ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

ВЫПУСК 10(74), 2021

Научный журнал

Журнал «Вопросы политологии» включен
в Перечень рецензируемых научных изданий
ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ
по политическим наукам, в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени кандидата
наук, на соискание ученой степени доктора наук

Журнал включен в Перечень научных изданий
рекомендованных ВАК Республики Узбекистан
для публикации основных научных результатов диссертаций
по политическим и философским наукам

МОСКВА, 2021

ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

ISSN 2225–8922

**ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН
В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ**

Председатель Редакционного Совета – ПЛАТОНОВ В.М.,
к.ю.н., заведующий кафедрой политического анализа и управления РУДН,
Председатель Московской городской Думы (1994–2014 гг.)

Редакционный Совет

АВАЗОВ Камиль Халиевич	д.ф. (PhD) по полит. наукам, Региональный центр переподготовки и повышения квалификации работников народного образования Сурхандарьинской области (Узбекистан, г. Ташкент)
АСТВАЦАТУРОВА Майя Арташесовна	д.п.н., профессор, Пятигорский государственный университет (Россия, г. Пятигорск)
БЛОХИН Владимир Владимирович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
БОЖАНОВ Владимир Александрович	д.и.н., профессор, Белорусский Национальный технический университет (Белоруссия, г. Минск)
ВАНКОВСКА Биляна	профессор политологии и международных отношений факультета философии Университета Святых Кирилла и Мефодия (Македония, г. Скопье)
ВЕДРИН Оливье	профессор, ректор «Континентального университета в Киеве» (Франция, г. Париж)
ВЕЛИКАЯ Наталья Михайловна	д.п.н., профессор, ИСПИ ФНИСЦ РАН, РГГУ (Россия, г. Москва)
ГОНЧАРОВ Пётр Константинович	д.с.н., профессор, Российский университет транспорта (МИИТ) (Россия, г. Москва)
ГРАЧЁВ Михаил Николаевич	д.п.н., профессор, РГГУ (Россия, г. Москва)
ДЭМБЭРЭЛ К.	доктор (PhD), Институт международных отношений АН Монголии (Монголия, г. Улан-Батор)
ДОНАЙ Лукаш	д.п.н., профессор, Университет им. Адама Мицкевича в Познани (Польша, г. Познань)
ЖИЛЬЦОВ Сергей Сергеевич	д.п.н., профессор, Дипломатическая академия МИД РФ (Россия, г. Москва)
КАРАДЖЕ Татьяна Васильевна	д.ф.н., профессор, МПГУ (Россия, г. Москва)
КАССАЕ НЫГУСИЕ В. МИКАЭЛЬ	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
КОВАЛЕНКО Валерий Иванович	д.ф.н., профессор, МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
КОМЛЕВА Валентина Вячеславовна	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
КРИВОКАПИЧ Борис	д.ю.н., Унион–Никола Тесла университет (Сербия, г. Белград)
МЕДВЕДЕВ Николай Павлович	д.п.н., профессор, главный редактор журнала (Россия, г. Москва)
МИХАЙЛОВ Вячеслав Александрович	д.и.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВА Елена Александровна	д.с.н., профессор, МГИМО МИД России (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВ Александр Данилович	д.и.н., профессор, МАИ (Россия, г. Москва)
НАСИМОВА Гульнара Орленбаевна	д.п.н., профессор, Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби (Казахстан, г. Алматы)
НИСНЕВИЧ Юлий Анатольевич	д.п.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ОРЛОВ Игорь Борисович	д.и.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ПАХРУТДИНОВ Шукритдин Ильясович	д.п.н., профессор, Институт переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов системы народного образования имени А. Авлони (Узбекистан, г. Ташкент)
ПЛЯЙС Яков Андреевич	д.и.н., д.п.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ (Россия, г. Москва)
ПРЯХИН Владимир Федорович	д.п.н., профессор, РГГУ (Россия, г. Москва)
ПУСЬКО Виталий Станиславович	д.ф.н., профессор, ВА РВСН им. Петра Великого (Россия, г. Москва)
СЛИЗОВСКИЙ Дмитрий Егорович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
СЫЗДЫКОВА Жибек Сапарбековна	д.и.н., профессор, ИСАА МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
ХОПЕРСКАЯ Лариса Львовна	д.п.н., профессор, Киргизско-Российский славянский университет (Киргизия, г. Бишкек)
ШАРКОВ Феликс Изосимович	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
ЯН ФУЛИНЬ	проректор Хэйлунцзянского института иностранных языков (КНР, г. Харбин)

Редакционная коллегия

Главный редактор – МЕДВЕДЕВ Н.П., д.п.н., профессор

Абрамова О.Д. (д.п.н.)
Кетлян Г.В. (к.п.н. – зам. гл. редактора)

Насимова Г.О. (д.п.н.)
Шкурина С.С. (к.п.н. – ответ. редактор)

УЧРЕЖДЕН
ООО «Издательство
«Наука сегодня»

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой
по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны
культурного наследия

Per. № ПИ № ФС77–46176
от 12 августа 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс
научного цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory

Пятилетний импакт-фактор: 1,489.

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, поцошный этаж,
помещение I, комната 7-1, офис 4
Тел.: (910) 463-53-42

Интернет-ресурс:
www.voprospolitolog.ru
E-mail: voprospolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Шкурина С.С.

Перевод
Чернышова Е.В.

Компьютерная верстка
Анциферова А.С.

Подписано в печать 27.10.2021
Формат 60×84/8. Объем 24,3.
Печать офсетная.
Тираж – 1000 экз.
(1-й завод – 500 экз.)
Заказ № 000.

Отпечатано в типографии
ООО «Белый ветер»
115054, г. Москва, ул. Шипок, 28
Тел.: (495) 651-84-56

ISSN 2225-8922 (print)

12 выпусков в год и

4 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://voprosplitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих

(Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ

Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70035

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2016 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая регионалистика и этнополитика», «Политическая культура и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе COPE (Committee on Publication Ethics) <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://voprosplitolog.ru>

Электронный адрес: voprosplitolog@yandex.ru

ISSN 2225-8922 (print)

12 issues a year plus

4 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://voprosplitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70035

Objectives and themes

Academic journal “Political Science Issues” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2016. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “History and philosophy of politics,” “Political institutions, processes and technologies,” “Political regionalism and ethno-politics,” “Political culture and ideologies,” “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the COPE (Committee on Publication Ethics) document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://voprosplitolog.ru>

E-mail address: voprosplitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

- Осипов А.В.** Теоретико-методологический потенциал
применения акторно-сетевой теории для анализа современных
политических институтов, процессов и технологий 2694
- Персидская О.А.** Политизация этничности:
теоретический разворот в концептуальной трактовке феномена 2703

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

- Тушков А.А., Ворон-Ковальская А.О.** Проблемы
фрактального моделирования гражданского образования Китая
(к вопросу о системе образования в Гонконге и Материковом Китае)..... 2710
- Зубова О.Г., Филипова А.Г.** TikTok: новые возможности
для коммуникации и самовыражения современных подростков 2719

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

- Герасимова И.В., Нестерчук О.А., Гришин В.О.** Влияние
миграционных процессов на демографическое развитие
Российской Федерации 2731
- Бродская Н.П.** Искусственный интеллект:
социальные риски и вызовы 2738
- Белов С.И.** Перспективы использования видеоигр
и индустрии их производства как инструмента политики памяти
с точки зрения профильных органов государственной власти и НКО 2747
- Гришин О.Е., Белов М.В., Габдуллин К.А.** Трансформация российских
политических кампаний в контексте политической стабильности:
эффективность интернет-технологий 2754
- Козлов С.Е.** Интернет-мемы как репрезентация политического
участия в условиях развития социально-сетевых коммуникаций..... 2764
- Асси Абед Эль Рахим.** Особенности психологического имиджа
Дональда Трампа в американских СМИ..... 2772
- Белюсов Г.Ф.** Использование системы «Инцидент Менеджмент»
в электоральном процессе на примере избирательной кампании
врио губернатора Санкт-Петербурга Александра Беглова..... 2779
- Ларедж Ильяс.** Влияние институциональных факторов
на классификацию региональных конфликтов 2787
- Лобойко Д.А.** Российская региональная политическая элита
и ее потенциал к самообновлению 2794

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

- Ванковска Б.** Возможна ли глобализированная солидарность?..... 2803

Крупянко М.И., Арешидзе Л.Г. Япония в борьбе с пандемией «COVID-19»: шаг вперед, два шага назад	2813
Койбаев Б.Г., Наджарян А.Б. Влияние третьего сектора на процессы разработки и реализации государственной политики в Республике Армения.....	2822
Тушков А.А., Животова Д.А. Эротическая графика абунэ и сюнга эпохи Эдо как источник формирования массовой культуры Японии	2831
Кузякин А.Г., Погодин С.Н. Роль ВОЗ в противостоянии пандемии коронавируса COVID-19.....	2840
Чемшит А.А., Ковалевский А.А. Глобальные и европейские противоречия в современном геополитическом дискурсе в Болгарии (Часть I)	2849
Мусина Р.И. Истоки и особенности национализма в современной Венгрии	2861
Аниськевич Н.С. Приоритеты внешней политики Чили во время пандемии	2870
Бадаева А.С. Стеклоплатформы Марин Ле Пен.....	2876
Филиппенко А.А. Изменения концепций расы и этноса в переписях населения США	2886
Данилова Е.В., Данилов В.В. Правовые основы миграционной политики Италии.....	2896
Ионова А.Н., Попов С.И. Политика раздельного сбора и переработки твердых коммунальных отходов в Германии	2905
Жанышбек уулу Азамат. Развитие гражданского общества в Кыргызской Республике	2912
Плиев С.М., Кулумбекова Л.Т., Санакоев И.Б., Буторов А.С. Вопросы реализации механизмов мягкой силы Грузии в отношении Южной Осетии.....	2919
Иванова И.И., Васильева Е.А. Турция и Египет: проблемы отношений и начало «перезагрузки» (2002-2021 гг.)	2926
Колыхалов М.И. Подходы России и Швейцарии к использованию «мягкой силы», участие субнациональных регионов в реализации данной концепции.....	2935
Гусейнова С.Э. Азербайджан на пути в Всемирную Торговую Организацию: ожидаемые перспективы	2943
Туракулов З.А. Ускорение цифровой пропаганды: аналитическая точка зрения.....	2954
Уроков Б.А. Опыт Узбекистана в обеспечении религиозной терпимости и межконфессионального сотрудничества.....	2960
Зюзина А.А. В общих интересах вопреки геополитической напряженности: Соглашение о предотвращении нерегулируемого промысла в Арктике вступило в силу	2966

<i>Мафуанг Сунатат.</i> Факторы институциональных неудач АСЕАН и ЕС: сравнительный анализ механизмов в борьбе с COVID-19	2972
НАШИ АВТОРЫ	2982
ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ	2991

ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИМИДЖА ДОНАЛЬДА ТРАМПА В АМЕРИКАНСКИХ СМИ

Одной из сфер интересов политологии выступает такое направление, как изучение имиджа и личности политиков, рассмотрение и анализ их политических платформ. Дональд Трамп – увлекательный и эпатажный политик, его неординарная личность интересна не только профессионалам, но и общественности по всему миру. В этой статье мы сосредоточимся на ментальном образе Дональда Трампа, который в полном разнообразии представлен в американских СМИ.

Дональд Трамп часто использует Twitter в качестве политического инструмента: его победа в 2016 году и неослабевающее внимание к его постам в социальных сетях показывают, что экс-президент США использует Twitter эффективно и рационально. Дональд Трамп, по сути, создал новый политический образ, который выделяет его на фоне его оппонентов и предшественников.

Ключевые слова: Дональд Трамп, имидж, СМИ, политика, информация, социальные сети, интернет.

В сегодняшних предвыборных баталиях политический имидж в средствах массовой информации – СМИ, является важным фактором для любого амбициозного кандидата или лидера. Демократия означает, что граждане выбирают «правильных», в своем понимании, кандидатов и затем наделяют их политическими полномочиями. Но что рядовые граждане знают о личностях и предвыборных программах кандидатов? Данная информация специфична и по существу ограничена, а то что показывается избирателю, может являться манипуляцией политтехнологов. СМИ создают определенный политический образ кандидата и в случае победы кандидата, развивают этот образ в лице политика.

Важно подчеркнуть, что данный вопрос достаточно активно исследуется как теорией, так и практикой, в этой связи появилось достаточно много тем в этой области [2].

Однако нельзя сказать, что политические образы и формирующие их СМИ являются исчерпывающими. Существует несколько объективных факторов, которые определяют специфику и делают важным изучение этого вопроса.

Дональд Трамп – 45-й Президент США, политик, который динамично использовал множество сложных приемов для создания оптимального имиджа.

Дональд Трамп знает, как использовать Twitter в политических целях, он часто обращался к Twitter, используя его как инструмент для распространения своего влияния в массы. Л.В. Чернышова в этой связи отмечает, что Дональд Трамп «продукт, который необходимо продать в ходе предвыборной гонки», Twitter, являясь социальной сетью, выступает не только как ораторская, но и как рекламная площадка. Именно эту социальную сеть чаще всего использует Дональд Трамп, и его образ можно изучить с научной точки зрения [10. С. 382-385].

Подчеркнем психологические параметры, определяющие Дональда Трампа как новый тип политика – «супергеройская антиполитическая знаменитость».

Л.В. Чернышова перечисляет психологические параметры имиджа Дональда Трампа обобщая их следующим образом:

1. Радикализация образа Дональда Трампа – привлекательный и реалистичный исполнитель, написавший 15 книг о предпринимательстве и снявшийся в более чем 100 фильмах, телепередачах и реалити-шоу. Для политика Трампа это сцена, на которой он может продемонстрировать свою харизму. Он прекрасно выглядит на сцене. В поисках слабых сторон Дональда Трампа мы не должны забывать о его медийной подготовке в военном училище, которая изменила его взгляды на жизнь. Вот как выглядит настоящий «супергерой». Он – «герой», который не допускает конкуренции.

2. Высокая самооценка и абсолютная уверенность в себе. Анализ известных высказываний Дональда Трампа показывает, что он считает себя «достигшим многого и стремящимся к более высоким достижениям, чем любой из его предшественников» (твит от 25 апреля 2020 года). Настоящий «супергерой» спасает все и всегда побеждает – ибо он несет добро и справедливость. Он не знает слова «провал».

3. Эмоциональный характер принятия решений. Импульсивность Дональда Трампа, его готовность сокрушать своих оппонентов и способность компенсировать собственные недостатки нападками на них, не сработают в условиях глобального кризиса, столь серьезного, как Карибский кризис. Поэтому стоит надеяться, что американская система «мягкой силы», сдержек и противовесов, которая не оставляет принятие важных решений на усмотрение одного человека, поможет избежать неприятных ситуаций.

4. Расчетливость. Взвешенный подход (сделка) Дональда Трампа – это сочетание эмоций и расчетливого делового поведения. Этот парадокс мож-

но разрешить, если рассматривать Дональда Трампа как типичного харизматичного политика. Политика – это, по сути, сфера разума, но личность такого политика, как Дональд Трамп, окрашена эмоциями – они переполняют его и выплескиваются на аудиторию.

Бизнесмен, прирожденный политик и дипломат, Дональд Трамп не говорит правду, но и не лжет; он может поддерживать и выражать позиции и мнения, диаметрально противоположные его собственным, но он, конечно, не формулирует однозначно и свои собственные позиции. Бесспорно, что личностные характеристики и политические возможности Дональда Трампа, 45-го президента США, имеют личное и индивидуальное содержание и форму, с одной стороны, и социальное и общественное (политическое и экономическое) содержание – с другой. Дональд Трамп, как и все другие общественные деятели, политики и государственные деятели, действует в соответствии с положениями, законами и интересами Конституции США. Как таковой, он должен, или, скорее, вынужден, играть уготованную ему роль на арене национального и глобального политического Олимпа [3].

Благодаря своему богатому практическому опыту в шоу-бизнесе и пропагандистской силе поп-культуры, Дональд Трамп превратил президентские выборы 2016 года в продолжение своей личной имиджевой репутации, охватив все кабельные новостные каналы, которые транслировали его выступления и обращения к нации бесплатно. Дональд Трамп не подходит под категории «суперзвезда политической пропаганды» или «бытийная политическая знаменитость», которая все еще активно обсуждается в СМИ и публикациях [13]. Скорее, политическая личность Дональда Трампа сочетает в себе элементы двух этих типов знаменитых политиков. На мой взгляд, Дональд Трамп создал свой собственный образ «знаменитости-антиполитика-супергероя», используя различные оправдания своей личности и собственные манипулятивные навыки в Twitter. Этот новый образ отражает эпоху «популизма» и «антиполитики».

Политики-знаменитости способны привлечь в политический механизм новые социальные группы. Наглядный пример Д. Трампа показывает, что его образ «антиполитического супергероя» вместо этого развивает антидемократическую повестку дня.

Политический имидж экс-президента США, Дональда Трампа, безусловно, представляет собой образ «политика-знаменитости». Это потому, что он – политик из мира шоу-бизнеса, использующий в своей кампании приемы пропагандистской культуры. Политики-знаменитости часто рассматриваются как перспективные кандидаты, которые появляются в результате изучения общественного мнения. Состоявшиеся политики, как правило, используют СМИ. Такой имидж облегчает общение с разочарованными избирателями; Мэтью Вуд и др. проводят различие между «политическими суперзвездами» и «просто политическими знаменитостями» [9].

«Политики-суперзвезды» в отличие от «обычных политических деятелей» отличаются своими медиаплатформами, маркетинговыми подходами и ролями». Политики-суперзвезды» появляются в «традиционных» телевизионных шоу, а «повседневные политики» – в политических реалити-шоу и нетрадиционных интерактивных медиа, таких как Twitter. Иногда известные политики появляются в интернете после скандалов, что контрастирует с отстраненностью и дистанцированностью «повседневных политических знаменитостей» [8].

«Политические суперзвезды» – это часть их собственного имиджа и часть концепции «сильного и преданного лидера». Обычные политики-знаменитости строят свой имидж на идеале «обычных людей, таких же, как их избиратели», но в действительности они достаточно изолированы от бед повседневной жизни. Простые люди ищут кандидатов «против власти», потому что не доверяют нынешнему правящему классу. Политические «суперзвезды» должны быть «как мы» (обычные люди), но более конкретными и влиятельными. Что касается интернет-платформ, то в настоящее время существенная часть политиков, вероятно, используют каналы интернет-коммуникации, такие как Twitter, для удовлетворения собственной потребности быть «как мы». Однако можно утверждать, что и состоявшиеся политики, и новые «политики-суперзвезды» в той или иной степени используют классические вещательные и онлайн СМИ [7].

Трамп очень серьезно относится к критике демократов в СМИ. Он называет СМИ «лжецами», «продажными» и «неправдивыми». Сам Трамп рассматривается как способный лидер, который может спасти экономику в трудные времена, но он скован «нечестными демократами», лобби и «фальшивыми СМИ». В Твиттере Д. Трамп предстает как командный игрок, но его сын ведет себя в Твиттере крайне осторожно. Есть частное, общеполитическое и для бизнеса. Твиты Трампа коротки и эмоциональны. Его тон твердый и прямой.

Создавая многогранную онлайн-персону, которая является одновременно предпринимателем и знаменитостью, Дональд Трамп использует элементы «традиционной политической знаменитости» и «политической суперзвезды» для создания довольно двойственного образа «политической знаменитости как антиполитика и супергероя». Известные политики как антиполитики и супергерои – для создания убедительного и правдоподобного образа был использован полный двойной элемент.

Дональд Трамп использует мощные методы создания имиджа, чтобы творчески объединить обычных людей и людей с нетипичным жизненным опытом. Это позволяет ему адаптироваться к новым нестандартным ситуациям и вызовам. В зависимости от ситуации, он может подчеркнуть свои качества властного и решительного человека или простого гражданина, чтобы не показаться непоследовательным и ненадежным. Таким образом, образ

«антиполитической супергероической знаменитости» дает Дональду Трампу возможность быть одновременно «человеком из народа» и проявлять политическую гибкость [4].

Однако необходимость проецировать лучший политический образ, чем у других, чтобы выявить и устранить недостатки, при этом принижая обычного «политика», снижает качество демократического политического процесса [11].

Образ Дональда Трампа как знаменитого антигероя – супергероя – отражает представление о том, что принятие политических решений – это не процесс согласования позиций, основанных на различных идеях и интересах, а диктатура (скорее) «истины», определяемой одним интеллектуалом [12].

Более того, утверждение о том, что рыночные проблемы, такие как отсутствие рабочих мест, являются лишь виной некомпетентных предыдущих политиков, преуменьшает сложность процесса принятия решений и взаимозависимость предпринимателей и финансового сектора от факторов глобализации». Позиция «супергероя» показывает, что Дональд Трамп выбрал односторонний подход и конфронтацию вместо сотрудничества, командной работы, многостороннего подхода и компромисса [12].

По мнению М.М. Айбазова, еще одним инструментом Д. Трампа является преувеличение важности проектов, которыми он руководит. Его всегда привлекали обложки газет, он не довольствовался колонками о предпринимательстве или недвижимости. Политик называет это «своего рода хвастовством, безобидным хвастовством, призванным поразить воображение людей». Я осмеливаюсь использовать эту человеческую природу, потому что не каждый гражданин способен думать о больших проблемах и может быть вдохновлен примерами других. Если мы дадим им более широкую перспективу, они почувствуют свою принадлежность к чему-то большему. На самом деле, если мы немного преувеличим, никто не пострадает» [1. С. 463-471].

Кампания использовала аналогичный метод работы, насыщая новостные ленты ресурсами из публичных сетей. Так, когда Дональд Трамп рано утром опубликовал в Твиттере провокационные заявления, к полудню редакции были переполнены. Основные новостные каналы транслировали его послание, журналисты требовали комментариев, и даже его политические противники стали свидетелями второго язвительного заявления Дональда Трампа.

Таким образом, Дональд Трамп продолжает тенденцию, которая началась много лет назад. Мы поддерживаем суждение Л.В. Чернышовой о том, что неприязнь элиты старого образца к простым гражданам привела к появлению запроса на «антиполитика», кандидата, который будет противостоять элите старого образца. Популярность Интернета и атрофия политики старого образца привели к необходимости создания «политика-суперзвезды». Граждане всегда верили в чудеса и в то, что все проблемы можно решить быстро и решительно, без проб и ошибок. Это действительно происходит

время от времени, но люди верят, что «супергерои» могут решить все социальные проблемы. Отсюда необходимость в «политиках-супергероях». Удивительно, но Дональд Трамп сочетает в себе характеристики политического образа, который удовлетворяет эту потребность, а платформа Twitter стала способом поддержания этого образа.

Как отмечает Л.В. Чернышева, результат построения имиджа Дональда Трампа только в Интернете является примером для подражания политикам нашей страны. В то время как общественное суждение продолжает требовать способных лидеров, растет спрос на информацию о достижениях государственных учреждений. Дональд Трамп динамично излагает свои взгляды в Твиттере, а не использует традиционные методы общения на пресс-конференции. Это может стать моделью для государственных политиков. Их постоянное присутствие в публичном онлайн-пространстве обеспечивает прозрачность их работы и демонстрирует их взгляды на деловые вопросы и общественные дебаты. Twitter – отличный инструмент для создания профиля в Интернете.

Российские оппозиционные политики могут перенять предвыборную стратегию Дональда Трампа – критиковать политическую элиту, обладающую политической властью. Оппозиция устоявшимся политическим организациям, сочетающая защиту национальных интересов с интересами простых граждан, может стать интересным инструментом предвыборной пропаганды в ближайшем будущем. Направление и обоснование такого рода критики можно также использовать в контексте выборов в Российской Федерации по различным показателям.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Айбазова М.М.* Политико-психологический профиль Дональда Трампа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. 2019.
2. *Демидова Е.Н.* Специфика образа Дональда Трампа и Ангелы Меркель как политических лидеров современности // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2020. Т. 10. № 3.
3. *Кобландин К.И., Сапарбекова Д.С.* Роль медиа в формировании имиджа современного политического деятеля // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2020. Т. 10. № 4 (61).
4. *Крюкова Е.В.* Политические технологии как инструмент воздействия на психологию масс // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2020. Т. 10. № 3 (60).
5. *Лузан А.А., Лузан С.А.* Феномен Трампа // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2018. № 2.
6. *Медушевский А.Н.* Веймарская Америка: политическая дискуссия о причинах упадка великой демократии // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). 2019. № 3 (94).

7. Мовсесян О. Личность политического лидера // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2019. Т. 9. № 11 (56).

8. Слизовский Д.Е. Политическое лидерство: методологические проблемы исторической интерпретации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2003. № 4.

9. Сулейманова Ш.С. Роль интернет-технологий в формировании политической среды // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2020. Т. 10. № 4 (61).

10. Чернышова Л.В. Психологические особенности сетевого имиджа Д. Трампа // Евразийский юридический журнал. 2020. № 4.

11. Street J. Do Celebrity Politics and Celebrity Politicians Matter? // British Journal of Politics and International Relations. 2012. № 14 (3).

12. Van Steenburg E., Guzmán F. The Influence of Political Candidate Brands During The 2012 and 2016 US Presidential Elections // European Journal of Marketing. 2019. Т. 53. № 12.

13. Wood M., Corbett. J., Flinders M. Just Like Us: Everyday Celebrity Politicians and the Pursuit of Popularity in an Age of Anti-Politics // British Journal of Politics and International Relations. 2016. № 18 (3).

ASSI ABED EL RAHIM

*Graduate student, Political sciences and
regional studies, Khetagurov North Ossetian State
University, Vladikavkaz, Russia*

FEATURES OF THE PSYCHOLOGICAL IMAGE OF DONALD TRUMP IN THE AMERICAN MEDIA

Political science and analysis of the image of a political leader provides ample opportunities for the study of personality and political statesman programs. Donald Trump is charismatic and flamboyant politician, whose personality attracts attention of professional scientists and the public. In this article we will focus on studying the features of the psychological image of Donald Trump in the American media.

Donald Trump uses Twitter extensively as a tool of political struggle. Victory in 2016 and increased attention to its publications on this social network allow us to say that Donald Trump uses Twitter effectively and efficiently. Donald Trump has created a fundamentally new political image that distinguishes him from competitors and predecessors.

Key words: *Donald Trump, image, media, politics, information, social networks, internet.*