.htm#diplopedia> (дата обращения: 18.12.2017)

    # 

    [↑](#footnote-ref-86)
87. Ibid. [↑](#footnote-ref-87)
88. Мамаев Ш. Информационные удары/ Мамаев Ш. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2675134> ( дата обращения: 21.12.2017) [↑](#footnote-ref-88)
89. IT Strategic Plan: Fiscal Years 2011-2013 - Digital Diplomacy. URL: <https://2009-2017.state.gov/m/irm/rls/148572.htm> **(**дата обращения: 19.12.2017) [↑](#footnote-ref-89)
90. Федоров О. Д. Новые тенденции в публичной дипломатии США в период администрации Б. Обамы/ О. Д. Федоров// Вектор науки ТГУ. - 2014, №2(28). – С. 128 [↑](#footnote-ref-90)
91. FY 2017 - 2019 IT Strategic Plan/ URL: <https://www.state.gov/m/irm/itplan/index.htm> (дата обращения: 19.12.2017) [↑](#footnote-ref-91)
92. FY 2017 - 2019 IT Strategic Plan/ URL: <https://www.state.gov/m/irm/itplan/index.htm> (дата обращения: 19.12.2017) [↑](#footnote-ref-92)
93. Richter H. R. Web 2.0 and Public Diplomacy/ Richter H. R. URL: <https://static1.squarespace.com/static/559921a3e4b02c1d7480f8f4/t/5862fd06f7e0abc3cf8d3b32/1482882311520/Richter.pdf> (дата обращения: 21.12.2017) [↑](#footnote-ref-93)
94. Johnson J. B. The Next Generation/ J. B. Johnson// Foreign Service Journal. - October 2009. - P. 24. [↑](#footnote-ref-94)
95. Марчуков А. Н. «Публичная дипломатия 2.0 как инструмент внешнеполитической деятельности/ А.Н. Марчуков// Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. - 2014. № 4 (28). – С. 110. [↑](#footnote-ref-95)
96. Там же. [↑](#footnote-ref-96)
97. Пермякова Л. Цифровая дипломатия: направления работы, риски и инструменты/ Пермякова Л. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/tsifrovaya-diplomatiya-napravleniya-raboty-riski-i-instrumen/> (дата обращения: 21.12.2017) [↑](#footnote-ref-97)
98. Марчуков А. Н. «Публичная дипломатия 2.0 как инструмент внешнеполитической деятельности/ А.Н. Марчуков// Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. - 2014. № 4 (28). – С. 110. [↑](#footnote-ref-98)
99. McKelvey F., Dubois E. Toward the responsible use of bots in politics/ McKelvey F., Dubois E. URL: [http://policyoptions.irpp.org/fr/magazines/novembre-2017/toward-the-responsible-use-of-bots-in-politics/ (дата](http://policyoptions.irpp.org/fr/magazines/novembre-2017/toward-the-responsible-use-of-bots-in-politics/(дата) обращения: 25.12.2017) [↑](#footnote-ref-99)
100. Williams C.B., Gulati G. What is a Social Network Worth? Facebook and Vote Share in the 2008 Presidential Primaries/ Williams C.B., Gulati G. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.471.7745&rep=rep1&type=pdf> (дата обращения: 25.12.2017) [↑](#footnote-ref-100)
101. # Ortutay B. How the Trump vs. Clinton Twitter war is becoming central to the U.S. election. URL: <https://www.thestar.com/news/world/2016/10/26/in-this-elections-twitter-war-clinton-and-trump-are-using-very-different-weapons.html> (дата обращения: 01.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-101)
102. Galvez L. Public diplomacy in the new information age/ Galvez L.// URL: <http://www.asef.org/images/docs/ModelASEM_Diplo_PublicDiplomacyInTheNewInformationAge.pdf> (дата обращения: 29.10.2017) [↑](#footnote-ref-102)
103. Сипко Й. ОБРАЗ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ АМЕРИКАНСКИХ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СЛОВАЦКИХ СМИ)/ Й. Сипко// Политическая лингвистика. – 2017, № 2(62). – С. 41 [↑](#footnote-ref-103)
104. Косяков В. Е. Особенности избирательной кампании Д. Трампа/ В. Е. Косяков// Вестник Поволжского института управления. – 2017, Том 17, № 1. – С. 106-108 [↑](#footnote-ref-104)
105. # Keegan J. Clinton vs. Trump: How They Used Twitter/ Keegan J/ URL: <http://graphics.wsj.com/clinton-trump-twitter/> (дата обращения 04.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-105)
106. # Graham J. Trump vs. Clinton: how the rivals rank on Twitter, Facebook, more/ Graham J. URL: <https://www.usatoday.com/story/tech/news/2016/08/04/trump-clinton-social-media-twitter-facobook-youtube-snapchat/87974630/> (дата обращения: 04.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-106)
107. Ibid. [↑](#footnote-ref-107)
108. Ibid. [↑](#footnote-ref-108)
109. # Keegan J. Clinton vs. Trump: How They Used Twitter/ Keegan J/ URL: <http://graphics.wsj.com/clinton-trump-twitter/> (дата обращения 04.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-109)
110. # Wright T. THE 2016 PRESIDENTIAL CAMPAIGN AND THE CRISIS OF US FOREIGN POLICY/ Wright T. URL: <https://www.lowyinstitute.org/publications/2016-presidential-campaign-and-crisis-us-foreign-policy> (дата обращения 08.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-110)
111. Ibid. [↑](#footnote-ref-111)
112. Keneally M. 5 Controversial Leaders and Dictators Donald Trump Has Praised/ Keneally M. URL: <http://abcnews.go.com/Politics/controversial-dictators-leaders-donald-trump-praised/story?id=40373481> (дата обращения: 22.12.2017) [↑](#footnote-ref-112)
113. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. - 12 September 2013. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/378102285001576448> (дата обращения: 13.12.2018) [↑](#footnote-ref-113)
114. Qiu L. Did Vladimir Putin Call Trump «Brilliant»?/ Qiu L. URL: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2016/sep/08/donald-trump/did-vladimir-putin-call-trump-brilliant/> (дата обращения: 08.02.2018) [↑](#footnote-ref-114)
115. Pager T. Trump to Look at Recognizing Crimea as Russian Territory, Lifting Sanctions/ Pager T. URL: <http://www.politico.com/story/2016/07/trump-crimea-sanctions-russia-226292> (дата обращения: 10.02.2018) [↑](#footnote-ref-115)
116. # Wright T. THE 2016 PRESIDENTIAL CAMPAIGN AND THE CRISIS OF US FOREIGN POLICY/ Wright T. URL: <https://www.lowyinstitute.org/publications/2016-presidential-campaign-and-crisis-us-foreign-policy> (дата обращения 08.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-116)
117. ## Trump has 'blind spot' on Russia: Sen. Graham. URL: <http://parstoday.com/en/news/world-i66521-trump_has_'blind_spot'_on_russia_sen._graham> (дата обращения: 14.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-117)
118. Путин назвал истерией обвинения во вмешательстве России в выборы в США. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/581207a79a79478fe08e3955> (дата обращения:08.02.2018**)** [↑](#footnote-ref-118)
119. # Here's Donald Trump's Presidential Announcement Speech. URL: <http://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech/> (дата обращения: 08.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-119)
120. # Kopan T. What Donald Trump has said about Mexico and vice versa/ Kopan T. URL: <https://edition.cnn.com/2016/08/31/politics/donald-trump-mexico-statements/index.html>

     [↑](#footnote-ref-120)
121. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 5 March 2015. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/573646783416508416?lang=ru> (дата обращения: 15.02.2018) [↑](#footnote-ref-121)
122. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 30 march 2015. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/582645393227419648> (дата обращения: 15.02.2018) [↑](#footnote-ref-122)
123. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 30 June 2015. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/615866741994954752> (дата обращения: 15.02.2018) [↑](#footnote-ref-123)
124. # Former Mexican President Says Donald Trump 'Reminds Me of Hitler'. URL: <http://time.com/4239982/vicente-fox-donald-trump-hitler/> (дата обращения: 22.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-124)
125. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 25 February 2016. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/702953023736250369> (дата обращения: 22.02.2018) [↑](#footnote-ref-125)
126. # Exclusive: President Fox Apologizes, Invites Trump to Mexico. URL: <http://www.breitbart.com/2016-presidential-race/2016/05/04/president-fox-apologizes-invites-trump-mexico/> (дата обращения: 22.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-126)
127. # World Leaders React To The Reality Of A Trump Presidency. URL: <https://www.huffingtonpost.com/entry/trump-first-week-global-reactions_us_5888c396e4b0441a8f72181f> (дата обращения: 22.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-127)
128. Ibid. [↑](#footnote-ref-128)
129. Ibid. [↑](#footnote-ref-129)
130. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 30 June 2015. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/615861274929446912?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnn.com%2F2016%2F08%2F26%2Fpolitics%2Fdonald-trump-immigration-tweets%2Findex.html> (дата обращения: 22.02.2018) [↑](#footnote-ref-130)
131. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 25 August 2015. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/636155822326829056?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnn.com%2F2016%2F08%2F26%2Fpolitics%2Fdonald-trump-immigration-tweets%2Findex.html> (дата обращения: 22.02.2018) [↑](#footnote-ref-131)
132. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 31 August 2015. URL <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/638367095424712704?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnn.com%2F2016%2F08%2F26%2Fpolitics%2Fdonald-trump-immigration-tweets%2Findex.html> (дата обращения: 22.02.2018) [↑](#footnote-ref-132)
133. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 7 December 2015. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/673993417429524480?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnn.com%2F2016%2F08%2F26%2Fpolitics%2Fdonald-trump-immigration-tweets%2Findex.html> (дата обращения 15.03.18) [↑](#footnote-ref-133)
134. # Estepa J. 'Preventing Muslim immigration' statement disappears from Trump's campaign site/ Estepa J. URL:

     <https://www.usatoday.com/story/news/politics/onpolitics/2017/05/08/preventing-muslim-immigration-statement-disappears-donald-trump-campaign-site/101436780/> (дата обращения 15.03.18) [↑](#footnote-ref-134)
135. # World Leaders React To The Reality Of A Trump Presidency. URL: <https://www.huffingtonpost.com/entry/trump-first-week-global-reactions_us_5888c396e4b0441a8f72181f> (дата обращения: 22.02.2018)

     [↑](#footnote-ref-135)
136. Twitter message by Clinton H./ Twitter. – 9 June 2016.URL: <https://twitter.com/hillaryclinton/status/740973710593654784> (дата обращения 14.03.18) [↑](#footnote-ref-136)
137. President Obama Endorses Hillary Clinton as His Successor.URL: <http://fortune.com/2016/06/09/president-obama-endorses-hillary-clinton-as-his-successor/> (дата обращения 15.03.18) [↑](#footnote-ref-137)
138. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 9 June 2016. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/740972317191352320> (дата обращения: 14.03.2018) [↑](#footnote-ref-138)
139. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 9 June 2016. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/741007091947556864> (дата обращения: 14.03.2018) [↑](#footnote-ref-139)
140. # Donald Trump says Hillary Clinton deleted 33,000 emails after getting a subpoena. URL: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2016/oct/09/donald-trump/donald-trump-says-hillary-clinton-deleted-33000-em/> (дата обращения: 22.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-140)
141. # Twitter message by Priebus R./ Twitter. – 9 June 2016. URL: <https://twitter.com/reince/status/740993607289688065> (дата обращения: 22.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-141)
142. Twitter message by Clinton H./ Twitter. – 26 September 2016. URL: <https://twitter.com/hillaryclinton/status/780577643456565248> (дата обращения: 22.03.2018) [↑](#footnote-ref-142)
143. Twitter message by Trump D. J./ Twitter. – 6 November 2012. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/265895292191248385> (дата обращения: 22.03.2018) [↑](#footnote-ref-143)
144. How #election2016 was tweeted so far. URL: https://blog.twitter.com/official/en\_us/a/2016/how-election2016-was-tweeted-so-far.html (дата обращения: 26.03.2018) [↑](#footnote-ref-144)
145. # Dillen M. THE REAL HILLARY TAKES OVER/ Dillen M. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/real-hillary-takes-over> (дата обращения: 26.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-145)
146. # Судник А., Тришин А. Битва за лидеров мнений: как блогеры стали выгоднее любой рекламы/ Судник А., Тришин А. URL: <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/345727-bitva-za-liderov-mneniy-kak-blogery-stali-vygodnee-lyuboy-reklamy> (дата обращения: 26.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-146)
147. # Key opinion leaders: who are they and why do they matter? URL: <https://www.lianatech.com/news/liana-technologies-hints-and-tips/tip/key-opinion-leaders-who-are-they-and-why-do-they-matter.html> (дата обращения: 26.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-147)
148. Keller E., Berry J. *The Influentials*. : One American in Ten Tells the Other Nine How to Vote, Where to Eat, and What to Buy/ Keller E., Berry J. - NY: The Free Press, 2003. – P 24. [↑](#footnote-ref-148)
149. Katz E., Lazarsfeld P.F. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications/ Katz E., Lazarsfeld P.F. - NY: Free Press, 1955. [↑](#footnote-ref-149)
150. [↑](#footnote-ref-150)
151. # Bravo R. B. Opinion leadership in parliamentary Twitter networks: A matter of layers of interaction?/ R. B. Bravo// JOURNAL OF INFORMATION TECHNOLOGY & POLITICS. - 2017, VOL. 14(3). – P. 265

     [↑](#footnote-ref-151)
152. Karlsen R., Enjolras B. Styles of social media campaigning and influence in a hybrid political communication system: Linking candidate survey data with Twitter data./ R. Karlsen, B. Enjolras.// The International Journal of Press/Politics. – 2016, №21(3). – P. 341. [↑](#footnote-ref-152)
153. Rosa B.B., Marc E. Opinion leadership in parliamentary Twitter networks./ B. B. Rosa, E. Marc.// Journal of Information Technology & Politics. – 2017. – P. 3. [↑](#footnote-ref-153)
154. # Top 50 US politics Twitter accounts to follow. URL: <https://www.theguardian.com/world/richard-adams-blog/2010/oct/05/top-50-twitter-accounts-us-politics-election> (дата обращения 18.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-154)
155. Personal page of Wiegel D. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/daveweigel> (дата обращения 18.03.2018) [↑](#footnote-ref-155)
156. Personal page of Knoller M. on Twitter./ Twitter. URL <https://twitter.com/markknoller> (дата обращения 18.03.2018) [↑](#footnote-ref-156)
157. Personal page of Tapper J. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/jaketapper> (дата обращения 18.03.2018) [↑](#footnote-ref-157)
158. Personal page of Cox A.M. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/anamariecox> (дата обращения 18.03.2018) [↑](#footnote-ref-158)
159. Personal page of Brasile D. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/donnabrazile> (дата обращения 18.03.2018) [↑](#footnote-ref-159)
160. Personal page of Todd C. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/chucktodd> (дата обращения 18.03.2018) [↑](#footnote-ref-160)
161. Personal page of Greenwald G. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/ggreenwald> (дата обращения 18.03.2018) [↑](#footnote-ref-161)
162. Official page of Silver N. on Twitter./ Twitter. URL: <https://twitter.com/fivethirtyeight> (дата обращения 18.03.2018) [↑](#footnote-ref-162)
163. Twitter message by Cox A.M. / Twitter. – 9 November 2016. URL: <https://twitter.com/anamariecox/status/796394215085375488?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.hollywoodreporter.com%2Fnews%2Fhillary-clinton-concession-speech-katy-perry-leslie-jones-ellen-degeneres-react-945740&tfw_creator=THR&tfw_site=THR> (дата обращения: 20.03.2018) [↑](#footnote-ref-163)
164. Twitter message by Cox A.M. / Twitter. – 8 November 2016. URL: <https://twitter.com/anamariecox/status/796235713348038656?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fmashable.com%2F2016%2F11%2F09%2Fmental-health-election-result%2F&tfw_creator=mashable&tfw_site=mashable> (дата обращения: 20.03.2018) [↑](#footnote-ref-164)
165. Twitter message by Todd C. / Twitter. – 9 November 2016. URL: <https://twitter.com/chucktodd/status/796261665536929792?tfw_creator=foxnewsinsider&tfw_site=foxnewsinsider&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Finsider.foxnews.com%2F2016%2F11%2F09%2Fdems-react-donald-trump-election-win-hillary-defeat> (дата обращения: 20.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-165)
166. Twitter message by Greenwald G. / Twitter. – 8 November 2016. URL: <https://twitter.com/ggreenwald/status/796213031487283201?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.popsugar.com%2Fnews%2FBest-Tweets-From-Election-Night-2016-42677210&tfw_creator=POPSUGAR&tfw_site=POPSUGAR> (дата обращения: 20.03.2018) [↑](#footnote-ref-166)
167. Twitter message by Silver N. / Twitter. – 8 November 2016. URL: <https://twitter.com/NateSilver538/status/796171179484659712> (дата обращения: 20.03.2018) [↑](#footnote-ref-167)
168. # Live election results, updates: Donald Trump elected president. URL: <http://www.oregonlive.com/today/index.ssf/2016/11/live_election_results_updates.html> (дата обращения: 20.03.2019)

     [↑](#footnote-ref-168)
169. # Индекс национальных брендов Anholt-GfK 2016. URL: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/indeks-nacionalnykh-brendov-anholt-gfk-2016/> (дата обращения: 20.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-169)
170. # Trump's Tweets 'Official Statements,' Spicer Says. URL: <https://www.nbcnews.com/politics/white-house/trump-s-tweets-official-statements-spicer-says-n768931> (дата обращения: 27.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-170)
171. # Sarah Sanders: Twitter lets Trump reach people without 'media filtering'. URL: <https://www.washingtonexaminer.com/sarah-sanders-twitter-lets-trump-reach-people-without-media-filtering> (дата обращения: 27.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-171)
172. Kellyanne Conway says media is «obsessed» with Trump’s tweets after President goes on early morning tirade. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/trump-travel-ban-tweets-kellyanne-conway-media-obsessed-twitter-president-a7773726.html> (дата обращения: 30.03.2018) [↑](#footnote-ref-172)
173. # White House: Trump's tweets are 'official statements. URL: <https://edition.cnn.com/2017/06/06/politics/trump-tweets-official-statements/index.html> (дата обращения: 30.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-173)
174. # Twitter message by Trump D./ Twitter. – 17 September 2017. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/909384837018112000?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Flenta.ru%2Fnews%2F2017%2F09%2F17%2Frocketman%2F&tfw_site=lentaruofficial> (дата обращения: 30.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-174)
175. # Трамп пообещал КНДР недолгое существование. URL: <https://lenta.ru/news/2017/09/24/trump_korea/> (дата обращения: 30.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-175)
176. # North Korea calls Trump a 'lunatic old man' who may 'start nuclear war' as US and Japan hold summit. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/asia/north-korea-donald-trump-lunatic-nuclear-war-kim-jong-un-us-japan-summit-latest-updates-a8040046.html> (дата обращения: 30.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-176)
177. # Трамп пожаловался в Twitter на оскорбление со стороны Ким Чен Ына/ URL: <http://www.ntv.ru/novosti/1950680/> (дата обращения: 30.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-177)
178. # Kim Jong Un touts 'nuclear button' on his desk, taunts the US in New Year's Day message. URL: <http://www.businessinsider.com/kim-jong-un-touts-nuclear-button-on-his-desk-taunts-the-us-2017-12> (дата обращения: 05.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-178)
179. Twitter message by Trump D./ Twitter. – 2 January 2018. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/948355557022420992> (дата обращения: 05.04.2018) [↑](#footnote-ref-179)
180. Twitter message by Pence M./ Twitter. – 8 January 2018. URL: <https://twitter.com/vp/status/950485107856560130> (дата обращения: 05.04.2018) [↑](#footnote-ref-180)
181. # Год президентства Дональда Трампа: самые яркие моменты. URL: <https://www.metronews.ru/novosti/world/reviews/god-prezidentstva-donalda-trampa-samye-yarkie-momenty-1361186/> (дата обращения: 05.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-181)
182. # World leaders react to Donald Trump's speech on Iran. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2017/10/world-leaders-react-donald-trump-speech-iran-171013183124584.html> (дата обращения: 30.03.2018)

     [↑](#footnote-ref-182)
183. # Трамп скопировал в «Твиттере» антимусульманские видео. URL: <https://www.golos-ameriki.ru/a/trump-re-twitts/4141922.html> (дата обращения: 02.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-183)
184. Там же. [↑](#footnote-ref-184)
185. # White House defends anti-Muslim Trump tweets, says it doesn't matter if videos are real. URL: <https://edition.cnn.com/2017/11/29/politics/trump-anti-muslim-tweets/index.html> (дата обращения: 08.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-185)
186. # White House: It doesn't matter if anti-Muslim videos are real because 'the threat is real'. URL: <https://www.cnbc.com/2017/11/29/white-house-it-doesnt-matter-if-anti-muslim-videos-are-real-the-threat-is-real.html> (дата обращения: 08.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-186)
187. # The United States has officially attacked Syria. URL: <https://www.vox.com/world/2017/4/6/15214758/us-syria-assad-bomb-cruise-missile> (дата обращения: 08.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-187)
188. Россия будет сбивать ракеты при ударах США по Сирии, заявил посол в Ливане. URL: <https://news.rambler.ru/politics/39586003-rossiya-prigrozila-sbivat-rakety-ssha/> (дата обращения: 08.04.2018) [↑](#footnote-ref-188)
189. Twitter message by Trump D./ Twitter. – 11 April 2018. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/984022625440747520> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-189)
190. Twitter message by Trump D./ Twitter. – 11 April 2018. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/984032798821568513> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-190)
191. Twitter message by Goldmacher S./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/ShaneGoldmacher/status/850161010065502208?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-191)
192. Twitter message by Mattingly./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/Phil_Mattingly/status/850176606257778689/photo/1?tfw_site=voxdotcom&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-192)
193. Twitter message by Rand P./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/RandPaul/status/850161856589246464?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 10.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-193)
194. Twitter message by Amash J./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/justinamash/status/850180837828153344?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-194)
195. Twitter message by Trump D./ Twitter. – 30 August 2013. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/373581528405905408> (дата обращения: 10.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-195)
196. Twitter message by Massie T./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/RepThomasMassie/status/850161952131354625/photo/1?tfw_site=voxdotcom&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-196)
197. Twitter message by Moulton S./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/sethmoulton/status/850158470896680960?lang=ru> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-197)
198. Twitter message by Lieu T./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/tedlieu/status/850160649208565761?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-198)
199. Twitter message by Lee B./ Twitter. – 6 April 2017. URL: <https://twitter.com/RepBarbaraLee/status/850164891482718212?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2F2017%2F4%2F6%2F15214844%2Ftrump-syria-airstrike-reactions&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-199)
200. # Syria strike reactions: what top Republicans and Democrats in Congress are saying. URL: <https://www.vox.com/2017/4/6/15214844/trump-syria-airstrike-reactions> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-200)
201. Twitter message by Trump D./ Twitter. – 25 November 2017. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/934563828834164739> (дата обращения: 10.04.2018) [↑](#footnote-ref-201)
202. Twitter message by Trump D./ Twitter. – 28 May 2017. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/868807327130025984?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fthehill.com%2Fhomenews%2Fadministration%2F335453-trump-many-leaks-are-fabricated-lies-made-up-by-fake-news-media> (дата обращения: 11.04.2018) [↑](#footnote-ref-202)
203. Twitter message by Trump D./ Twitter. – 28 May 2017. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/868807754231820291?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fthehill.com%2Fhomenews%2Fadministration%2F335453-trump-many-leaks-are-fabricated-lies-made-up-by-fake-news-media> (дата обращения: 11.04.2018) [↑](#footnote-ref-203)
204. Twitter message by Trump D./ Twitter. – 28 May 2017. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/868985285207629825?lang=ru> (дата обращения: 11.04.2018) [↑](#footnote-ref-204)
205. # Twitter message by Trump D./ Twitter. – 2 July 2017. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/881503147168071680> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-205)
206. # Дональд Трамп и CNN разругались на глазах пользователей Twitter . URL: <https://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201711261332-y6ww.htm> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-206)
207. # Twitter message by Trump D./ Twitter. – 29 August 2013. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/373146637184401408> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-207)
208. # Twitter message by Greenwald G../ Twitter. – 13 April 2018. URL: <https://twitter.com/ggreenwald/status/984970181171695618> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-208)
209. # Twitter message by Greenwald G../ Twitter. – 13 April 2018. URL: <https://twitter.com/ggreenwald/status/984972713801453573> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-209)
210. # Twitter message by Amash J./ Twitter. – 13 April 2018. URL: <https://twitter.com/justinamash/status/984991095473000448> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-210)
211. # Twitter message by Silver N./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/FiveThirtyEight/status/985142125657391104> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-211)
212. # Twitter message by Silver N./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/FiveThirtyEight/status/985216123846123520> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-212)
213. # Here’s how leaders around the world are responding to the strike on Syria. URL: <https://www.vox.com/world/2017/4/7/15217370/international-reaction-syria-attacks-trump> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-213)
214. Twitter message by Trump D./ Twitter. – 13 April 2018. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/985130802668294144> (дата обращения: 11.04.2018) [↑](#footnote-ref-214)
215. # 'Mission Accomplished!': People are roasting Trump for using an infamous Bush-era phrase after the Syria strikes. URL: <http://www.businessinsider.com/twitter-users-slam-trump-mission-accomplished-bush-2018-4> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-215)
216. Ibid. [↑](#footnote-ref-216)
217. # Twitter message by Fleischer A../ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/AriFleischer/status/985136113168896001?tfw_creator=sonam_sheth&tfw_site=PoliticsInsider&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.businessinsider.com%2Ftwitter-users-slam-trump-mission-accomplished-bush-2018-4> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-217)
218. # Twitter message by O’Donnell K./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/KellyO/status/985131412042010624?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2Fpolicy-and-politics%2F2018%2F4%2F14%2F17237788%2Ftrump-tweet-syria-mission-accomplished-bush&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 18.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-218)
219. # Twitter message by Schartz B./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/brianschatz/status/985142810578796544?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2Fpolicy-and-politics%2F2018%2F4%2F14%2F17237788%2Ftrump-tweet-syria-mission-accomplished-bush&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-219)
220. # Twitter message by Tanden N./ Twitter. – 14 April 2018. URL: <https://twitter.com/neeratanden/status/985131862296317952?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.businessinsider.com%2Ftwitter-users-slam-trump-mission-accomplished-bush-2018-4&tfw_creator=sonam_sheth&tfw_site=PoliticsInsider> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-220)
221. # Twitter message by Trump D./ Twitter. – 15 April 2018. URL: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/985492862958698497?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vox.com%2Fpolicy-and-politics%2F2018%2F4%2F14%2F17237788%2Ftrump-tweet-syria-mission-accomplished-bush&tfw_site=voxdotcom> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-221)
222. # Исследование GfK: Anholt-GfK Nation Brand Index 2017. URL: <https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2017/GfK_Rus_Press_Release_NationBrandsIndex_Dec2017.pdf> (дата обращения: 11.04.2018)

     [↑](#footnote-ref-222)