DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.010

Д. Э. Коноплев

УДК 070.1:004.032.6 + 070.431.5:004.032.6 +
+ 82-92 + 321(73) + 32.019.5

«ТРАМП НАШ» В МЕДИАДИСКУРСЕ РОССИЙСКИХ СМИ: ОПЫТ ЛЕКСИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

В статье на массиве из 10 128 публикаций прослеживается процесс трансформации в СМИ лексической конструкции «Трамп наш» от формы самовнушения до способа выражения языковой агрессии. Рассматриваются три этапа присутствия темы Трампа в публикациях российских СМИ с 2016 по 2020 г. Влияние лексической конструкции «Трамп наш» на общественное мнение показано в связи с изменением частотности ее употребления и контекста, в рамках которого она присутствует.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Трамп; массовая коммуникация; журналистский текст; экономический дискурс

Постановка проблемы

«Избрание Дональда Трампа 45-м президентом США было чем-то вроде полного сюрприза, а для многих — колоссальным шоком», — отмечает Кен Уилбер, указывая, что «отклики на это изумление, исходившие фактически от всех цветов политического спектра, в большинстве своем были крайними, громогласными и интенсивными» [Уилбер, с. 8].

Столь же ярко образ Трампа проявляется и в экономической повестке российских средств массовой информации, где закрепляется в том числе в виде лексической конструкции «Трамп наш». Активное применение данной конструкции, ее использование в качестве экономического аргумента в журналистских текстах и последующее закрепление в экономическом мышлении ставят нас перед необходимостью определить как ее функциональное назначение, так и степень влияния на экономические процессы.

В данной статье мы предлагаем рассматривать конструкцию «Трамп наш» как окказионализм, не столько реализующий практический сценарий с явным экономическим подтекстом, сколько формулирующий контекст веры и ожидания, в основном иррационального свойства.

Такого рода окказионализмы Сталь [Staal, p. 191–197] описывает как структурированные мыслительные конструкции, отличающиеся, во-первых, строгим порядком элементов, который не может быть изменен, во-вторых, воспроизводимостью этих элементов в неизменной форме и, в-третьих, использованием в контексте ритуальных духовных практик в качестве инструмента воздействия на сознание.

КОНОПЛЕВ Дмитрий Эдуардович — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: dmitriykonoplev@yandex.ru).

© Коноплев Д. Э., 2021

Другими словами, подобные лексические конструкции выступают «вербальным инструментом» внушения [Zimmer, p. 72–73] в том или ином дискурсе.

Лексическая конструкция «Трамп наш» формально удовлетворяет всем указанным требованиям: воспроизводится в российском медиадискурсе в неизменной форме, отличается регулярной повторяемостью, логика включения ее в текст указывает на присутствие фактора ожидаемого эффекта — изменения состояния сознания читателя. В то же время лексическая конструкция «Трамп наш» отличается смысловой подвижностью: ход дискурсивных практик оказывает на нее заметное влияние. Сохраняя свою форму, лексическое наполнение конструкции меняется сообразно с тем, какие этапы проходит восприятие Трампа в российских средствах массовой информации. Их можно условно обозначить как этап любви, этап надежды и этап агрессии.

В данной статье мы ставим перед собой задачу проследить вышеобозначенные этапы трансформации конструкции «Трамп наш» в медиадискурсе российских СМИ и выявить причины, вызвавшие эту трансформацию.

Выборка и методология

Для выявления особенностей лексической конструкции «Трамп наш» в российских средствах массовой информации мы рассмотрели массив публикаций в российских периодических изданиях с 9 ноября 2016 г. по 14 декабря 2020 г. В выборку вошли следующие СМИ и информагентства: «Аргументы и факты», «Аргументы недели», «Ведомости», «Звезда», «Известия», «Интерфакс», «Коммерсант», «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Новая газета», НТВ, «Огонек», РБК, «Собеседник», ТАСС, «Труд», «Эксперт», «Gazeta.ru», «Lenta.ru», «Life.ru», «Vesti.ru».

В указанных изданиях были выбраны 10 128 публикаций, посвященных экономической тематике, в которых присутствует образ Трампа, в том числе в виде лексической конструкции «Трамп наш».

Замеры проводились по базам электронных библиотек СМИ: East View Information Services Online Database (<http://online.eastview.com>) и Polpred (<https://polpred.com>).

Для каждого текста с помощью методики контент-анализа (осуществлялась средствами Wordstat и QDA Miner) определялась группа биграмм, триграмм и 4-грамм, ключевым словом в которых является фамилия американского президента.

В перечень замеряемых единиц контент-анализа вошли: биграммы «Трамп + наш», «Трамп + надежда», «Трамп + Путин», «Трамп + русский»; триграммы «Трамп + наш + взаимопонимание», «Трамп + наш + надежда», «Трамп + Путин + надежда», «Трамп + наш + русский», «Трамп + отмена + санкций», 4-грамма «Трамп + наш + отмена + санкций».

После получения результатов контент-анализа с помощью программной среды Vaal проводился фоносемантический анализ текстов. На данном этапе критериями категоризации публикаций являлись: 1) положительный/отрицательный

эмоциональный посыл; 2) психоаналитическая символика (мотивы развития, преодоления трудностей, умирания, угасания, потери надежды и т. д.).

Трамп как любовь

Одной из первых публикаций, внесших в российский медиадискурс лексическую конструкцию «Трамп наш», стал одноименный материал Романа Голованова для «Комсомольской правды», опубликованный сразу после избрания Трампа — 9 ноября 2016 г. В статье автор размышляет о перспективах позитивного влияния американского президента на Россию, вынося в подзаголовок слова уверенности в том, что «новый президент США — хороший бизнесмен, он не будет тратить деньги на революцию в России».

Воспроизведение конструкции «Трамп наш» при этом становится частью дискурсивной практики через позитивные отклики российских политиков и общественных деятелей на избрание нового американского президента, активно освещаемые в СМИ. При этом часть публикаций выходят с прослеживаемым ироничным подтекстом, например, с такими заголовками, как «Жириновский отметил победу Трампа 132 бутылками шампанского» (материал Андрея Григорьева для издания Life от 9 ноября 2016 г.) или «Симоньян пообещала повесить флаг США в окне машины в честь победы Трампа» (редакционный материал издания Gazeta.ru от 9 ноября 2016 г.). Как отмечают А. Арбатов и Н. Арбатова [Арбатов, Арбатова, с. 160], появление Трампа в разных дискурсах не случайно и связано с тем, что Трамп «отражает глубокие перемены в жизни многих стран», несмотря на то, что, по словам М. Волфа, «администрация Трампа сделала враждебное отношение к прессе практически своей установкой» [Волф, с. 10]. Как отдельный фактор выступает и «коммуникативный профиль» [Ahmadian, Azarshahi, Paulhus, p. 49–50] Трампа: та или иная трактовка его слов позволяет вписать нужные цитаты в требуемый дискурс.

Примечательно, что лексическая конструкция «Трамп наш», повторение которой должно привести произносящего ее к желанному эффекту, разворачивается в текстах, посвященных экономической тематике, с нарастающей скоростью. Если в первую неделю после избрания американского президента в российских СМИ выходит 39 публикаций с заверениями, что «Трамп наш», то в первую декаду декабря 2016 г. таких материалов уже в 5,8 раз больше — 227. Лексическая конструкция употребляется в публикациях СМИ как простая двухкомпонентная биграмма — «Трамп + наш». К декабрю 2016 г. совместно с ней в периодической прессе появляется триграмма «Трамп + наш + взаимопонимание» и 4-грамма «Трамп + наш + отмена + санкций».

Если судить по частотности употребления обозначенных *n*-грамм, менее чем за два месяца в российском медиадискурсе формируется ассоциация между образом нового американского президента и экономическими перспективами России, которая преодолеет трудности и завершит затянувшийся конфликт с Западом.

Первая эмоциональная реакция, с которой конструкция «Трамп наш» входит в медиадискурс, на лингвистическом уровне приобретает вполне осязаемые

черты — множество эпитетов, перифразов, сравнений нового американского президента (в том числе с предыдущим и не в пользу предшественника). Авторы текстов, где присутствует указанная конструкция, называют Трампа «нашим парнем», «хозяином Белого дома», «надежным партнером» и «союзником в борьбе с терроризмом».

При этом, согласно опросу Левада-центра в ноябре 2016 г., о симпатии к Трампу заявляли около 60 % россиян, отмечая, что он «более дружелюбно относится к России». В позитивное влияние Трампа на российскую экономику в ноябре 2016 г. верили 54 % респондентов. Их число несколько сократилось к январю 2017 г., составив 46 % от общего числа опрошенных (1600 совершеннолетних россиян в 137 населенных пунктах в 48 регионах России). В то же время, например, в исследовании Дж. Комаи фиксируется всплеск упоминаемости Трампа в российских СМИ [Comai].

Формирование в рамках медиадискурса в значительной степени абсурдного образа Трампа как «избавителя» России от ее экономических проблем отчасти связано и с внесением в повестку медиа многочисленных экспертных оценок, подаваемых или как комментарии к информационным поводам с участием Трампа, или как самостоятельные интервью.

Примечательно, что корпус экспертных оценок в целом дублирует содержание публикаций, вовсе обходящихся без мнений экспертов. Таким образом, смысловой потребности в подобных оценках нет — одного произнесения лексической конструкции «Трамп наш» на данном этапе пока достаточно.

Между тем контент-анализ подобных публикаций показывает, что сама конструкция «Трамп наш» никогда не присутствует в прямой речи экспертов, фигурируя в вопросах, задаваемых журналистами, либо в их формулировках, но в неявной, опосредованной форме («Приведет ли избрание Трампа к укреплению рубля?», «Остановит ли Трамп санкционную войну?» и т. д.).

Большей свободой высказываний в данном случае отличаются российские политики и общественные деятели, не выступающие в качестве экспертов для медиа, но присутствующие в дискурсе информационного пространства как триггеры экономической новостной повестки. В определенной степени они и задают ракурс восприятия лексической конструкции «Трамп наш», меняя свое отношение к нему. Если на начальном этапе появления конструкции в экономических материалах (ноябрь 2016 г.) их отношение ярко эмоциональное, восторженное и отличается оптимизмом, то в дальнейшем оно проходит заметную трансформацию, отражающуюся на дискурсивной практике в целом.

Во многом репрезентация лексической конструкции «Трамп наш» в СМИ — это зеркальная реакция на произнесение этой же конструкции публичными персонами. Между первоисточником и дискурсивным отражением присутствует хорошо заметный временной лаг — период, за который медиа еще не успевают подхватить новое настроение публичных спикеров. Это не представляет никакой проблемы, если настроение спикеров стабильно на протяжении длительного времени, однако в том случае, если оно меняется (например, в связи с ухудшением экономических условий), происходит смещение реакции. Другими словами, когда

отношение к Трампу в экономическом дискурсе изменилось, а медиадискурс все еще следует прежнему курсу (лексическая конструкция воспроизводится), происходит наложение нескольких подходов, которое можно воспринимать и как отделение медийной повестки от экономической, и как последовательный процесс накопления дискурсивных практик. В момент, когда накапливается массив публичных высказываний с определенной эмоциональной и лексической заданностью по поводу роли Трампа в российской экономике (например, в виде реакции на вновь вводимые пакеты санкций), происходит соответствующий смысловой переход.

В российском медиадискурсе первым переходом такого рода стало смещение акцентов от восторга (этап любви к Трампу) к ожиданию (этап надежды на Трампа).

Трамп как надежда

Фоносемантический анализ материалов выборки, в которых присутствует лексическая конструкция «Трамп наш», показывает, что с февраля 2017 г. в медиадискурсе происходят заметные перемены — ярко окрашенных эмоциональных высказываний с мотивами развития, возрождения и преодоления экономических проблем становится меньше, совместно с фамилией американского президента почти перестают употребляться эпитеты и сравнения. Связанным с Трампом понятием становится термин «надежда», употребляемый как совместно с фамилией президента (биграмма Трамп + надежда), так и в конструкциях, где надежду выражает кто-то другой (конструкции в виде: «выразил надежду на»).

Впервые надежды на Трампа появляются в публикациях на экономическую тематику в связи с апелляцией изданий к авторитетам — цитируемым публичным персонам. Так, например, в сюжете канала НТВ от 9 ноября 2016 г. автор отмечает: «Спикер нижней палаты парламента Вячеслав Володин выразил надежду на то, что после прихода Трампа в Белый дом диалог РФ и США станет более конструктивным». Элемент надежды в рамках биграммы «Трамп наш» получает активное развитие и воплощение в медиадискурсе в период с февраля по апрель 2017 г. — как только из повестки российских периодических изданий уходят лингво-стилистические формы выражения любви к американскому политику (прослеживаются после 15 февраля 2017 г.).

Для сравнения: если с 9 ноября 2016 г. по 31 декабря 2016 г. употребление в одном контексте фамилии Трамп и слова «надежда» встречается 701 раз, то за аналогичный период времени в 2017 г. (февраль и март) Трамп в контексте надежды возникает уже 1212 раз, а за весь указанный период (февраль 2017 г. — апрель 2017 г.) таких публикаций насчитывается 2501.

В целом период надежды на Трампа в экономических публикациях характеризуется достаточной сдержанностью и фактологичностью. Большинство публикаций, в которых выражаются надежды на Трампа, обладают схожей композиционной и стилистической структурой и выстроены по принципу новости или расширенного комментария.

Стиль изложения сухой, намеренно неэмоциональный, описание события лишено деталей и символического контекста, который присутствовал в медиадискурсе на предыдущем этапе.

Почти все публикации на этом этапе выходят единообразными, вне зависимости от издания, где они появились, похожи даже их заголовки: «Владимир Путин в телеграмме выразил надежду на конструктивный диалог с Трампом» (Интерфакс), «Путин выразил надежду на совместную работу по выведению российско-американских отношений из кризисного состояния» («Известия») и т. д. В то же время больших материалов, в которых многочисленные эксперты указывали бы на положительные стороны американского президента и его позитивную роль для российской экономики, больше нет. Лексическая конструкция «Трамп наш» продолжает повторяться, но интенсивность ее использования в медиадискурсе снижается.

При этом российские средства массовой информации оказываются более склонными к инерционному восприятию позитивного влияния Трампа на российскую экономику, в то время как в общественном сознании пересмотр отношения к американскому президенту происходит быстрее. Пока СМИ в течение определенного времени остаются в рамках «этапа надежды», подкрепляя свои ожидания аргументами к авторитетам (цитируя публичных деятелей, воспроизводящих мантру «Трамп наш»), обыватель с появлением сомнений, вызванных, в частности, ухудшением экономических условий, склонен чаще менять свое мнение.

В рассмотренных материалах выборки мы не выявили резкого перехода от положительного к отрицательному эмоциональному послыу в связи с лексической конструкцией «Трамп наш», несмотря на то, что количество негативных публикаций с упоминанием американского президента с начала 2017 г. начало расти. «Государственные и общественные СМИ в России не заинтересованы в принятии негативной или позитивной точки зрения по отношению к Трампу», — резюмируют С. Пчегатлук и С. Миклина [Пчегатлук, Миклина, с. 289].

Трамп как агрессия

Как отмечают Анастасия Казун и Антон Казун, «...политика Трампа не оправдала ожиданий россиян, и уже с начала 2017 года о нем стало выходить больше негативных, чем позитивных публикаций. Окончательно позитивный образ Трампа разрушился после начала американских военных действий в Сирии и введения новых санкций против России» [Казун А. Д., Казун А. П., с. 90].

В публикациях, посвященных экономической тематике, инерция надежды на Трампа тем не менее сохранялась практически до момента оглашения результатов президентских выборов 2020 г., завершившихся победой Джозефа Байдена. Если в период активного использования биграммы «Трамп + надежда» в тексте публикаций расстояние между этими словами никогда не превышало 2–3 предложений, то с апреля 2017 г. их совместное употребление прекратилось, за исключением косвенных цитат, например: «Путин отметил, что встреча с Трампом “давно

назрела», и выразил надежду на то, что она состоится, когда американская сторона будет к этому готова» (РБК, 2 декабря 2018 г.).

По словам С. Юрловой, само встраивание Трампа в повестку российских СМИ в значительной степени было связано с мифологизацией американского президента, которая, на наш взгляд, распространялась в российских средствах массовой информации как информационный каскад [Юрлова, с. 59]. Как отмечает В. Перцева, значительную роль в формировании такого мифа сыграл речевой портрет Трампа [Перцева, с. 200–208].

Как только частотность употребления фамилии Трампа в контексте надежды сокращается (май 2017 г. и далее), лексическая конструкция «Трамп наш» меняет свой эмоциональный окрас в экономическом дискурсе, фиксируясь в неожиданной содержательной форме — в виде отсылок к теперь осмеиваемым представлениям об американском президенте как друге.

Перемены в восприятии Трампа привели к лексическому опустошению данной конструкции, которая больше не обеспечивала необходимый логический базис в тех текстах, где решение российских экономических проблем возлагалось на американского президента. На уровне стиля текста это выразилось в формировании двух групп публикаций — появлении корпуса текстов, которые можно условно назвать «плачем о Трампе», и возникновении серии материалов с резко негативной эмоциональной окрашенностью, мрачной иронией и обилием пейоративной лексики.

«Плач о Трампе» как новый эрзац-жанр фактически подводил итог несбывшимся надеждам и, по контрасту с предыдущим этапом, уходил от формата сухой сжатой новости с минимумом описательности и отсутствием авторской оценки. Композиционно подобные тексты представляют собой авторские колонки, выстроенные в форме рассуждений, сопровождаемых фактурным каркасом, на который опирается материал (информационный повод, статистические данные и т. д.). В этих колонках авторы сожалеют об утрате Трампа как друга и союзника, вспоминают об упущенных экономических возможностях и пытаются переписать прошлое, предлагая свой сценарий: как все могло бы быть.

Так, например, в материале Вячеслава Костикова «“А ты меня уважаешь?” О чем бы могли поговорить Путин с Трампом» (АиФ, № 46 от 14 ноября 2018 г.) автор сокрушается о несбывшихся надеждах на американского президента и возмущается его непоследовательностью.

Материал отличает меланхолический тон, обилие метафор и риторических вопросов в духе: «А Трамп даже говорил, что Путин ему понравился. И что же?», «А о чем, собственно, могут сегодня говорить Москва и Вашингтон?» и т. д.

На уровне логики текста «плач о Трампе» может не только выражать собственно авторскую позицию, но и включать в нее элементы стереотипного обывательского мышления и даже теории заговора, а также содержать призывы и воззвания. В некоторых случаях все это укладывается в рамки одного текста.

Например, в материале Дмитрия Дризе для «Коммерсанта» (9 июля 2018 г.) формулировка теории заговора вынесена уже в заголовок: «Очевидно, кто-то очень хочет испортить встречу Владимира Путина и Дональда Трампа».

С весны 2018 г. публикации с обилием пейоративной лексики (главным образом с различными лексическими формами порицания, презрения и иронии) начинают довлеть в экономических текстах над условным плачем. Их язык более образный, он включает в себя активное использование метафор, аллюзий, гипербол и перифразов. Структурно это те же авторские колонки, в некоторых случаях расширяемые до формата аналитической статьи. Материалы отличает эмоционально-экспрессивная окраска и «рваный» стиль изложения: отсутствие строгой композиционной и повествовательной логики, быстрое перескакивание мыслей — от одного предмета (темы) к другому. Лексическая конструкция «Трамп наш» здесь в большей степени используется для глумления над противником и привнесения в текст карнавально-шутовских элементов. Там, где карнавальный контекст исчезает, через конструкцию «Трамп наш» формулируется агрессия.

«Трамп тяжелым камнем висит на шее России, при нем никакое улучшение невозможно», — пишет в «Аргументах и фактах» Владимир Кожемякин, отмечая, что американский президент «является ставленником наиболее агрессивных милитаристских и финансовых кругов» (30 ноября 2018 г., материал «На США можно поставить крест»).

«На пути к стабильности нефтяных цен у России два врага — Трамп и собственная нерешительность», — добавляет Михаил Тимофеев (5 декабря 2018 г., Gazeta.ru, материал «Нейтралитет РФ по отношению к Трампу лишь подстрекает его к новым выходкам»).

Материалы такого рода оказывают заметное влияние на медиадискурс — начинает меняться смысловое поле, создаваемое вокруг Трампа в публикациях средств массовой информации. Американского президента называют «шутком», «клоуном» или, в лучшем случае, «непредсказуемым политиком». В журналистских текстах Трамп упоминается в контексте таких слов, как «скандал» и «предательство» (2077 и 305 упоминаний соответственно за период с апреля 2018 г. по декабрь 2020 г.).

При этом публичные персоны, чьи высказывания рассматривались на начальном этапе как аргументы к авторитету, теперь произносят противоположное сказанному ранее и вновь оказываются лидерами мнений. Например, в публикации «Жириновский выпьет шампанское за импичмент Трампа» (портал «Звезда», 12 апреля 2017 г.) автор уверяет, что «Трамп нарушает свои обещания», но не вспоминает, что Жириновский ранее уже пил шампанское в связи с Трампом — за его избрание.

Начиная с середины 2017 г. мотив разочарования в Трампе соседствует в российском медиадискурсе с мотивом его осмеяния. Последний фиксируется главным образом в новостях. Так, появляется Трамп, который всего боится («Трамп испугался дождя и не почтил американцев, павших в Первой мировой», портал «Депо», 11 сентября 2018 г.), и Трамп, который все путает и забывает («Трамп перепутал цвета флага США в детской раскраске», ТАСС, 26 августа 2018 г.; «Трамп забыл слова песни “Боже, храни Америку!”», НТВ, 6 июня 2018 г. и т. д.).

Осмеяние как форма языковой агрессии при этом не исключает дальнейшего воспроизведения лексической конструкции «Трамп наш» — просто она помещается в пейоративный контекст. Такой контекст предполагает уничижительный

тон как в отношении самого Трампа, так и в отношении тех, кто произносит соответствующую лексическую конструкцию.

Выводы

Как показало наше исследование, трансформация лексического компонента в конструкции «Трамп наш» в значительной мере определяется изменениями внутри медиадискурса, когда эйфория от избрания Дональда Трампа в 2016 г. сначала сменяется сдержанным оптимизмом, а затем и агрессивным разочарованием. Другими словами, смещение смыслов, вкладываемых в конструкцию «Трамп наш», носит внешний, в значительной мере экономический характер и, пусть с некоторым запозданием, меняет восприятие Трампа в контексте российских реалий.

Примечателен сопутствующий эффект, который активное использование лексической конструкции «Трамп наш» оказало на общественное мнение. Например, с 2017 по 2019 г. индекс отношения к США, рассчитываемый Левада-центром, частично улучшил свои позиции: число респондентов, заявивших в основном о негативном отношении к Соединенным Штатам, сократилось с 32 до 29 %, число респондентов, выбравших вариант «в основном хорошо», выросло с 23 до 30 %.

Кроме того, значительно снизилось число респондентов, высказывающих беспокойство экономическими антироссийскими санкциями. Если в августе 2014 г. таких было 35 % от общего числа опрошенных, то к ноябрю 2018 г. их число сократилось до 23 % [Левада-центр, 2019].

Косвенным свидетельством важности образа Трампа в общественном сознании можно считать и регулярное присутствие в числе наиболее запомнившихся россиянам событий тех из них, которые связаны с американским президентом, а также регулярное попадание Трампа в десятку персон года (например, в 2020 г. Трамп занял седьмое место, по мнению респондентов Левада-центра) [Левада-центр, 2020].

При этом за период с 2016 по 2020 г. конструкция «Трамп наш» не только утратила свое символическое значение в российском медиадискурсе в качестве элемента надежды на американского президента, но и повлияла на специфику текстов, в которых она использовалась. Если в 2016 — первой половине 2017 г. это были объемные публикации с разнообразием средств языковой выразительности, то начиная со второй половины 2017 г. их сменили краткие сдержанные новостные материалы без эмоциональных оценок. На третьем этапе разочарование в Трампе (2018–2020) вновь внесло в медиадискурс эмоции, на этот раз с явным негативным окрасом.

Между тем даже фиксируемое в журналистских текстах с весны 2018 г. разочарование в политике Дональда Трампа не исключило присутствие инерционного сценария с возвращением в ряде публикаций веры в возможные позитивные изменения в российско-американских отношениях. Только связывались они теперь с вероятностью переизбрания Трампа на второй президентский срок. Когда переизбрание не состоялось, мотив надежды почти полностью исчез из медиадискурса

(47 упоминаний в биграмме «Трамп + надежда» в ноябре 2020 г. и всего 5 таких упоминаний за период с 1 по 14 декабря 2020 г.).

В итоге за четыре года активного использования лексическая конструкция «Трамп наш» утратила свое символическое значение. Сначала ее нежизнеспособность признало общественное мнение, затем и российские медиа. Медийная подача окказионализма «Трамп наш» оказалась слишком далека от повседневной жизни, чтобы в итоге не дискредитировать себя.

Арбатов А., Арбатова Н. Фактор Трампа в российско-американских отношениях // Полис. Политические исследования. 2017. № 3. С. 160–178.

Волф М. Огонь и ярость. В Белом доме Трампа. М., 2018.

Казун А. Д., Казун А. П. И не друг, и не враг: Дональд Трамп в российских СМИ // Полис. Политические исследования. 2019. № 1. С. 90–104.

Левада-центр. Запомнившиеся события : пресс-выпуск // Левада-центр. 2019. URL: <https://www.levada.ru/2019/07/09/zapomnivshiesya-sobytiya-30/> (дата обращения: 05.01.2021).

Левада-центр. Событие года и человек года : пресс-выпуск // Левада-центр. 2020. URL: <https://www.levada.ru/2020/12/30/sobytie-goda-i-chelovek-goda/> (дата обращения: 05.01.2021).

Перцева В. Дональд Трамп: Лексиграфическое описание словоупотребления политика // Теория и практика иностранного языка в высшей школе. 2018. № 14. С. 200–208.

Пчегатлук С., Миклина С. Образ Трампа в российских и зарубежных СМИ: сравнительный анализ // Науч. тр. Кубан. гос. технол. ун-та. 2016. № 6. С. 285–291.

Уилбер К. Трамп и эпоха постправды. М., 2018.

Юрлова С. Противоречия в медиаобразе современного политика: случай Д. Трампа // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 3 : Общественные науки. 2018. № 4. С. 59–65.

Ahmadian S., Azarshahi S., Paulhus D. Explaining Donald Trump via communication style: Grandiosity, informality, and dynamism // Personality and Individual Differences. 2017. № 107. P. 49–53.

Comai G. Russian media: more Trump than Putin // Giorgio Comai. 2017. URL: <https://giorgiocomai.eu/2017/03/03/russian-media-more-trump-than-putin/> (accessed: 05.01.2021).

Staal F. Rules Without Meaning. Ritual, Mantras and the Human Sciences. N. Y., 1989.

Zimmer H. Myths and symbols in Indian art and civilization. New Jersey, 2017.

Статья поступила в редакцию 28.12.2020 г.