

**Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка**

**Факультет іноземних мов
Кафедра англійської філології та методики навчання англійської мови**

Магістерська робота
на тему:
**ЕВОЛЮЦІЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ ВІД ПЕРЕДВИБОРЧИХ ДО
ПОСТВИБОРЧИХ ПРОМОВ: ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ НА
ПРИКЛАДІ РИТОРИКИ ДОНАЛЬДА ТРАМПА**

Спеціальність:
035 Філологія, спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад
включно), перша - англійська
Освітньо-професійна програма «Англійська мова і література»

Здобувачки другого (магістерського)
рівня вищої освіти
Фаранович Вікторії Олесівни

НАУКОВИЙ КЕРІВНИК:
кандидат філологічних наук, доцент
Шуляк Ірина Михайлівна

РЕЦЕНЗЕНТ:
кандидат філологічних наук, доцент
Пежинська Ольга Михайлівна

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ.....	8
1.1. Поняття політичного дискурсу в сучасній лінгвістиці.....	8
1.2. Стилiстичні та прагматичні аспекти політичного дискурсу.....	16
1.3. Передвиборчий та поствиборчий політичний дискурс: спільне та відмінне.....	20
1.4. Риторичні стратегії та тактики політичного мовлення.....	27
Висновки до Розділу 1	30
РОЗДІЛ 2. ДИНАМІКА ЕВОЛЮЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА	32
2.1. Зміни в образі політичного лідера як кандидата у президенти передвиборчих кампаній 2016 і 2024 років	32
2.2. Трансформація тематики та тональності виступів у періоди перед і після виборів.....	40
2.3. Вплив соціально-політичного контексту на стилістику політичної комунікації.....	47
Висновки до Розділу 2	52
РОЗДІЛ 3. ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ РИТОРИКИ ДОНАЛЬДА ТРАМПА.....	55
3.1. Лексико-семантичні особливості промов Дональда Трампа.....	55
3.2. Стилiстичні засоби виразності у політичній риторикi	

Дональда Трампа	61
3.3. Експресивно-емоційна лексика як інструмент впливу на аудиторію.....	67
3.4. Порівняльний аналіз лінгвостилістичних змін у передвиборчих та поствиборчих виступах.....	74
Висновки до Розділу 3	79
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83

ВСТУП

Політичний дискурс, як одна з основних форм суспільної комунікації, відображає не лише ідеологічні орієнтири, а й соціально-психологічні очікування виборців. Аналіз мовних та комунікативних стратегій політичних лідерів сьогодні є надзвичайно актуальним у вітчизняній та зарубіжній лінгвістиці. Стрімка цифровізація суспільства, зростаюча поляризація, економічна невизначеність і кризи останніх років стимулюють інтенсивний науковий інтерес до дослідження особливостей політичної комунікації у сучасному медіасередовищі. Яскравим кейсом для аналізу є еволюція дискурсу Дональда Трампа у виборчих кампаніях 2016 і 2024 років.

Проблематика політичної комунікації отримала значний розвиток у працях зарубіжних учених, які досліджували популізм (E. Laclau, C. Mudde), політичну міфологію (R. Barthes), механізми фреймінгу (R. Entman), а також комунікаційне середовище та роль медіа у формуванні дискурсу (M. McLuhan, Н. Басараба). У сфері аналізу політичної риторики Дональда Трампа важливими є дослідження, присвячені стилістиці його мовлення та ролі соціальних мереж у мобілізації виборців (A. Lange, K. Müller, C. Schwarz, J. Külz та ін.). Українські науковці, серед яких варто виділити С. Федонюка, Ю. Чаплінську та Д. Фоміна, розглядали феномен риторики Дональда Трампа крізь призму популізму, емоційної мобілізації та цифрової комунікації.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю глибше зрозуміти, як соціально-політичний контекст впливає на лексику, стилістику та тональність політичних виступів, а також як змінюється образ лідера в комунікації з аудиторією. Аналіз таких процесів дає змогу пояснити механізми впливу політичної риторики на суспільну думку й розробити інструменти критичного читання публічних промов.

Метою дослідження є аналіз лінгвостилістичних характеристик політичного дискурсу Дональда Трампа у виборчих кампаніях 2016 і 2024

років та післявиборчих виступах, а також визначення впливу соціально-політичного контексту на стилістику його комунікації.

Для досягнення цієї мети було поставлено такі **завдання**:

1. Проаналізувати зміни в образі політичного лідера у передвиборчих кампаніях 2016 і 2024 років.
2. Визначити тематику та тональність виступів у передвиборчий і післявиборчий періоди, здійснити їх порівняльний аналіз.
3. Дослідити вплив соціально-політичного контексту на лексику й стилістику політичних промов.
4. Виокремити та класифікувати стилістичні засоби виразності, лексико-семантичні поля та експресивно-емоційну лексику у промовах Трампа.
5. Узагальнити динаміку лінгвостилістичних змін та сформулювати висновки щодо їхніх суспільних наслідків.

Об'єктом дослідження є англійськомовний політичний дискурс Дональда Трампа у передвиборчих і післявиборчих виступах.

Предметом дослідження є лінгвостилістичні, лексико-семантичні й експресивно-емоційні особливості його політичної риторики.

Методи дослідження: *Критичний дискурс-аналіз* застосовано для виявлення прихованих владних відносин, ідеологічних установок і стратегій впливу у промовах Дональда Трампа. *Контекстуальний і порівняльний аналіз* використано для зіставлення передвиборчих і післявиборчих виступів та виявлення змін у стилістиці залежно від соціально-політичних умов. *Компонентний та прагмасемантичний аналіз* лексики дозволив розкрити семантичні поля, частотність уживання ключових слів і специфіку їхнього функціонування у риториці Трампа. *Метод функційного аналізу* застосовано для дослідження ролі лексико-стилістичних засобів у формуванні образу політичного лідера та їх впливу на аудиторію. *Метод узагальнення й індукції* було використано у теоретичній частині та у висновках для переходу від

аналізу окремих мовних явищ до системного опису дискурсу, що дало можливість сформулювати узагальнені висновки щодо лінгвостилістичних змін у промовах Дональда Трампа.

Наукова новизна дослідження полягає у системному лінгвістичному аналізі політичного дискурсу Трампа, що поєднує три аспекти – трансформацію образу лідера, зміну тональності виступів та вплив соціально-політичного контексту на стилістику промов.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що результати дослідження розширюють уявлення про взаємодію соціально-політичних факторів і лінгвостилістичних характеристик політичного дискурсу та доповнюють методологію аналізу сучасної політичної комунікації.

Практична цінність полягає у можливості використати матеріали дослідження у викладанні курсів з політичної лінгвістики, стилістики англійської мови, дискурс-аналізу та медіакомунікацій.

Апробація роботи. Основні положення дослідження були представлені у статті «Еволюція комунікативних ролей Дональда Трампа», опублікованій у Науковому віснику Міжнародного гуманітарного університету (Одеса: Видавничий дім “Гельветика”, 2025. Вип.74-1. С. 210-214, Категорія Б), а також у тезах доповіді “Expressive and Emotional Lexis as a Toll of Audience Influence (on the material of Donald Trump’s 2024 Election Campaign)” VII Міжнародної науково-практичної конференції «Франкофонія в умовах глобалізації і полікультурності світу» 15-16 травня. 2025 р. (збірник Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2025. С.17-19).

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

У вступі обґрунтовано вибір теми магістерської роботи та актуальність її виконання, визначено мету й завдання дослідження, описано об’єкт і предмет дослідження, а також розкрито теоретичну й практичну значущість роботи. Окремо наведено структуру дослідження.

У **першому розділі** «Теоретичні засади вивчення політичного дискурсу» розглянуто поняття дискурсу та політичного дискурсу, виокремлено стилістичні та прагматичні аспекти політичного дискурсу, характеристики риторики передвиборчого дискурсу.

У **другому** «Динаміка еволюції політичного дискурсу Д. Трампа (на матеріалі виступів)» прослідковано зміни в образі політичного лідера: від кандидата до президента, проаналізовано фактори трансформації тематики та тональності виступів у періоди перед і після виборів, та вплив соціально-політичного контексту на стилістику політичної комунікації.

У **третьому** – лексико-семантичні особливості промов Д. Трампа, його стилістичні засоби виразності у політичній риторичі, експресивно-емоційну лексику як інструмент впливу на аудиторію. Тут же здійснено порівняльний аналіз лінгвостилістичних змін у передвиборчих та поствиборчих промовах.

У **висновках** узагальнено результати дослідження та сформульовано перспективи подальших наукових розвідок.

Перелік використаних джерел містить 121 одиницю, основний обсяг роботи – 95 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

1.1. Поняття політичного дискурсу в сучасній лінгвістиці

Дискурс постає як складне й багатогранне явище, що перебуває в центрі уваги сучасної гуманітарної науки загалом і лінгвістики зокрема. Його вивчають у межах філософії, семіотики, соціальної психології, теорії штучного інтелекту, етнографії, літературознавства, теорії комунікації, а також численних лінгвістичних напрямів – зокрема психо-, когнітивної, прагма-, етнолінгвістики та лінгвокультурології. Утім, у різних науках, як і в межах самих лінгвістичних шкіл, поняття «дискурс» трактується неоднозначно, що ускладнює міждисциплінарний діалог. Як зауважує С. Міллз, розмаїття тлумачень цього терміна є більшим, ніж будь-якого іншого у сфері літературознавства та теорії літератури [23, с. 239].

У соціогуманітарних науках, зокрема в лінгвістиці, інтерес до дискурсу тісно пов'язаний із вивченням особистості, а саме мовної, що концептуалізується в межах соціального конструктивізму – підходу, який трактує комунікацію як соціальний процес конструювання реальності [2, с. 21].

Розвиток поняття дискурсу має глибоке історичне підґрунтя, що зумовлює його багатозначність у сучасному науковому вжитку. Ще у Стародавній Греції та Римі термін «дискурс» охоплював міркування, мовлення, діалог. Зокрема, діалектика – як мистецтво пошуку істини у суперечці – з позицій сучасної термінології також може трактуватись як форма дискурсивної практики.

У лінгвістику це поняття увійшло на початку 1950-х років завдяки З. Харрісу, який визначав дискурс як зв'язний фрагмент мовлення. У подальшому, впродовж другої половини XX століття, дискурс розглядали як

зв'язну послідовність речень, що перебувають у смисловому зв'язку [28, с. 170], як надфразову єдність [81, с. 367] або навіть ототожнювали з текстом, виходячи з того, що дискурс є англійським еквівалентом слова «текст» [14, с. 128].

У сучасному науковому дискурсі чітко розрізняються поняття тексту та дискурсу. Однією з ключових відмінностей між ними є їхній статус: текст вважається статичним утворенням, тоді як дискурс – динамічним процесом. Текст можна розглядати як «застиглий» дискурс, тобто такий, у якому усунуто живий комунікативний контекст, включно з учасниками взаємодії та ситуативними особливостями [3, с. 147]. Отже, текст є продуктом дискурсивної діяльності й становить його складову частину.

Починаючи з 1980-х років, дискурс дедалі частіше інтерпретується як комплексне комунікативне явище, що охоплює як лінгвістичні, так і екстралінгвістичні чинники. У цьому розумінні він постає як єдність мовної форми, значення та дії, яка найповніше розкривається через категорії комунікативного акту [5, с. 123].

У процесі свого розвитку поняття дискурсу поступово інтегрувало в собі різні аспекти й виміри. Зокрема, воно почало розглядатися як синтез когнітивних, мовних та позамовних чинників [10, с. 137]; як текст із семантикою, зумовленою когнітивними та антропологічними чинниками [3, с. 29]; а також як інтегральна одиниця мовленнєвої діяльності, що поєднує у собі цілісність мовлення та взаємодію його складових [16, с. 50].

Серед сучасних підходів до розгляду дискурсу особливого поширення набув когнітивний, відповідно до якого дискурс трактується як процес творення мовленнєвої поведінки, що ґрунтується на підсвідомих психічних механізмах [82, с. 728].

Термін «дискурс» у лінгвістичній літературі вживається надзвичайно широко [7; 16; 17; 24; 39; 41; 48; 81]. Однак наразі не існує єдиного універсального визначення, яке охоплювало б усі контексти його застосування

– і це, ймовірно, неможливо, оскільки дослідники виходять із різних, часом несумісних, теоретичних позицій. Крім того, методологічні засади аналізу дискурсу, а також його інтерпретаційна евристика перебувають на етапі активного розвитку та уточнення.

Узагальнюючи багатовекторність підходів до трактування дискурсу, варто звернутися до типології, запропонованої Д. Манжено (цит. за 60), яка охоплює низку ключових інтерпретацій цього поняття:

1. Дискурс як синонім мовлення – будь-яке конкретне висловлення в дусі традиції де Сосюра;
2. Дискурс як одиниця, що перевищує розміром фразу: висловлення у глобальному сенсі, послідовність речень (граматика тексту);
3. Дискурс як прагматичне явище – мовлення в ситуації, що враховує адресанта, адресата, час і місце комунікації;
4. Дискурс як бесіда – домінантний тип мовлення в межах діалогічної взаємодії;
5. Дискурс як привласнене мовлення – на відміну від «оповідання», яке розгортається без явної участі суб'єкта;
6. Дискурс як мовна актуалізація – динамічна реалізація мовних одиниць на поверхневому рівні, що контрастує з мовою як системою латентних значень;
7. Дискурс як система соціальних або ідеологічних обмежень, що впливають на виробництво мовлення (приклади – феміністський, адміністративний дискурс), – основа критичного дискурс-аналізу;
8. Дискурс як механізм організації висловлення/тексту – відповідно до підходів французької школи аналізу дискурсу.

Ці визначення яскраво ілюструють широту поняття «дискурс» та відображають його динамічну природу: від індивідуального мовленнєвого акту до структурного компонента соціального ідеологічного середовища.

З аналізу наведених визначень видно, що в окремих підходах дискурс ототожнюється з мовленням – на відміну від мови як абстрактної системи. У цьому контексті дискурсом може вважатися навіть окреме висловлення. Така позиція демонструє прагнення вийти за межі класичного дихотомічного поділу, запропонованого Ф. де Соссюром, додавши третій, проміжний компонент – такий, що, парадоксальним чином, є водночас «більш мовленнєвим», ніж саме мовлення, і «більш мовним», тобто формалізованим і доступним для аналізу через усталені лінгвістичні методи [18].

Таким чином, дискурс поєднує у собі як процесуальний, динамічний аспект (діяльність, мовлення), так і результативний, статичний (текст як продукт). Ці складові співвідносяться з низкою протиставлень, що використовуються в сучасному дискурс-аналізі: «дискурс – текст», «динаміка – статика», «функція – структура» [38]. Важливо зазначити, що ці дихотомії не є взаємовиключними, а радше взаємодоповнювальними, оскільки дозволяють пов'язати форму з функціональністю.

Такий діалектичний підхід до розуміння дискурсу задовольняє методологічні вимоги різних галузей – соціології, філософії, лінгвістики – й створює підґрунтя для формування інтегральної теорії дискурсу, яка базується на загальних принципах і спирається на аналітичний потенціал суміжних дисциплін [23].

Повноцінне розуміння дискурсу як явища можливе лише за умови його аналізу в контексті ширшого соціального середовища. Такий підхід вимагає урахування низки чинників: комунікативного контексту, соціальних умов інтерпретації, характеру взаємодії між учасниками, а також процесів продукування й інтерпретації тексту як дискурсивного результату [22, с. 47].

У цьому зв'язку обґрунтованим є виокремлення трьох базових складових дискурсу: соціолінгвістичної, когнітивної та прагматично-функціональної. Одне з найбільш комплексних і цілісних визначень пропонує К. Серажим, яка трактує дискурс як складне соціолінгвістичне явище

сучасного комунікативного середовища. Згідно з цим підходом, дискурс: 1) зумовлюється соціокультурними, політичними, прагматичними, ситуаційними, психологічними та іншими чинниками; 2) має двошарову структуру – лінгвістичну (видиму) та екстралінгвістичну (приховану); 3) базується на спільній когнітивній картині світу, яка вибудовується репродуцентом і водночас інтерпретується реципієнтом [17, с. 13].

Об'єктом і предметом дослідження дискурсу є багатовимірна мовно-когнітивно-комунікативна сфера пізнання. Як зазначає І. Шевченко, вона охоплює три основні аспекти: (1) аспект мовного використання; (2) когнітивний аспект, що відображає ментальні механізми породження змісту; (3) соціально-прагматичний аспект, пов'язаний із цільовою комунікацією в конкретному контексті [23, с. 21].

У цьому контексті категорії дискурсу та тексту тісно взаємопов'язані: текст розглядається як результат дискурсивної діяльності – структурований продукт комунікативного процесу. Як зазначає І. Шевченко, категорії дискурсу проєктуються як на текст-результат, так і на процесуальний бік комунікації, що формує сам дискурс [23, с. 21].

Категорії дискурсу, подібно до категорій тексту, перебувають у тісній взаємозалежності, що значною мірою ускладнює їх розмежування. У науковій літературі умовно виокремлюють ті категорії, які властиві переважно тексту як результату дискурсивної діяльності – когезія, когерентність, прийнятність, інформативність, інтенційність, адресатність, ситуативність, інтертекстуальність тощо. Водночас існує низка категорій, які репрезентують дискурс як процес: інтердискурсивність, метакомунікативність, зміна ролей, комунікативні принципи тощо [23, с. 28]. Як зазначає І. Шевченко, у наведених переліках на перших місцях стоять категорії, що найбільш чітко відображають відповідно текстуальну або дискурсивну природу явища.

Серед конструктивних ознак, які забезпечують цілісність дискурсу, дослідники виділяють його тематичну, стилістичну та структурну єдність.

Саме вони дозволяють говорити про дискурс як про системне, впорядковане утворення, що має внутрішню логіку та цілісну семантичну організацію.

Водночас точне визначення терміну «дискурс» передбачає його зіставлення з суміжними поняттями, насамперед текстом і мовленням. Р. Ходж і Г. Кресс [60], зокрема, пропонують розглядати співвідношення тексту та дискурсу за аналогією з опозицією «речення – висловлення»: якщо речення – це формально структурована одиниця, то висловлення включає не лише мовну форму, але й соціальний контекст її використання. Відповідно, дискурс – це текст у дії, занурений у конкретну ситуацію спілкування [3, с. 35].

Ідеї моделювання прагматичних знань дискурсу знайшли послідовну реалізацію у працях Т. А. ван Дейка. Учений розрізняє загальний та конкретний прагматичні контексти. Перший описується через категорії вищого рівня, зокрема: особисте, суспільне, інституційне, неформальне. До нього також належать уявлення про загальнокультурні знання та соціально-групові конфігурації. Конкретний контекст задається через релевантні характеристики учасників комунікації, зокрема: позиції, ролі, статуси, індивідуальні властивості, типи взаємовідносин (домінування, рівноправність), а також функції, що відображають тимчасові або ситуаційні параметри комунікації [81-82].

У науковій літературі на сьогодні найбільш ґрунтовно описано кілька типів дискурсу, що утворюють основу для подальших типологічних досліджень. Зокрема, в межах аргументативного дискурсу зазвичай виокремлюють політичний, юридичний, академічний, рекламний, діловий та побутовий типи [2, с. 13].

Якщо взяти за основу ціннісні характеристики, то дослідники розрізняють соціолінгвістичні (зокрема буттєвий та інституційний) і прагмалінгвістичні (ритуальний, гумористичний) типи дискурсу [16, с. 299–408]. В інституційному дискурсі, як одному з найбільш досліджених сегментів, існує декілька підтипів: науковий, масово-інформаційний, політичний,

релігійний, педагогічний, медичний, військовий, юридичний, дипломатичний, діловий, рекламний, спортивний та ін. [16, с. 286].

Інший критерій класифікації – інтенсивність впливу – запропонований Дж. Лакофф. Він розрізняє звичайну розмову (*ordinary conversation*) та персуазивний дискурс (*persuasive discourse*), зауважуючи, що будь-яке дихотомічне розмежування в межах мовної практики є умовним [63]. Саме тому класифікація дискурсу є складним завданням, яке не піддається універсалізації.

Отже, типологія дискурсу – явище багатовимірне й динамічне. Її повнота залежить, з одного боку, від ступеня розробленості критеріїв у межах певної теоретичної парадигми, а з іншого – від цілей конкретного дослідника. Типологічні рамки завжди історично зумовлені: вони віддзеркалюють актуальні методологічні орієнтири певного етапу розвитку науки. При цьому системна природа дискурсу дозволяє не лише виокремлювати його базові типи, а й розглядати внутрішні підтипи, що відображають специфіку функціонування дискурсу в конкретному контексті.

Таким чином, вичерпна, остаточна класифікація типів дискурсу навряд чи є досяжною. Проте можливість схематичного окреслення різних підходів до типологізації дозволяє ефективно систематизувати дискурсивні практики й вибудувати підґрунтя для подальших емпіричних досліджень.

Політичний дискурс – одна з найскладніших і найбільш впливових форм дискурсивної діяльності, що визначає рамки соціального пізнання, національної ідентичності та колективної дії. Його аналіз став надзвичайно актуальним у контексті гібридних воєн, інформаційних кампаній, постправди.

Як зазначає Т. ван Дейк, політичний дискурс – це комунікативна діяльність політичних акторів у рамках інституційної взаємодії, яка пов'язана з владою, контролем і впливом (van Dijk, 1997). Він також акцентує увагу на тому, що політична комунікація здебільшого реалізується у формі публічних

виступів, інтерв'ю, законодавчих текстів, гасел, а також через ЗМІ та соціальні мережі.

За визначенням К. Кусько (2002) [5], політичний дискурс – це тип інституційного дискурсу, який відображає специфічні цілі: боротьбу за владу, переконання аудиторії, формування політичного іміджу. Водночас дослідник підкреслює ритуалізованість політичної мови, її тісний зв'язок із жанровими моделями (дебати, маніфести, промови) та наявність стійких метафоричних схем.

Політичний дискурс вирізняється низкою специфічних мовних рис:

1. **Маніпулятивність** – вживання емоційно забарвленої лексики, риторичних фігур, метафор. Наприклад, метафори типу *щит демократії, осі зла* є інструментами ідеологічної побудови реальності [40].
2. **Інтертекстуальність** – активне використання цитат, алюзій, історичних та релігійних наративів [48].
3. **Примат прагматичних функцій** – мовні одиниці підпорядковані комунікативним намірам: переконати, мобілізувати, дезорієнтувати тощо.
4. **Поляризація** – створення опозицій *свій–чужий, добро–зло, ворог–союзник* [63].
5. **Преференція модальності та оцінки** – широке використання модальних конструкцій (маємо, слід, необхідно), які конструюють образ обов'язковості або невідворотності дій.

У сучасній науці застосовуються різноманітні підходи до аналізу політичного дискурсу:

- **Критичний дискурс-аналіз (CDA)** – поєднує лінгвістичні методи з соціально-політичним контекстом. Його мета – виявити, як через мову здійснюється соціальний контроль, домінація, легітимація [49; 85].
- **Прагмалінгвістичний підхід** – акцентує на мовленнєвих актах, імпліцитних значеннях, пресупозиціях, що особливо актуально в дипломатичному дискурсі [16].

- **Когнітивно-дискурсивний підхід** – передбачає вивчення фреймів, концептів, ментальних моделей [59; 22].
- **Корпусно-лінгвістичний підхід** – дозволяє досліджувати статистичні закономірності лексики, колокацій, шаблонів у великих обсягах політичних

Поняття дискурсу та політичного дискурсу є одними з ключових у сучасній гуманітаристиці. Політичний дискурс – це не лише мова політиків, а спосіб формування реальності, боротьби за владу та переконання аудиторії. Його аналіз потребує мультидисциплінарного підходу, який поєднує лінгвістичну чутливість із соціально-критичним баченням. У сучасному світі політичний дискурс є потужним інструментом формування наративів, політичних ідентичностей і навіть національної безпеки.

1.2. Стилiстичні та прагматичні аспекти політичного дискурсу

Політичний дискурс – це не лише передача інформації, а й складний механізм соціального впливу, що реалізується через стилістичні засоби та прагматичні стратегії. Він функціонує на межі мови і дії, слова і влади, комунікації та маніпуляції. Аналіз стилістичних і прагматичних компонентів політичного дискурсу дозволяє глибше зрозуміти, як мова політики формує громадську думку, мобілізує електорат, легітимує рішення та конструює національні ідентичності.

У стилістиці політичного дискурсу превалює функціональна орієнтація: мова використовується з метою досягнення комунікативного успіху – переконання, впливу, навіювання певного бачення реальності. За спостереженнями О. Бессонової, політична стилістика поєднує в собі риси офіційно-ділового, публіцистичного й навіть художнього стилю [3].

Основні стилістичні особливості політичного дискурсу включають:

1. *Метафоризація політики.* Політична мова активно використовує метафори – війни, спорту, медицини, релігії. Наприклад: *економіка в комі, битва за виборця, вірус корупції* [39].

2. *Оксюморон, гіпербола, евфемізми.* Часто зустрічаються стилістичні фігури, які посилюють або, навпаки, маскують значення. Наприклад: *гуманітарна інтервенція* – як евфемізм військових дій [39].

3. *Слогани, ритміка, анафора.* Повторюваність і ритмічна організація тексту сприяють запам'ятовуванню меседжів: *Yes, we can* (Обама), *Слава Україні!* – як приклади впізнаваної формули впливу.

4. *Мова конфлікту.* Створення образу «іншого» – ворога, опонента, винного. Це може проявлятися як через пряму номінацію (*агресор, окупант*), так і через приховану метонімію або синекдоху.

5. *Інтертекстуальність.* Політичні промови часто апелюють до історичних подій, священних текстів, літератури, що створює ефект легітимізації і глибини [10].

Прагматика політичного дискурсу базується на мовленнєвих актах і комунікативних інтенціях. Політик – не просто мовцевий суб'єкт, а актор, який виконує комунікативну дію: наказує, обіцяє, звинувачує, виправдовується, надихає.

До основних **прагматичних функцій** політичного мовлення відносимо:

1. *Ілокутивні акти* (за Дж. Серлом): у політичному дискурсі переважають директиви (*ми вимагаємо*), декларативи (*ми оголошуємо*), комісиви (*ми зобов'язуємося*), експресиви (*ми щиро співчуваємо*) [80].

2. *Пресупозиції.* Політик часто вбудовує в мову припущення, які сприймаються як факт. Наприклад: *Якщо ми знову не підтримаємо армію, Україна втратить незалежність* – пресупонується, що незалежність повністю залежить від армії.

3. Імплікатури. Нерідко політики використовують натяки, двозначності, недоговореність, що дозволяє зберігати гнучкість: *Дехто хоче знищити нашу демократію* – але не сказано, хто саме.

4. *Маніпулятивність*. Як зазначає Т. Ван Дейк (2006), політичне мовлення є маніпулятивним, якщо приховує інформацію, подає її вибірково, експлуатує емоції [82].

5. *Політична ввічливість і стратегія збереження обличчя*. Політики ретельно добирають слова, щоби не зганьбити себе або союзників – або навпаки, навмисно зруйнувати “обличчя” опонента.

Політична комунікація часто базується на фреймах – когнітивних структурах, що організовують сприйняття подій. Наприклад, фрейм *оборони vs. нападу* визначає, як громадськість сприйматиме конфлікт.

G. Lakoff (2004) у своїй теорії політичного фреймінгу описує, як консерватори і ліберали оперують різними моделями «сім'ї», щоб пояснювати суспільні явища: *строгий батько vs. турботлива мати* як моделі держави [63]. В українському дискурсі з 2022 року домінують фрейми *героїзму, спротиву, пам'яті, вдячності, перемоги*. Їхня реалізація – не лише у промовах політиків, а й у мемах, піснях, лозунгах.

Сучасна політична мова значною мірою функціонує в соціальних мережах – Twitter, Telegram, Facebook. Це змінює її прагматику:

- *Більше емоцій, менше офіційності*: домінують експресиви, смайли, пряме звернення до аудиторії.
- *Мультимодальність*: поєднання тексту, візуалу, хештегів (#StandWithUkraine).
- *Інтерактивність*: політик стає учасником діалогу, реагує на коментарі, веде полеміку.

Як зазначає G. Lauerbach (2007), це розмиває межі між публічним і приватним дискурсом, формує нову політичну інтимність [66].

До прикладу, у виступах В. Зеленського часто зустрічається поєднання риторики моралі й наративу жертви. Наприклад: *Україна не обрала цю війну, але буде боротися до кінця* – експресив, комісив, фрейм несправедливості.

У промовах Д. Трампа простежується стиль гіпербол, поділ світу на своїх/чужих, апеляція до страху та гніву (*fake news, witch hunt*) [26].

Дослідження стилю ведення передвиборчих дебатів Дональда Трампа здійснювалися різними науковцями, які акцентували увагу на різних аспектах його комунікативної техніки. Ці праці розкривають складну взаємодію переконування, мовних моделей та стратегій ввічливості, що формують характерний стиль Трампа під час дебатів. Серед особливо цікавих можемо виокремити такі аспекти, що досліджувались у різний період його виборчих кампаній:

Техніки переконування. Одне з ґрунтовних досліджень проаналізувало способи переконання у промовах Трампа під час виборчої кампанії 2016 року. Автори виділили такі прийоми, як раціоналізація, ідентифікація та навіювання, що використовувалися для впливу на переконання й поведінку аудиторії [44].

Мовні моделі. Інше дослідження, проведене з використанням технологій обробки природної мови (NLP), вивчало мовний стиль Трампа під час дебатів 2024 року. Було виявлено його схильність до емоційно насиченої лексики та високої варіативності сентименту, що відрізнялося від більш стриманого стилю його опонентів [75].

Стратегії ввічливості. Прагматичний аналіз дебатів 2020 року засвідчив, що Трамп часто використовував прямі та конфронтаційні стратегії, у той час як Джо Байден демонстрував позитивну ввічливість, спрямовану на налагодження зв'язку з аудиторією [75].

Соціолінгвістичний контекст. Дослідження Дженніфер Скалафані розглядає мовлення Трампа в ширшому соціолінгвістичному контексті,

аналізуючи, як його риторика формує політичну ідентичність і спричиняє поляризовану реакцію виборців [79].

Хоча ці дослідження підкреслюють унікальність стилю Трампа під час дебатів, важливо враховувати динамічну природу політичного дискурсу та здатність різних комунікативних стратегій резонувати з різними сегментами аудиторії. Отже, стилістичні та прагматичні особливості політичного дискурсу формують не лише образ політика, але й картину світу, якою він ділиться з аудиторією. Через метафори, імплікатури, фрейми, стилістичні фігури мовлення перетворюється на дію. У сучасному цифровому середовищі ці аспекти набувають ще більшої ваги, трансформуючи жанри, моделі взаємодії та рівень емоційного залучення.

1.3. Передвиборчий та поствиборчий дискурс: спільне та відмінне

Політичний дискурс перед виборами та після них функціонує в різних контекстах, з різними цілями, часовими рамками та очікуваннями. Передвиборчий дискурс (pre-electoral) спрямовано на мобілізацію електорату, конструювання обіцянок, формування політичного іміджу кандидатів чи партій, тоді як після виборів (post-electoral) основна увага зосереджується на тлумаченні результатів, оцінці виконання обіцянок, стабілізації або делегітимації влади. У цьому розділі пропонуємо теоретичне порівняння обох типів дискурсу: їх спільні риси, ключові відмінності, а також теоретичні наслідки для легітимності, демократії та довгострокової стабільності політичних систем [27; 40].

Передвиборчий дискурс у демократичних країнах є поліфонічним і включає цілу низку жанрів, які виконують різні функції – від прямої агітації до формування іміджу та взаємодії з різними аудиторіями. Найбільш усталені жанри опишемо нижче.

Передвиборчі промови й мітингові звернення (англ. *campaign rallies speeches*) – основний жанр, що дозволяє кандидатові безпосередньо артикулювати ключові меседжі, будувати наративи, формувати образ себе як лідера [29; 40].

Телевізійні та онлайн-дебати (англ. *televised/online debates*) – жанр, де кандидати взаємодіють у порівняльному форматі, акцентуючи контрасти. Саме дебати задають ритм публічного дискурсу та дозволяють медіа переформатовувати меседжі [35].

Інтерв'ю, пресконференції, медійні брифінги – жанр менш контрольований, але критично важливий для вироблення “медійного образу” кандидата.

Політична реклама й передвиборчі ролики (англ. *political advertising, campaign spots*) – жанр із власними конвенціями: обмежений час, сильні емоційні апеляції, гасла, візуальні символи [58].

Маніфести й програмні документи партій (англ. *party manifestos*) – жанр із високою формалізованістю, орієнтований на програмні декларації та раціональне обґрунтування політики.

Пости та кампанії у соціальних мережах (англ. *social media posts*) – новітній жанр, який поєднує персоналізовану комунікацію та масову мобілізацію, зокрема Twitter/X threads, TikTok-відео, таргетована реклама [46].

Отже, передвиборчий дискурс – це не один жанр, а комплексний репертуар, що коливається між високоформалізованими (маніфести, офіційні промови) і неформальними, гібридними форматами (меми, stories, TikTok). Кожен із жанрів виконує різні комунікативні функції – мобілізаційну, легітимаційну, іміджеву, пояснювальну, та націлений на різні аудиторії, водночас інтегруючись у ширший інформаційний простір кампанії.

Поствиборчий дискурс – це комунікація, що розгортається після оголошення результатів голосування або референдуму. Він має двоїсту функцію: по-перше, підтвердити або поставити під сумнів легітимність

результатів, по-друге, забезпечити політичну стабільність шляхом інтеграції переможців і переможених у нову політичну конфігурацію [27; 45].

Жанри поствиборчого дискурсу охоплюють:

- **промови про перемогу / поразку** (*victory/concession speeches*) – класичний жанр, у якому кандидати дякують виборцям, закликають до єдності чи, навпаки, заявляють про порушення [36];
- **заяви про формування уряду, коаліцій чи перехідних структур влади** – жанр, де озвучуються перші політичні кроки переможців;
- **судові позови, офіційні заперечення та пресконференції про оскарження результатів** – жанр легітимаційних або делегітимаційних практик [71];
- **парламентські дебати й слухання після виборів** – обговорення процедур, перевірки, розслідування;
- **аналітичні та медійні інтерпретації** (*editorials, op-eds, TV panels*) – жанр, де журналісти та експерти переосмислюють результат, створюють рамки його інтерпретації;
- **пости у соціальних мережах, громадянські кампанії, онлайн-петиції** – гібридний жанр, який стає ареною вираження емоцій і конструювання альтернативних наративів [43].

У теоретичному плані поствиборчий дискурс характеризується кількома ключовими темами: *“losers’ consent”* – готовність програвших прийняти результат [27; 72]; *“winner’s restraint”* – очікування, що переможці не використовуватимуть владу для підриву демократичних процедур; *справедливість процедур та легітимність* – оцінка того, чи чесно відбулися вибори, чи дотримано правових процедур [45; 36]; *емоційний компонент* – гнів, розчарування, тріумф, що впливають на подальшу участь громадян.

Таким чином, жанрове поле поствиборчого дискурсу є не менш різноманітним, ніж передвиборчого: воно переходить від урочистих

ритуальних промов до конфліктних судових заяв, від медійного аналізу до масових онлайн-кампаній. Усі ці жанри виконують критичну функцію стабілізації або дестабілізації політичного середовища після виборів, формують уявлення про легітимність, відображають готовність громадян і політичних акторів прийняти новий статус-кво або його заперечити.

Традиційно жанри передвиборчого та поствиборчого дискурсу розглядають окремо, проте дедалі частіше їх порівнюють як взаємопов'язані фази комунікації [27; 40]. Для лінгвістики аналіз таких дискурсів дає змогу досліджувати *жанрову різноманітність* (промови, дебати, медійні повідомлення, соціальні мережі) та порівнювати *лексико-граматичні та прагматичні особливості* (прагматичні маркери, метафори, модальність, оцінні засоби).

Пропонуючи далі порівняльний аналіз спільних і відмінних рис цих дискурсів на матеріалі англomовного політичного простору, зацентруємо на лінгвістичному наповненні, функціях і жанрових характеристиках. До спільних рис передвиборчого та поствиборчого дискурсів відносимо легітимізаційну функцію, конструювання ідентичності, емоційну насиченість, жанрове розмаїття.

Легітимізаційна функція та процедурна правда (*procedural fairness*). І перед виборами, і після них політична комунікація має легітимізаційний вимір: вона підтверджує або ставить під сумнів легітимність інститутів, процедур і результатів [45]. У лінгвістичному плані це проявляється у використанні *квазі-юридичної лексики* (“*fair election*”, “*due process*”, “*rule of law*”) та *модальних конструкцій* (“*must*”, “*should*”, “*ought to*”) для вираження нормативності.

Конструювання ідентичності «свій/чужий». Обидва дискурси характеризуються виразним *внутрішнім та зовнішнім маркуванням* [40]: “*our supporters*”, “*the opposition*”, “*the American people*”, “*those who tried to undermine...*” тощо. Лексика, що маркує спільність/відмінність, активна як до,

так і після виборів, але в поствиборчий період вона може набувати тональності примирення або навпаки – поляризації.

Емоційна насиченість. У передвиборчому дискурсі емоції спрямовані на мобілізацію: *“hope”, “change”, “we can”*. У поствиборчому – на інтерпретацію: *“we are grateful”, “we will hold them accountable”, “we feel betrayed”*. В обох випадках вживаються оцінні прикметники й метафори, що сигналізують емоційність.

Жанрове розмаїття. І до, і після виборів дискурс реалізується через публічні промови, дебати, пресконференції, соціальні медіа, офіційні документи й неформальні висловлювання. Це дає змогу зіставляти інституційні й персоналізовані формати.

До **відмінностей** між передвиборчим і поствиборчим дискурсами належать часова перспектива, тип відповідальності, жанри, лексичні та прагматичні відмінності.

Часова перспектива. Передвиборчий дискурс спрямований у майбутнє: використовуються модальні дієслова *will/shall*, конструкції *going to*, гіпотетичні й умовні речення (*“If elected, I will...”*). Після виборів дискурс зміщується до теперішнього/минулого: підбиття підсумків (*“we have won”, “we did not succeed”*), звіти (*“our administration has achieved...”*).

Тип відповідальності теж лінгвістичного відрізняється. До виборів — *обіцянкова відповідальність*: *“we promise”, “we commit”*. Після – *звітна*: *“we delivered”, “we failed”, “we will investigate”*. У лінгвістичному плані це видно за дієслівними формами (Future vs. Present Perfect/Past) та перехід від модальності сподівання до модальності факту/звіту.

У **жанровій специфікації, як було зазначено вище, у передвиборчому дискурсі** визначаємо передвиборчі промови, дебати, рекламні ролики, маніфести, соцмережеві кампанії [29; 58], а у поствиборчому – промови про перемогу/поразку, заяви про формування уряду, судові позови, пости у соцмережах із реакціями, аналітичні колонки [27].

У зрізі лексичних й прагматичних відмінностей, передвиборчий дискурс насичений *суперлативами, гаслами, метафорами майбутнього*, тоді як поствиборчий – *лексикою інтерпретації та пояснення* (“*mandate*”, “*transition*”, “*audit*”, “*certify the results*”). У поствиборчий період часто зростає частотність пояснювальних маркерів (“*because*”, “*due to*”, “*as a result*”) та стратегій делегітимації або виправдання.

У лінгвістичному вимірі передвиборчий і поствиборчий політичний дискурс демонструють чітко виражені відмінності та переходи, які можна розглядати через призму прагматики, дискурсивних маркерів, метафорики та соціолінгвістичних аспектів. На рівні прагматики у передвиборчому дискурсі переважають директивно-промісивні мовленнєві акти – обіцянки, заклики до дії, програмні декларації, що відображає орієнтацію на майбутнє й формування очікувань. Натомість у поствиборчому дискурсі домінують експресивні та асертивні акти – вираження вдячності, пояснення, визнання або оскарження результатів. Така зміна відповідає класифікації мовленнєвих актів Дж. Серля [80], де перехід від промісивів до асертивів та експресивів є індикатором зміни комунікативної фази.

У маркуванні дискурсу також простежується зсув: якщо до виборів активно використовуються маркери майбутнього спрямування на кшталт “*next*”, “*soon*”, “*we will ensure*”, то після виборів частішають маркери рефлексії та пояснення – “*as you know*”, “*therefore*”, “*in order to clarify*”. Ця зміна свідчить про переорієнтацію з гіпотетичних і програмних наративів на інтерпретацію фактичних подій. Так само й метафорика зазнає суттєвого переформатування: у передвиборчий період домінують метафори боротьби (“*battle*”, “*fight for change*”), тоді як у поствиборчому – метафори шляху, переходу й відновлення (“*journey ahead*”, “*transition*”, “*rebuilding*”), що сигналізує зміщення від конкуренції до стабілізації або до боротьби за легітимність результату.

Соціолінгвістичний аспект англомовного середовища демонструє стилістичне зниження у соціальних мережах – короткі, емоційні

повідомлення, меми, гібридні жанри – та стилістичне підвищення в офіційних промовах, маніфестах і заявах. До виборів це спрямовано на охоплення максимально широкої аудиторії та мобілізацію, а після виборів – на легітимацію, утримання ядра прихильників і формування політичних коаліцій.

Ця лінгвістична динаміка підтверджує низку теоретичних висновків. По-перше, демократія функціонує як двоступенева система легітимації: вона вимагає підтвердження не лише через участь у виборах, але й через визнання результатів після їх завершення [27]. По-друге, переходи модальності – від майбутнього потенційного до теперішнього фактичного – є ключовим індикатором зміни комунікативної фази. По-третє, відбувається еволюція жанрових форм: від дебатів і реклами до промов про перемогу чи поразку, судових заяв, онлайн-реакцій та коментарів. По-четверте, емоційно-когнітивні зміни після виборів (задоволення переможців, розчарування програвших) формують різні дискурсивні стилі та спричиняють так званий «winner-loser gap» [43]. Нарешті, поствиборчий дискурс впливає на довіру до інституцій значно сильніше, ніж передвиборчий, оскільки саме після оголошення результатів громадяни переосмислюють справедливість процедур [45].

Таким чином, порівняльний аналіз засвідчує, що обидва типи дискурсу мають спільну основу – легітимацію, мобілізацію, формування ідентичностей – але відрізняються часовою спрямованістю, жанровим репертуаром, типом відповідальності та лінгвістичними характеристиками. Передвиборчий дискурс зорієнтований на майбутнє, має гіпотетично-промісивний характер, насичений гаслами й метафорами змін та використовує жанри дебатів, промов, реклами й соціальних мереж. Поствиборчий дискурс є ретроспективним і звітним, із наголосом на легітимності, процедурній чесності й оцінці результатів; він реалізується у промовах про перемогу чи поразку, судових позовах, аналітичних коментарях. У лінгвістичному плані це проявляється в зміні модальності, дієслівного часу, прагматичних актів, жанрових форм та маркерів пояснення.

Вивчення цих процесів є перспективним для лінгвістики, оскільки дозволяє дослідити динаміку політичної комунікації від гіпотетичних обіцянок до реальних оцінок і звітів і таким чином глибше зрозуміти взаємозв'язок мови й політичної легітимності.

1.4. Риторичні стратегії та тактики політичного мовлення

Політичне мовлення – це інструмент впливу, переконання, мобілізації та формування громадської думки. У сучасній лінгвістиці риторичні стратегії та тактики розглядаються як систематизовані мовні засоби, за допомогою яких мовці – політичні актори – досягають своїх комунікативних цілей. Цей розділ зосереджується на аналізі ключових стратегій і тактик, що використовуються у політичному дискурсі, з урахуванням їхніх функцій, особливостей та контекстуального застосування.

У науковій літературі розрізняють *риторичну стратегію* як загальний план мовленнєвого впливу, що визначає вибір мовних засобів і аргументаційних прийомів [28; 74], та *риторичну тактику* – як ситуативний прийом, спрямований на реалізацію конкретного кроку в межах загальної стратегії [34]. Стратегія має макрохарактер, тоді як тактика – мікрорівень мовленнєвої дії.

Однією з ключових стратегій є **стратегія легітимації**, що має на меті обґрунтувати владу, політичні рішення чи дії як необхідні, справедливі та законні. Т. Van Dijk (2006) наголошує, що легітимація часто супроводжується посиленням на цінності, ідеали, традиції чи «волю народу».

Стратегія створення образу «свого» та «чужого» – потужний інструмент поляризації, який активно використовується в передвиборчих кампаніях. За допомогою цієї стратегії політики конструюють колективну ідентичність своїх прихильників і маргіналізують опонентів [41].

Стратегія апеляції до емоцій – класичний риторичний прийом, який має особливе значення в умовах кризових подій. Політики апелюють до

страху, гніву, надії, патріотизму, використовуючи емоційно насичену лексику, метафори, алегорії [40].

Стратегія персоналізації полягає у фокусуванні на особі політика як рятівника, героя чи провідника нації. Особливо характерна для популістського дискурсу [62].

У межах зазначених стратегій політики використовують різноманітні тактики. Наприклад:

- **Репетиція (повтор)** – підсилює значущість меседжу, робить його легшим для запам'ятовування [29].
- **Контраст** – протиставлення позитивного «Я» чи «Ми» негативному «Вони» [64].
- **Риторичне запитання** – тактика, що створює ефект залученості аудиторії й водночас підсилює авторитет мовця.
- **Цитування авторитетів** – посилення достовірності висловленого.
- **Аналогія та метафора** – допомагають інтерпретувати складні процеси у зрозумілих образах [63].
- **Апеляція до минулого** – звернення до історичної пам'яті народу, з метою легітимації сучасних рішень.

Показовим є використання президентами США або України одразу кількох стратегій у рамках однієї промови. Наприклад, промови Джо Байдена у 2020 році або Володимира Зеленського в умовах війни поєднують стратегії легітимації, емоційної мобілізації та створення образу спільної боротьби. У таких випадках ефект впливу підсилюється завдяки координації стратегічного плану і тактичного втілення [50]. У лінгвістичному плані це проявляється у **зміні модальності, часових форм, семантичних полів**. До виборів – домінує майбутній час, гіпотетичні конструкції, директивно-промісивна прагматика. Після виборів – зростає частка форм теперішнього та минулого часу,

асертивних і експресивних актів, пояснювальних маркерів (“*as you know*”, “*therefore*”).

Риторичні стратегії мають культурно-специфічний характер. У пострадянському просторі домінує стратегія демонстрації сили, прямолінійності, у той час як у європейському політичному дискурсі – акценти на колегіальність, консенсус та етичні аргументи [85]. Це відображається і в лексичному виборі, і в жанрових форматах. У США та Великій Британії, наприклад, важливу роль відіграють телевізійні дебати та інтерв’ю, тоді як у країнах із менш розвиненою дебатною культурою превалюють монологічні жанри – звернення, промови, офіційні заяви.

Аналіз риторичних стратегій і тактик у політичному мовленні важливий для розуміння механізмів влади й легітимації. По-перше, він виявляє інструменти формування громадської думки. По-друге, дає змогу простежити еволюцію політичної комунікації у часі й просторі. По-третє, дозволяє ідентифікувати культурні й ідеологічні відмінності у використанні мови. По-четверте, показує, як мовні вибори сприяють стабілізації чи дестабілізації політичного простору після виборів.

Отже, риторичні стратегії та тактики політичного мовлення – це складна система засобів впливу, яка дозволяє політичним акторам конструювати реальність, формувати ідентичність, досягати переконливості. Їхній аналіз дозволяє не лише краще зрозуміти політичну комунікацію, а й виявити ідеологічні позиції та механізми впливу на громадську думку.

Висновки до Розділу 1

Отже, у цьому розділі проаналізовано поняття дискурсу та політичного дискурсу в сучасній лінгвістиці. Було з’ясовано, що дискурс розглядається як багатовимірне явище, що поєднує мовну форму, значення та соціальну дію. Було виокремлено історичний розвиток поняття, основні підходи до його

інтерпретації та розмежовано текст і дискурс як динамічний і статичний компоненти комунікації. У цьому контексті окреслено соціолінгвістичний, когнітивний і прагматичний виміри дискурсу, які слугували методологічною основою для подальшого дослідження.

Розглянуто стилістичні та прагматичні аспекти політичного дискурсу. Встановлено, що політична мова функціонує як інструмент соціального впливу, який реалізується через стилістичні засоби та прагматичні стратегії. Визначено, що вона поєднує ознаки офіційно-ділового, публіцистичного й навіть художнього стилю, а також виконує мобілізаційну, іміджеву та легітимаційну функції. Аналіз цього дав змогу виокремити основні прагматичні категорії політичної комунікації та показав, як вони формують громадську думку й політичну ідентичність.

Також досліджено передвиборчий та поствиборчий політичний дискурс у їх спільних і відмінних рисах. Ми здійснили порівняння жанрів, функцій та лінгвістичних характеристик цих дискурсів. Виявлено, що передвиборчий дискурс орієнтувався на майбутнє, обіцянки та мобілізацію, тоді як поствиборчий – на інтерпретацію результатів, звітність і стабілізацію політичного середовища. Окреслено, що обидва типи дискурсу мають спільні риси – легітимацію, конструювання ідентичності, емоційну насиченість, жанрове розмаїття, але відрізняються за часовою перспективою, типом відповідальності та прагматичними маркерами.

У четвертому пункті проаналізовано риторичні стратегії та тактики політичного мовлення. З'ясовано, що вони становлять систематизовану сукупність мовних засобів, за допомогою яких політичні актори досягали комунікативних цілей. Серед них виокремлюємо стратегії легітимації, створення образу «свого» та «чужого», апеляції до емоцій та персоналізації, а також тактики повтору, контрасту, риторичного запитання, використання метафор та апеляцій до історичної пам'яті.

Узагальнюючи результати аналізу розділу, можна констатувати, що сформовано цілісну теоретичну основу для дослідження політичного дискурсу як складної, багатовимірної системи мовної комунікації, виявлено структурні, функціональні й прагматичні параметри цього дискурсу, визначено його жанрові та стратегічно-тактичні особливості. Це створило підґрунтя для подальшого лінгвостилістичного аналізу політичної риторики у наступних розділах дослідження.

РОЗДІЛ 2

ДИНАМІКА ЕВОЛЮЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА

2.1. Зміни в образі політичного лідера як кандидата у президенти передвиборчих кампаній 2016 і 2024 років

Політичний імідж та лінгвістичний стиль Дональда Трампа були сформовані під час його початкової та успішної кампанії 2016 року, та був дещо змінений у 2024 році. У цьому підрозділі ми проаналізуємо ключові характеристики, які відрізняли його від традиційних політиків та сприяли його зростанню.

У 2016 році Дональд Трамп успішно культивував імідж «звичайної людини» з «неприхованою та зрозумілою простотою». Це було досягнуто завдяки використанню розмовного та неконтрольованого стилю спілкування. Його неформальність виходила за рамки простого вибору слів; вона була вкорінена в просодичному динамізмі та артикуляційній недбалості, що передавали відчуття «фольклорності». Його використання насмішок, агресивних вигуків та перебивань символічно відрізняло його від «еліти, що піддає себе цензурі, є реакційною та поблажливою». Ця риторична стратегія дозволила йому подолати розрив між його власним елітним статусом і заявленою ідентифікацією з «народом». Наприклад, *“When Mexico sends its people, they're not sending their best. ... They're bringing drugs. They're bringing crime. They're rapists. And some, I assume, are good people”* [86]. Трампові вислови тут дуже прямо виражають зневагу: *“rapists”*, *“bringing crime”* — це некоректні узагальнення, навмисно образні, щоб створити негативний образ групи “інших”. Стиль у цьому прикладі розмовний, просто сформульований, навіть агресивний, а фрази короткі, зі списком, що справляє враження

спонтанності й емоційності. Власне, використання “*And some, I assume, are good people*” робить тон дещо м’якшим, ніби “даю простір”, але загальний ефект – поглиблення відчуття загрози, сторонності. Це допомагає зміцнити образ Трампа як “той, хто говорить, як є”, навіть якщо контент суперечливий.

Окрім його голосових манер, лінгвістичний стиль Трампа підкреслював його «автентичність». Його промови були навмисно нелінійними та, на перший погляд, «незв’язними», що різко контрастувало з ретельно підготовленими та професійно написаними промовами його опонентів. Наприклад, він часто використовував «дискурсивні маркери», такі як “*anyway*” (так чи інакше), “*so*” (отже) та “*you know*” (знаєте), щоб переходити від однієї теми до іншої, які часто не були пов’язані між собою. Для прихильників цей стиль створював враження спонтанності, тоді як опоненти могли сприймати його як ознаку незв’язності. Згідно з академічним аналізом, ця «автентичність є незв’язною» [98], що вказує на дихотомію, яка допомагала Трампу виділитися. До прикладу, “*But I said to Franklin, ‘You know, sometimes you need it for emphasis.’ ... So all countries are now taking their illegal aliens back ... And believe me ... It’s true. It’s true. ... But I said to Franklin, ‘You know, sometimes you need it for emphasis.’ ... And that’s why our country is doing record business ...*” [102]. Можемо зазначити, що тут помітна спонтанність: перебивання, повернення до попередніх думок (“*But I said ...*”), емоційні вставки (“*It’s true. It’s true.*”), що створюють враження, ніби промова не повністю заздалегідь підготовлена. Перехід від особистої історії з “*Franklin*” до загальних політичних тверджень (про “*illegal aliens*”, про економічну активність країни) без чіткої логічної зв’язки – це про нелінійний стиль.

Лексичний вибір Трампа підтримував цей образ прямої та простоти. Його риторика була свідомо простою, уникала складних формулювань і лексики. В середньому, його речення склалися з 17 слів, що робило його виступи легко зрозумілими навіть для учнів старших класів, тоді як виступи його опонента у 2016 році, Хілларі Клінтон, мали складність, орієнтовану на

випускників коледжів. Аналіз також показав, що він часто використовував займенник однини «I» (я), що вказувало на стиль, зосереджений на його власній особистості [77]. Це було свідомим відходом від стандартних політичних норм і дозволяло йому представити себе як єдине рішення, а не як частину ширшої ініціативи. Наведемо вдалий приклад із Республіканської національної конвенції (RNC) від 21 липня 2016 р.: *“These are people who work hard, but no longer have a voice. I am your voice! ... I have joined the political arena so that the powerful can no longer beat up on people who cannot defend themselves”* [119]. Це яскраво контрастувало з формалізованою риторикою Клінтон, яка використовувала довші, складніші речення.

У 2016 році Трамп широко використовував гіперболу, повторення та підсилювачі. Його світ був поляризований на крайності: речі були «жахливими» або «неймовірними», «найкращими» або «найгіршими». Він використовував повторювані фрази, як «дуже, дуже» та «багато, багато», а також рідкісні слова, як «*super-duper*», щоб посилити свої повідомлення. Ці тактики, у поєднанні з простими, часто односкладовими словами, як “*win*” (перемога), “*sad*” (сумний) та “*great*” (великий), потужно резонували з його базою прихильників, створюючи образ лідера, який швидко та рішуче вирішить складні проблеми.

Ключовим академічним висновком з його кампанії 2016 року було використання «роботи з кордонами» (boundary work) для мобілізації підтримки. Трамп успішно апелював до білого робітничого класу, підносячи його моральний статус і описуючи його як «працьовитих американців, що стали жертвами глобалізації». Ця стратегія полягала у створенні сильних моральних кордонів, які розмежовували «нас» (працьовитий народ) і «них» (еліти та чужинці). Він артикулював занепокоєння свого електорату щодо «людей зверху» - професіоналів, багатих та політиків – одночасно демонізуючи нових «цапів-відбувайлів», як-от іммігрантів без документів, біженців та мусульман. Ця розповідь використовувала існуючі соціальні

напруги і активізувала почуття спільної образи, формуючи потужний популістський наратив. Наведемо низку прикладів:

“Americanism, not globalism, will be our credo” (RNC Acceptance Speech, 21 липня 2016 [101]. Тут спостерігаємо чіткий символічний бар’єр: «наш» морально правильний табір – проти «їхнього» глобалізму (політичні й економічні еліти). Така дихотомія легітимує протистояння «професіоналам, багатим і політикам» та мобілізує «звичайних американців».

“We are going to stop the tens of thousands of people coming in from Syria. We have no idea who they are, where they come from... It’s going to end very, very badly” [93]. У цьому реченні акцент на невідомості/ неперевіреності біженців кристалізує кордон «безпечні ми» - «потенційно небезпечні вони», активуючи образ «спільної образи» та загрози.

Ще одним послідовним елементом було використання риторики «людини дії». Його часте використання фрази *“We’re going to...”* (Ми збираємося...) або *“We’re gonna...”* (Ми збираємося...) надавало йому вигляду лідера, що «досягне результатів», на відміну від сприйнятої нерішучості «експертів» та політичного істеблішменту. Використання множинного займенника «we» (ми) у поєднанні з його категоричними твердженнями запрошувало аудиторію до спільної справи, посилюючи відчуття спільної мети. Цей стиль, що поєднував особисту велич (I) з колективною місією (we), був потужною формулою для залучення його прихильників.

Під час виборчої кампанії Дональда Трампа 2024 року відбувається трансформаційне перетворення від аутсайдера до ображеного інкумбента. Хоча основний стиль залишився, зміст і емоційний тон його повідомлення різко змінилися у відповідь на його юридичні та політичні виклики.

Однією з найбільш значних змін у риторичі Трампа 2024 року було перетворення його численних юридичних проблем на центральний елемент його кампанії, що змінило його образ з аутсайдера на жертву несправедливої системи [94]. Замість того, щоб сприймати судові процеси як відволікання, він

представив себе як мученика, який бореться проти «озброєної» та «несправедливої» системи правосуддя. Його інавгураційна промова, наприклад, безпосередньо посилялася на його особисті випробування, заявляючи, що ті, хто бажає зупинити його справу, «намагалися забрати мою свободу і, насправді, забрати моє життя» [109]. Цей наратив є витонченою еволюцією його риторики 2016 року «ми проти них»; «ними» тепер стали не лише політичні еліти, але й увесь юридичний та державний апарат, який, за його словами, намагається його знищити.

Наприклад, у своїй інавгураційній промові Трамп прямо звертається до спроб обмежити його свободу та навіть життя, що створює образ людини, переслідуваної владою чи системою. Це дає йому позицію мученика, жертви, і підсилює риторичну легітимність – мовлячи, ніби він став об'єктом несправедливої атаки зі сторони юридичних чи державних інститутів: *“Those who wish to stop our cause, have tried to take my freedom and indeed to take my life. Just a few months ago in a beautiful Pennsylvania field, an assassin's bullet ripped through my ear. But I felt then and believe even more so now that my life was saved for a reason”* [109]. У прикладі описана риторика закріплена лексемами: *stop our cause* – «зупинити нашу справу» – фразу, яка позначає опозицію не як політичних супротивників, а як ворогів місії, яка має моральне або навіть сакральне значення; *tried to take my freedom, take my life* – яскраві формулювання, що акцентують загрозу особисто для мовця, створюють образ жертви; *assassin's bullet ripped through my ear* – метафора фізичної спроби вбивства, що драматизує власний досвід; *saved for a reason* – вираз, що вказує на призначення / долю, ретельний підхід до образу обраного, тобто месійського аспекту.

Як було зазначено вище, у виступах Трампа в 2024 році часто з'являються твердження про те, що правова система діє проти нього несправедливо – судді, прокурори, свідки, журі й інші мають намір його зупинити або принизити. Це частина стратегії «ми проти несправедливості» і

дозволяє йому позиціювати себе як людину, яка бореться проти системи: *“Donald Trump’s verbal assaults on judges, prosecutors, witnesses, jurors and the broader US justice system are undermining the rule of law”* [113]. До прикладу, тут вживають фрази *“verbal assaults”* – «словесні напади» – сильне слово, що позначає агресію; *“judges, prosecutors, witnesses, jurors”* – перерахунок ролей у правосудді, які зазвичай асоціюються з нейтральністю, але тут ними зневажають; *“broader US justice system”* – широка інституція, яка тепер зображена як частина змови або несправедливості.

Такий дискурс створює образ не лише політичної суперечки, а моральної, етичної битви, де мовець – під атакою з боку системи. Цей образ жертви нерозривно пов'язаний з темою відплати. Хоча опитування показують, що республіканські виборці впевнені, що він не використає державну владу для помсти, менше 40% незалежних виборців та лише 6% демократів поділяють цю думку. Цей різкий партійний розрив демонструє, що його риторика про «закон і порядок» по-різному сприймається його базою, яка, можливо, розглядає це як обґрунтоване покарання для політичних ворогів. Це свідчить про перехід до більш відкрито авторитарного підходу, порівняно з популістською персоною 2016 року. Його обіцянки «відновити закон і порядок» та «розбити радикальних марксистських прокурорів» [87] тепер подаються не лише як політика, а як особиста місія, що посилює його образ захисника свого народу від корумпованої системи.

Риторика Трампа у 2024 році описана як «темніша і більш багатослівна» та «розрізнена» [89]. Він сам називає свій стиль «сплетенням» (*the weave*) – це потік свідомості, що переходить від одного сюжету до іншого, поєднуючи дистопічні попередження, анекдоти та програмні заяви. Хоча це є посиленням його неформального стилю 2016 року, тепер це є усвідомленою риторичною стратегією. Він стверджує, що цей стиль більш захоплюючий, ніж просто читання з телесуфлера, що підтверджує його постійну орієнтацію на автентичність. Наприклад, *“Those who wish to stop our cause have tried to take*

my freedom and, indeed, to take my life. Just a few months ago, in a beautiful Pennsylvania field, an assassin's bullet ripped through my ear. But I felt then and believe even more so now that my life was saved for a reason" [116]. У цій частині промови Трамп прямо зазначає, що є ті, хто намагався «зупинити його справу» (stop our cause), відібрати свободу, навіть життя. Згадка про спробу замаху та про те, що він вижив «мінімум через причину» – усе це створює образ жертви, людини, що подолала переслідування.

Гіпербола 2016 року у 2024 році посилилася. Його риторика поєднує «апеляції, засновані на страху, з повідомленнями, що вселяють надію». Він називає своїх опонентів «найгіршим президентом» та «найгіршим віцепрезидентом» в історії та робить заяви на кшталт «знищить фінанси вашої родини назавжди». Це «обрамлення кризи» є основним компонентом його стилю «Лідерства Впливу» (Impact Leadership), що позиціонує його як єдиного рішучого лідера, здатного розв'язати уявну кризу. Ця стратегія не лише мобілізує його базу, але й ефективно перенаправляє увагу від його власних юридичних проблем: *"Donald Trump says Vice President Harris is the 'worst vice president in the history of our country'"* [120]. Його атаки на опонентів у 2024 році є більш прямими та особистими. Він висміює їхній інтелект, називаючи їх «людьми з низьким IQ» [102]. До прикладу, в одному з виступів у Пенсильванії Трамп критикував інтелект Камали Гарріс доволі різко, називаючи її *"stupid person"* і *"very dumb person"*. Це частина його регулярної риторики зверху вниз, де він транслює образ інтелектуальної переваги: *"Stupid person like Kamala Harris ... She's a stupid person ... I believe she was born that way ... only dumb people would support the broken policies she represents"* [115].

Важливо, що він також проєціює звинувачення проти своїх опонентів, які є частиною кримінальних справ, порушених проти нього самого, що є прямим наслідком його юридичних проблем. Ця тактика представляє новий рівень риторичної трансгресії, що стирає межі між політичною промовою та особистим юридичним захистом.

Нижче наведемо порівняльну таблицю лінгвістичного стилю Д. Трампа у двох його передвиборчих періодах.

Таблиця 2.1

Порівняльний лінгвістичний аналіз 2016 та 2024 передвиборчих риторик

Характеристика	2016	2024
Стиль спілкування	«Автентична неформальність» та пряма мова	«Сплетення» (The Weave) – потік свідомості, що переривається
Лексична складність	Проста мова, короткі слова, низька лексична щільність	Збереження простоти, але з більш темною та дистопічною лексикою
Риторичні прийоми	Повторення, гіпербола, використання підсилювачів («дуже, дуже»)	Посилення гіперболи, «обрамлення кризи», проєціювання звинувачень
Центральна тема	«Ми проти них» – боротьба працьовитого народу з елітами та мігрантами	«Жертва та мученик» – боротьба проти «озброєної системи правосуддя»
Нові риси	Популізм, що кидає виклик нормам	Риторика помсти, погрози ЗМІ та державним органам

Отже, у зрізі 2016–2024 років бачимо не просто стилістичну еволюцію, а глибинну зміну в образі лідера: від «я – ваш голос» до «я – ваша остання лінія оборони»; від «простого мільярдера-бунтаря» до «мученика-захисника». Саме ця зміна дозволяє пояснити, чому його дискурс у 2024 році став темнішим, багатослівнішим і водночас сакралізованішим – і чому його лінгвістичні

стратегії тепер не лише мобілізують базу, а й виконують функцію персонального самозахисту та легітимізації влади.

2.2. Трансформація тематики та тональності виступів у періоди перед і після виборів

Політичний дискурс Дональда Трампа протягом 2024 року виявився показовим прикладом риторичної трансформації. Як кандидат і водночас колишній президент США, він демонстрував здатність адаптувати тематику та тональність виступів відповідно до політичного контексту. Передвиборчі промови вирізнялися конфронтаційністю, апеляціями до страху й гніву, а після оголошення перемоги – урочистістю, месіанізмом і спробами легітимізувати новий мандат. Як зазначають Е. Laclau та С. Mudde, така динаміка відповідає ширшим тенденціям популістської риторики, де стратегічні зміни в комунікації дозволяють мобілізувати електорат у період кампанії й стабілізувати ситуацію після виборів [62; 69].

Аналіз дискурсу Трампа спирається на *критичний дискурс-аналіз* [49], що дозволяє виявити, як мова репродукує владні відносини та ідеологічні конструкції, а також на *теорію фреймінгу* [47], яка пояснює добір тем і образів для формування громадської думки. *Популістська риторика* у концепції Е. Laclau (2005) [62] визначає дихотомію «народ» – «еліти» як ключову для мобілізації, а праці Barthes (1957) [32] про політичну міфологію дають змогу осмислити створення образу «рятівника нації». Методологічно наше дослідження базується на аналізі низки виступів Трампа у 2024 році: передвиборчих мітингів, дебатів із Камалою Гарріс (Reuters, 11.09.2024) [105], переможної промови (New York Post, 06.11.2024) [99] та виступу на AmericaFest у Фініксі (The Guardian, 22.12.2024) [112].

Для подальшого аналізу передвиборчий корпус промов (січень-жовтень 2024) було класифіковано за домінантними смисловими вузлами, що повторювалися в різних подієвих контекстах (мітинги, дебати, інтерв'ю) і формували стабільні фрейми інтерпретації реальності. Поєднуючи принципи критичного дискурс-аналізу з підходом фреймінгу, ми виділили теми не за окремими лексемами, а за їхнім функціональним внеском у побудову опозиції «народ» ↔ «еліти/загроза» та у мобілізацію емоцій (страху, гніву, обурення), що є типовим для популістської риторики [62; 69].

Тематичні кластери нижче репрезентують найстійкіші патерни передвиборчого дискурсу, верифіковані триангуляцією джерел (репортажі з мітингів, стенограми дебатів, медійні конденсації цитат), тобто добром із трьох різних піджанрів, і водночас відображають зміну тональності від «кризового» опису теперішнього до «редемптивного» бачення майбутнього.

У період до виборів (січень–жовтень 2024) Трамп концентрувався на темах загрози, кризи та боротьби. Найбільш помітними були чотири блоки:

1. **Міграція й безпека кордонів.** Кандидат неодноразово говорив про «запечатані кордони» та припинення нелегальної міграції, зображуючи ситуацію як «інвазію» (Utah News Dispatch, 01.11.2024) [119]. Такий фреймінг посилював відчуття небезпеки й потреби у сильному лідері [47].

Наприклад, у квітні 2024 року на мітингу в Мічигані він заявив: *“They’re not human, they’re animals, and we’re going to get them out of our country by the thousands”* [106].

У Вісконсині 28 вересня 2024 року він сказав: *“We are going to seal our borders. We are going to stop the invasion of our country”* [88].

А під час дебатів із Камалою Гарріс 11 вересня 2024 року підкреслив: *“This administration has erased our border – millions are pouring in”* [105].

У цих прикладах бачимо **характерні лексеми й словосполучення** *“seal our borders”, “stop the invasion”, “illegal immigrants”, “mass migrant invasion”, “erased our border”, “millions are pouring in”,* та *“they’re not human,*

they're animals”, які виразно окреслюють фрейм «загрози» та «небажаних інших», створюючи образ держави, що зазнає зовнішнього вторгнення та потребує захисту сильного лідера.

2. **Економічна криза й відновлення.** У передвиборчих виступах домінувала риторика «золотої ери Америки», яка повернеться лише завдяки його керівництву (Reuters, 11.09.2024). Ці меседжі виконували функцію політичного міфу «відродження». Так, під час дебатів 11 вересня 2024 року Трамп сказав: *“Look, we’ve had a terrible economy, because inflation, which is really known as a country buster”* [105]. У тій самій дискусії він продовжив: *“People can’t go out and buy cereal or bacon or eggs or anything else. They’ve destroyed the economy”* [105]. А в Мічигані він пообіцяв: *“When I’m back in the White House, we’re going to bring back the greatest economy the world has ever seen”* [108].

Висловлювання Трампа супроводжувалися сталим набором економічно маркованих одиниць: *“terrible economy”*, *“inflation ... a country buster”*, *“people can’t go out and buy cereal or bacon or eggs”*, *“they’ve destroyed the economy”*, *“bring back the greatest economy the world has ever seen”*. Ці словосполучення створюють кризовий фрейм, де економіка уявляється «зруйнованою» і потребує «порятунку». Таким чином, лексика водночас драматизує поточну ситуацію й підкреслює месіанську здатність кандидата відновити «золоту еру» Америки.

3. **Конфронтація з опонентами.** Трамп різко критикував демократів, зокрема адміністрацію Байдена та Камалу Гарріс, часто використовуючи образливі формулювання. У промовах напередодні виборів 2024 року дослідники зафіксували рекордну кількість випадків гнівної риторики, страху й образ [89; 91].

Наприклад, у Вісконсині він заявив: *“Kamala Harris has erased our border. She’s let the killers into our country”* [88]. У Пенсильванії прозвучало:

“The radical Democrats have destroyed our cities and our jobs” [91]. А під час дебатів 11 вересня 2024 року Дональд Трамп наголосив: *“You can’t have her [Harris] run the country. She’s radical, she’s incompetent”* [105].

У риториці конфронтації повторюються такі вирази, як *“radical Democrats”*, *“Kamala Harris has erased our border”*, *“let the killers into our country”*, *“destroyed our cities and our jobs”*, *“she’s radical, she’s incompetent”*. Такі лексеми не лише таврують політичних опонентів, а й роблять їх винними у всіх бідах нації – від злочинності до економічного спаду. Повторюваність цих маркерів підкріплює дихотомію «ми» проти «вони» та мобілізує емоції гніву й обурення у слухачів.

4. **Помста й відплата.** У публічних виступах він заявляв про намір «притягнути до відповідальності» суддів, прокурорів і журналістів, що втілювало меседж «борця за справедливість» [89].

Так, у квітні 2024 року Трамп заявив: *“This is the final battle. If we don’t win this election, our country will be lost forever”* [106]. У жовтні він наголосив: *“We’re going to hold these people accountable – the prosecutors, the judges, the fake news media – everybody who’s trying to destroy our country”* [91]. І знову під час виступу в Мічигані зустрічаємо фразу: *“If I don’t get elected, there will be chaos and violence all over America”* [106].

Тональність передвиборчого дискурсу була **агресивною й конфронтаційною**. Часто використовувалися гіперболи, метафори («країна руйнується», «загроза нації»), а також апеляції до страху й гніву [86]. Такий стиль відповідає моделі популістської мобілізації.

Після перемоги на виборах у листопаді 2024 року риторика Трампа зазнала помітних змін. Якщо до виборів він мобілізував електорат страхом, гнівом і конфронтаційністю, то після оголошення результатів його тональність змістилася в бік урочистості, месіанізму та закликів до єдності. Найбільш помітними були такі чотири блоки.

1. Перемога й легітимність

У промові 6 листопада 2024 року Трамп наголосив, що його перемога – «надзвичайна» й «історична», подякував виборцям і заявив про початок «нової ери». Наприклад, він сказав:

“Tonight we celebrate an extraordinary victory. This is not just a political win; this is the beginning of a new era for our great nation” [99].

Характерні лексеми й словосполучення – *“extraordinary victory”, “historic win”, “the beginning of a new era”, “for our great nation”* – акцентують тріумфальність та масштаб події. Вони створюють відчуття легітимності й мандату на владу, який вивисує лідера над щоденними політичними суперечками.

2. Месіянзм і божественне призначення

У тій самій промові Трамп розповів, що «Бог залишив його живим для виконання місії», що створює міфологію «обраного лідера». Він заявив:

“God spared my life for a reason. And that reason is to save America, to restore its greatness, and to protect its people” [99].

У цьому блоці ключові слова й словосполучення – *“God spared my life”, “for a reason”, “to save America”, “restore its greatness”, “protect its people”*. Такі вирази вводять релігійний фрейм, який сакралізує політику, легітимізує владу та надає їй метафізичного виміру. Риторика месіянзму посилює образ лідера-рятівника, який діє не лише у політичній, а й у морально-божественній площині.

3. Риторика стабільності й майбутнього

У грудні 2024 року на AmericaFest у Фініксі Трамп акцентував на сильній економіці, зменшенні податків та «найкращому майбутньому для наших людей». Він зазначив:

“We will build the strongest economy the world has ever seen. We will cut taxes for hardworking Americans, and together we will create the best future for our people” [114].

Характерні лексеми й словосполучення – *“strongest economy”, “cut taxes”, “hardworking Americans”, “the best future for our people”*. Вони зміщують акцент із конфронтації на будівництво та розвиток, демонструють прагнення до стабільності, економічного зростання й турботи про добробут громадян. Такий набір лексики відтворює образ «прагматичного будівничого» після кампанії «борця».

4. Єдність

Поряд із переможними заявами з’явилися заклики до «об’єднання народу» й подолання поділів, що контрастує з риторикою страху перед виборами. У промові 6 листопада 2024 року він підкреслив:

“Now is the time to put the divisions of the past four years behind us. We must unite as one nation, under God, to rebuild our future” [99].

Тут ключові слова й словосполучення – *“put the divisions behind us”, “unite as one nation”, “under God”, “rebuild our future”*. Вони відбивають намагання змінити тональність із конфронтаційної на інтегративну, створити образ Трампа як лідера для всієї країни, а не лише для своєї бази.

Загалом у післявиборчих виступах риторика Трампа стала більш урочистою, месіянською та інтегративною. Лексеми й словосполучення вказують на перехід від дискурсу «битви» до дискурсу «відновлення» й «об’єднання», зміщуючи увагу з конфронтації на легітимізацію влади, обіцянки економічного процвітання та сакралізоване лідерство [49].

Зіставлення обох періодів показує чітку динаміку (див. Табл. 2.2).

Передвиборча стратегія мобілізувала виборців через образи загрози й гніву [69], а післявиборча – легітимізувала перемогу й створювала образ «лідерства й стабільності». Така зміна відповідає логіці політичного циклу: агресія й поляризація у фазі боротьби за владу; пом’якшення й інтеграція у фазі утримання влади.

Таблиця 2.2.

**Зіставний аналіз тематики перед та після виборів 2024 року
Дональда Трампа**

Параметр	Перед виборами	Після виборів
Тематика	Міграція, помста, критика опонентів, економічна криза	Економіка, об’єднання, стабільність, месіанізм
Тональність	Агресивна, конфронтаційна	Урочиста, тріумфалістська
Цільова аудиторія	Власна база, електорат	Уся нація, міжнародна спільнота
Риторичні засоби	Гіперболи, страх, конфлікт	Подяка, емоційна єдність, бачення майбутнього

Отже, політичний дискурс Дональда Трампа у 2024 році демонструє стратегічну трансформацію, що проявляється у зміщенні тематичних акцентів і тональності. Якщо перед виборами він використовував риторику страху, гніву й конфронтації для мобілізації електорату, то після перемоги змінив акценти на месіанізм, стабільність і майбутнє. Ця зміна не була повною: елементи конфронтаційності залишилися, проте втратили домінуюче значення. Таким чином, можна говорити про закономірну динаміку, що відповідає етапам політичної комунікації – від популістського мобілізму до легітимізації влади. Перспективи подальших досліджень полягають у кількісному аналізі мовних засобів (лексика, синтаксис, риторичні фігури) та у порівнянні з іншими популістськими лідерами.

2.3. Вплив соціально-політичного контексту на стилістику політичної комунікації

Соціально-політичний контекст, тобто суміш економічних умов, рівня поляризації суспільства, технологій масової комунікації, кризових подій та очікувань виборців, відіграє ключову роль у формуванні стилістики політичного дискурсу. Слово, стиль, тональність, вибір тем – усе це віддзеркалює зовнішнє середовище. Політична комунікація є ключовим інструментом взаємодії між владою та суспільством, особливо в період виборчих кампаній. Стилiстика цієї комунікації значною мірою визначається соціально-політичним контекстом, який формує очікування, страхи, потреби та ідентичності електорату. Виборча кампанія Дональда Трампа у 2024 році та за попередньої каденції стала яскравим прикладом того, як політик адаптує стилістику комунікації до соціального запиту, використовуючи елементи популізму, конфронтації та медійної провокації.

З-поміж українських дослідників питання стилістики політичної комунікації Дональда Трампа активно аналізував Сергій Федонюк [20]. У своїй статті «Мережева комунікація Дональда Трампа крізь призму концепції VUCA» він розглядає, як цифрова комунікація Трампа сприяла емоційній мобілізації, поляризації суспільства та делегітимації традиційних медіа. Серед зарубіжних науковців варто виділити Тімоті Гартон Еша – професора Оксфордського університету, який у своїх лекціях та публікаціях аналізує геополітичні наслідки риторики Трампа для Європи та України, зокрема в контексті ізоляціонізму та зміни міжнародних союзів [4].

Аналізуючи, як соціально-політичний контекст формує стилістику політичної комунікації, важливо спиратися на низку концепцій, які пояснюють взаємодію між медіа, емоціями та риторичними стратегіями. *Теорія комунікаційного середовища (media ecology)*, започаткована Маршаллом Маклюеном (1964) із тезою «медіа – це повідомлення», підкреслює, що форма

комунікації визначає її зміст. У сучасному цифровому контексті – Twitter/X, TikTok, Instagram – технологічні обмеження й алгоритмічні логіки стимулюють короткі, емоційні та реактивні повідомлення, що радикально впливає на стиль політичної риторики [33]. *Теорія емоцій у політичній комунікації* пояснює, що страх, гнів, тривога, а також надія й емпатія – ключові механізми мобілізації виборців: емоційні апеляції створюють відчуття ідентичності та стимулюють дію. Як показує Брейдер [38] у монографії *Campaigning for Hearts and Minds*, політики використовують емоційні тригери у виступах і рекламі, аби посилити ефект своїх меседжів. Нарешті, *моделі адаптивної риторики* демонструють, що мовні стратегії змінюються у відповідь на соціальні зрушення – економічні кризи, пандемії, міжнародні конфлікти, зміни в інформаційному середовищі. Політики, реагуючи на нові виклики, спрощують синтаксис, активізують емоційні образи та персоналізують звернення, щоб залишатися зрозумілими й релевантними аудиторії. Такий міждисциплінарний підхід дозволяє пояснити, чому стилістика політичної комунікації, зокрема кампанії Дональда Трампа у 2024 році, була водночас більш емоційною, адаптивною та орієнтованою на цифрове поширення.

Суспільно-політичний контекст США у 2024 році характеризувався такими ключовими елементами [53]:

1. **Поляризація суспільства** – ідеологічна, соціальна, культурна. Багато виборців вже мають укорінені переконання й медійні інформаційні «echo chamber».
2. **Економічна невизначеність** – інфляція, проблеми з житлом, вартість життя, занепокоєння щодо економічного майбутнього.
3. **Кризи й надзвичайні події** – міжнародні кризи, внутрішні проблеми (асоціації із пандемією, із безпекою, імміграційними потоками, соціальними конфліктами).

4. **Інформаційне середовище** – соцмережі, 24-годинні новини, інфлюенсери, меми, короткі відеоформати, віральні тексти.

5. **Недовіра до інститутів** – правосуддя, засоби масової інформації, політичні еліти.

Ці фактори створюють тиск на політичних комунікаторів – і змушують адаптувати стиль таким чином, щоби максимально резонувати із суспільним настроєм. Ці фактори створили запит на «антисистемного» кандидата, який би говорив «простою мовою» та демонстрував готовність «зламати систему».

Трамп *адаптував свою стилістику до цього контексту*, використовуючи такі ключові елементи:

1. **Пряма, емоційна мова.** Трамп часто використовував короткі, емоційно насичені речення, які легко запам'ятовуються. Його висловлювання були насичені гіперболами, епітетами та повтореннями: «Make America Great Again», «Fake News», «Build the Wall». Це створювало ефект «розмови з народом», а не політичної риторики. Як зазначає Юлія Чаплінська, така стилістика апелює до парасоціального ефекту – ілюзії близькості між політиком і виборцем.

2. **Конфронтаційна риторика.** Трамп активно використовував конфлікт як інструмент мобілізації. Його риторика була спрямована проти:

- Мігрантів («They're bringing drugs. They're bringing crime. They're rapists»)
- Політичного істеблішменту («Crooked Hillary»)
- Засобів масової інформації («Enemy of the people»)

Це дозволяло йому позиціонувати себе як «аутсайдера», який бореться з «корумпованою системою».

3. **Медіа-провокація.** Трамп майстерно використовував соціальні мережі, особливо Twitter, для створення інформаційних приводів. Його твіти часто були провокативними, що забезпечувало медійне охоплення без витрат на рекламу. Як зазначає Дмитро Фомін, цифрова трансформація політичної

комунікації дозволяє політикам створювати нові формати діалогу, які не потребують посередництва традиційних медіа [21].

4. Популістська стилістика. Трамп апелював до «простих людей», протиставляючи їх «елітам». Його мова була насичена образами «народу», «робітників», «американців», що створювало ефект колективної ідентичності. Популізм у стилістиці Трампа проявлявся через:

- Спрощення складних проблем
- Пропозицію «простих рішень» («Build the wall», «Ban Muslims»)
- Демонстрацію «сили» та «рішучості»

Соціально-політичний контекст істотно впливає не лише на тематику, але й на форму та стиль комунікації Дональда Трампа. Декілька проєктів і досліджень підтверджують зв'язки між суспільними настроями та його риторичними стратегіями:

1. **Страх перед міграцією → агресивна риторика щодо іммігрантів.** Наприклад, PBS повідомляє, що Трамп у кампанії 2024 року активно використовує риторичні образи, що зображує мігрантів як “*dangerous criminals*” і “*poisoning the blood*” країни, що резонує поза його базою прихильників [83].
2. **Недовіра до медіа → активне використання Twitter (X) як альтернативного каналу.** Дослідження *The Twitter of Donald J. Trump During an Age of Uncertainty* показує, що Трамп використовує соціальні мережі для обхідної комунікації з громадянами, уникаючи фільтрації через традиційні медіа [65].
3. **Економічна тривога → обіцянки повернення робочих місць, протекціонізм.** В аналізі *Impact vs Vision: a critical discourse analysis of Trump and Harris' leadership rhetoric in the 2024 American Presidential Election* від Hamed & Alqurashi зазначається, що Трамп акцентував у промовах на захисті місцевої виробничості, імпорتنих тарифах і обіцянках “*economic protectionism*” [53].

4. **Поляризація** → **чітке розмежування «своїх» і «чужих»**. У роботі *United States Politicians' Tone Became More Negative with 2016 Primary Campaigns* виявлено, що тональність політичної мови стала значно негативнішою у період, коли піднялася поляризація – і Трамп має суттєвий внесок у цю зміну [61].

Таким чином, стилістика Трампа – пряма атака, емоційні образи, простота мови є реакцією не тільки на його особистий стиль, але й на запити та очікування суспільства.

Традиційні політичні комунікатори використовують більш дипломатичну, аргументовану, інколи витриману мову з посиланнями на дані, аналітичними аргументами. У порівнянні з ними, Трамп обрав стиль, який можна охарактеризувати як «пряма атака» – використання емоцій, образів ворога, сильних контрастів і персоналізації. Такий підхід дозволив йому:

- Залучити нові електоральні групи, особливо серед чоловіків без вищої освіти, які можуть реагувати на прямі меседжі.
- Створити образ “сильного лідера” через жорстку риторику, яка сприймається як рішучість.
- Порухити традиційні норми політичної комунікації, зменшивши роль компромісу, дипломатії і збалансованості.

Дослідження *Impact vs Vision* показує, що саме такі протилежності – пряма мова й емоційні образи – допомагали Трампу виділитися на фоні суперників [53].

- Хоча такий стиль був ефективним для мобілізації бази, з реальних джерел випливає і низка негативних наслідків:
- **Зростання поляризації**: як зазначає стаття *Polarization in America: two possible futures*, більшість американців сприймають, що країна поділена, і політична мова Трампа сприяє цьому відчуттю [54].
- **Нормалізація агресії та образливості**: дослідження *Social media and inflammatory rhetoric* [70] показують, що риторика проти меншин у

Twitter, у тому числі від Трампа та його прихильників, корелює із зростанням антимусульманських злочинів [70].

- **Зниження довіри до інституцій:** через постійні напади на ЗМІ, обвинувачення у “фейкових” новинах та суддів, з’ясовується, що частина виборців сприймає інституції як упереджені або ворожі. Наприклад, А. Lange (2021) аналізує твіттер-комунікацію Трампа під час пандемії і знаходить зростання недовіри до медіа і влади [65].

Виборча кампанія Дональда Трампа демонструє, що стилістика політичної комунікації є сильно залежною від контексту – соціально-політичного, медійного й економічного. Мова, тон, риторичні вибори (агресія, страх, простота, поляризація) не були лише особистим стилем, а відповіддю на поточні виклики і очікування суспільства. Хоча такі вибори стилю дали йому перевагу в мобілізації, вони також мають соціальні наслідки – розбиття суспільства, зниження довіри, потенційно небезпечну нормалізацію агресивної мови. Це підтверджує, що політична комунікація – це не просто передача повідомлень, а активний інструмент формування суспільної атмосфери, вірувань і соціальної реальності.

Висновки до Розділу 2

Підсумовуючи результати пунктів розділу 2, встановлено, що еволюція політичного дискурсу Дональда Трампа відбувалася не лінійно, а хвилеподібно – із помітними зміщеннями в образі лідера, тематичних акцентах, тональності та мовних засобах залежно від виборчого циклу та ширшого соціально-політичного контексту. Наш аналіз поєднав якісне прочитання корпусу публічних виступів із описом риторичних маркерів (лексеми, синтаксичні патерни, фігури повтору), що дозволило простежити як сталі, так і нові характеристики комунікаційної стратегії.

По-перше, виявлено, що образ політичного лідера трансформувався між кампаніями 2016 і 2024 років. У 2016 році Трамп опрацьовував стиль

«автентичної неформальності» – просту лексику, короткі вислови, розмовні маркери, гіперболізацію та часті самоповтори – аби позиціонувати себе як «той, хто говорить, як є». Цей стиль спирався на контраст із «елітарною» публічною мовою опонентів і вибудовував міст між особистим іміджем мільярдера та ідентифікацією з «простими людьми». У 2024 році ми зафіксували збереження цих базових прийомів, але інакше організованих: з'явилася наративна рамка «мученика-захисника», у якій особисті випробування мовця та мотив «місії» виконували функцію легітимізації лідерства. Таким чином, ми виявили перехід від ролі «аутсайдера-рушія змін» до ролі «обложеного, але обраного захисника», що було віддзеркалено у темнішій лексичній палітрі, більшій драматизації та сакралізації мовлення.

По-друге, висвітлено і проаналізовано динаміку тематики та тональності у періоди до і після виборів 2024 року. До виборів домінували кластери «загроза/криза/боротьба» – міграція, економічний занепад, конфронтація з опонентами, відплата інституціям – із відповідними лексичними маркерами («інвазія», «зруйнована економіка», «радикальні опоненти»). Після оголошення результатів зафіксовано зміщення акцентів до «тріумф/легітимність/стабільність» – образ національної єдності, економічне відновлення, апеляції до спільного майбутнього, а також посилення месіаністських мотивів. Ми дійшли висновку, що така зміна не була повною: елементи конфронтації залишалися, але виконували допоміжну роль, тоді як провідною ставала риторика «відновлення» та «об'єднання». Отже, ми продемонстрували циклічну логіку стилістичної адаптації: мобілізаційна агресія у фазі змагання – риторика інтеграції у фазі легітимації.

По-третє, обґрунтовано визначальну роль соціально-політичного контексту в модулюванні стилістики. Ми описали, як висока поляризація, економічна тривога, інформаційна середина коротких форматів і зниження довіри до інституцій зумовили попит на просту, емоційно насичену, конфронтаційну та мемо-придатну мову. Ми показали, що страх перед

міграцією стимулював загрозові фрейми й дегуманізувальні метафори; недовіра до масмедіа підсилювала обхідні канали комунікації та пряме звертання; економічна невизначеність живила гіперболічні обіцянки «повернути велич» і «захистити робочі місця». Ми також зафіксували, що цей контекст сприяв як мобілізації ядра, так і посиленню розколу, нормалізації агресивних реєстрів і подальшому ерозуванню довіри – наслідкам, що виходять за межі суто передвиборчої тактики.

Загалом дійшли висновку, що стилістика політичної комунікації Трампа була результатом взаємодії трьох векторів: особистого бренду мовця, фазової логіки виборчого циклу та тиску соціально-політичного середовища. Саме їхня взаємна підсилюваність породила характерну суміш простоти, гіперболи, конфронтаційності й сакралізації, яка виявилася ефективною для мобілізації, але дорогою з точки зору суспільної інтеграції.

РОЗДІЛ 3

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ РИТОРИКИ ДОНАЛЬДА ТРАМПА

3.1. Лексико-семантичні особливості промов Д. Трампа

Емоційна риторика, гіперболи й конфронтаційність стали добре відомими рисами стилю Дональда Трампа, проте зазвичай у тіні залишається лексико-семантичний рівень та його аналіз, добір тематичних полів, ключових слів, колокацій, іменникових ланцюжків та суперлативів. Саме вони характеризують його меседжі й створюють той впізнаваний ефект прямоти й масштабності. Найбільш системно лексико-семантичний рівень (ключові слова, тематичні поля, суперлативи) Трампа досліджують Sclafani, Savoy, Wodak [77; 79; 85]. Під “лексико-семантичними” особливостями тут розуміємо: **семантичні поля** (набори змістово споріднених слів і сполук), що структурують його меседжі; **стійкі колокації й клішовані формули** (типові словосполучення, які повторюються в різних виступах); **номінації й словотвірні прийоми** (епітети-прізвиська, складні іменникові ланцюжки, суперлативи, акроніми); **деїктичну лексику** (“our country”, “this nation”) як інструмент семантичного включення/відмежування; **лексичні маркери масштабування** (“millions”, “largest”, “historic”), які задають величину явищ.

Розглянемо **семантичні поля** (див. Рис. 3.1.) від «інвазії» до «відродження», що характерні для виступів американського президента у період його виборчої кампанії 2024 року. Найбільш сталим у виступах Трампа є семантичне поле міграції та безпеки кордонів. Його формують вирази на кшталт “*seal our borders*”, “*stop the invasion*”, “*mass migrant invasion*”, які регулярно з’являлися у виступах у 2024 році, наприклад, у Вісконсині 28 вересня чи на дебатах 11 вересня. У Мічигані 2 квітня 2024 року він дійшов до дегуманізації, сказавши про мігрантів “*They’re not human, they’re animals*”

[107]. Ще один промовистий приклад – вислів *“poisoning the blood of our country”* у Дерхемі (New Hampshire, грудень 2023) [95], який активно цитували медіа. Усе це створює **лексичну картину вторгнення**, де держава уявляється атакованою й потребує сильного захисника.

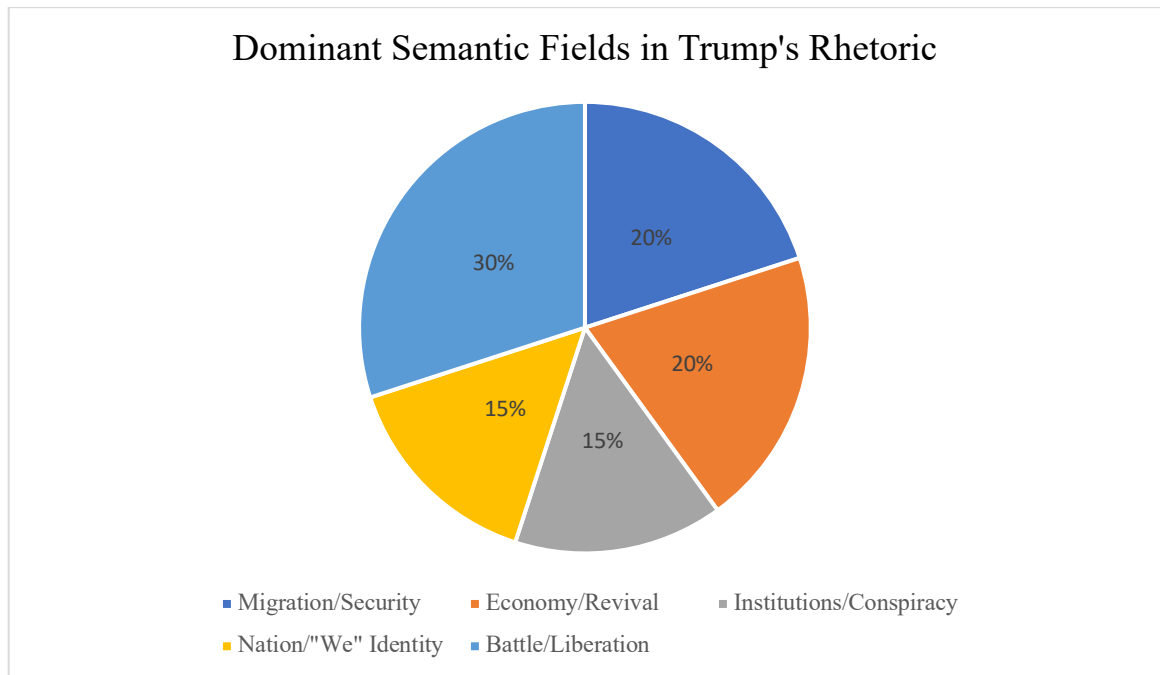


Рис. 3.1. Основні семантичні поля у риториці Д. Трампа

Інше важливе **семантичне поле – економіка й відродження**. Тут Трамп переходить від метафор катастрофи до суперлативів відродження. У дебатах він заявляв: *“Look, we’ve had a terrible economy, because inflation ... a country buster. People can’t go out and buy cereal or bacon or eggs”* [121]. А вже у передвиборчих промовах обіцяв *“bring back the greatest economy the world has ever seen”*. Тут побутові слова (*cereal, bacon, eggs*) функціонують як «якорі реальності», наближаючи абстрактну інфляцію до щоденного кошика виборця.

Не менш важливим є **поле інституцій та правосуддя**, у якому фігурують такі одиниці, як *“witch hunt”, “weaponization of law enforcement”, “rigged system”*. Трамп часто перелічує цілу низку суб’єктів – суддів, прокурорів, присяжних – зображуючи їх як «ворогів народу». Так формується

семантичний кадр **«системи переслідування»**, який делегітимує традиційні інституції й підкріплює образ політика-жертви: *“I’ve had corrupt judges, crooked prosecutors. This was a rigged trial by a conflicted judge ... They politicized it. It was weaponized, and it's a disgrace.”* – Donald Trump, виступ після вироку в справі “hush money” (31 травня 2024) [96], на мітингу у Trump Tower, Нью-Йорк.

Ще одна стійка група – **лексеми національної належності** (*our country, our people, this nation*). Ця **деїктика «ми»** задає центр колективної ідентичності, навколо якої групуються всі інші поля. У промовах на кшталт виступу в Кінстоні (листопад 2024) лунають формули *“I will rescue every city and town that has been invaded”*, *“I will launch the largest deportation program in American history”* – «ми» постає як спільнота, що потребує порятунку.

І, нарешті, **поле битви та звільнення** переносить військову лексику на внутрішньополітичну сцену. У Техасі 2023 року він говорив про *“the final battle”*, а у Вісконсині – про *“liberating states”*. Так виникає гібрид: політична кампанія подається як екзистенційне зіткнення. Наприклад, *“This is the final battle.”* – Дональд Трамп, виступ на СРАС, біля Нешенал Харбор, Меріленд, 4 березня 2023 року [92]. *“I will liberate Wisconsin from the mass migrant invasion. We’re going to liberate the country.”* – Дональд Трамп, мітинг у Prairie du Chien, Вісконсин, 28 вересня 2024 [88].

Якщо аналіз семантичних полів показує, які теми і концепти домінують у промовах, як оглядове, “макрорівневе” бачення, то *стійкі колокації* показують як саме слова поєднуються і подаються. Наприклад, Трамп не просто каже *“immigrants”*, а вживає повторювані сполучення *“mass migrant invasion”*, *“illegal aliens”*, *“radical Islamic terrorists”*. Такі готові блоки створюють особливу ритміку й ефект впізнаваності. Вони також можуть фіксувати ідеологічні рамки (*“witch hunt”* ≠ просто *“investigation”*), працювати як слогани (*“drain the swamp”*, *“America first”*), підсилювати емоційність (гіперболи, суперлативи).

Отже, Дональд Трамп систематично повторює короткі *кліше-пари*: “*law and order*”, “*fake news media*”, “*radical left*”, “*open borders*”. Це не просто епітети – це готові смислові модулі, які економлять синтаксис і миттєво активують потрібну рамку сприйняття. У 2024 році такі кліше стали ще більш різкими та розгалуженими як *іменникові ланцюжки*: “*border security crisis*”, “*mass deportation program*”, “*radical Democrats*”. До прикладу, “***Mass deportation now!***” – це фразо-слоган, яку Трамп неодноразово використовував у передвиборчій кампанії 2024 року.

Кліше й ланцюжки конструюють тверді рамки інтерпретації: назвавши явище *invasion* або *crisis*, далі його не потрібно доводити – кліше працює як семантичний блок. Часте суміщення з найвищими ступенями (*largest, greatest, historic*) підсилює героїчність об’єкта або демонізує його.

Наступною особливістю лексики Дональда Трама є надмір суперлативів (*greatest, strongest, historic*) і кванторів обсягу (*millions, largest*). Наприклад, у Кінстоні він обіцяв “*launch the largest deportation program in American history*”, а на дебатах говорив про “*millions pouring in*”. Це створює ефект масштабності та безпрецедентності – явища стають або катастрофічними, або грандіозними. Наприклад, “*On Day 1, I will launch the largest deportation program of criminals in the history of America*” – Дональд Трамп, передвиборчий виступ, 2024 рік [100].

Такі одиниці переозначають шкалу: «звичайний» успіх перетворюється на «безпрецедентний», а «звичайна» політична опція – на «найбільшу в історії». Квантори типу *millions* у парах із руховими дієсловами (*are pouring in*) формують образ масовості та неконтрольованості.

На лексико-семантичному рівні також помітна система прізвиськ та епітетів. У кампанії 2024 року активно вживалися “*radical*”, “*incompetent*”, “*crooked*” щодо політичних опонентів. Це дозволяє одним словом створити стійкий негативний образ, який потім легко тиражувати в медіа й соцмережах. Як лексико-семантичний механізм, нікнеймінг (вживання коротких епітетів-прізвиськ) виконує функцію стислого семантичного профілю об’єкта. У кампанії 2024 адресатом часто була Камала Гарріс або «радикальні демократи». Такі епітети замінюють комплексні описові фрагменти, складна політична позиція редукується до одного слова, що легко повторюється в усіх жанрах – від сцени до посту. До прикладу, “*mentally impaired / disabled*”. У Вісконсині 28-29 вересня 2024 року Трамп назвав Камалу Гарріс “*mentally impaired*” і “*mentally disabled*”, у контексті критики її здатності керувати країною [88].

Цей тип лексики – використання медичної чи психіатричної термінології – значною мірою провокаційний, бо переносить дебати з політики у сферу особистих характеристик, ставить під сумнів адекватність опонента, викликає негативну емоцію у його прихильників, і, ймовірно, образу в опонентів.

Ще один приклад, через вираження особистих образів і напад на інтелект. У матеріалі AP News “Trump hurls a string of insults at Harris...” від 22 жовтня 2024 року, Трамп назвав Камалу Гарріс “*lazy*”, “*slow*”, “*low IQ*”, “*stupid person*”, ставлячи під сумнів її інтелект, працездатність, придатність до ролі [89].

Тут лексика працює через приниження: “*lazy*”, “*slow*”, “*low IQ*”, “*stupid*”. Ці слова не просто критика – вони ставлять під сумнів основну здатність опонентки, деморалізують, мобілізують своїх слухачів проти неї через образ. Такі образи часто повторюються, щоб увійти в пам’ять аудиторії.

В іншому прикладі бачимо використання образних порівнянь/інфантилізацію. У AP News “*Trump says China’s leader will bully Harris ‘like a baby’ ...*” Трамп сказав, що лідер Китаю “поведе себе з Камалою Гарріс як з дитиною” – “*like a baby*” [89].

Це порівняння працює як образна інфантилізація, підставляючи опонента у позицію безпорадності, зневаги, що може викликати у слухачів як сором за нього (для прихильників) або гнів/зневагу до нього (для противників), але точно викликає емоційний відгук (див. Рис. 3.2).

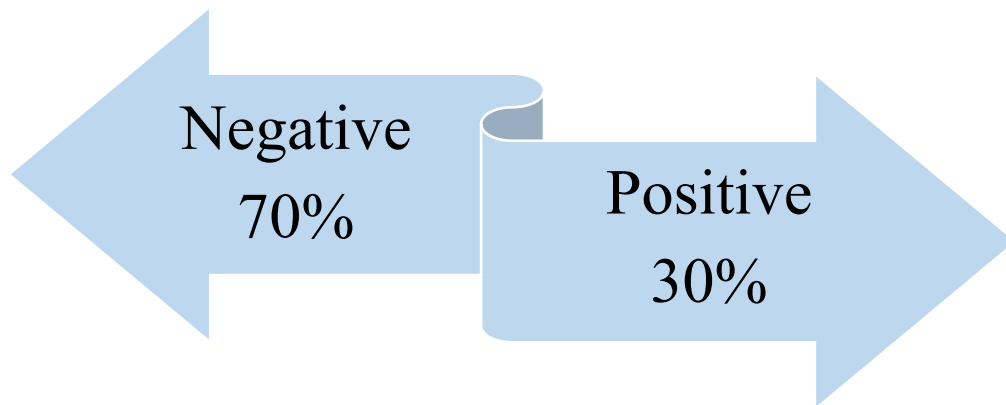


Рис. 3.2. Співвідношення негативної та позитивної лексики у риторичі Дональда Трампа

Ядром лексики є постійне протиставлення “ми” і “вони”. Формули *our country, our people, this nation* протиставляються *they, them, those people*, що робить рамку «захисту» універсальною. Усе це підкріплюється дієсловами дії (*rescue, restore, protect, liberate*) та об’єктами порятунку (*our towns, our cities, our workers*). Наприклад, “*We have to seal the border... let people come into our country, but they have to come in legally*” (Ракін, Вісконсин; стенограма) – контраст “ми – легальні/нелегальні” оформлюється в межах одного вислову. “*The day I take the oath... the migrant invasion ends... I will launch the largest deportation program... I will rescue every city and town that has been invaded and*

conquered” – рамка колективної оборони/порятунку через *our + cities/towns* (Кінстон, 3 листопада 2024) [94]. Такий деїктичний конструкт робить “народ” безпосереднім учасником дії: *we will ... our country ... our people*. У тій же логіці лексеми захисту/відбудови (*rescue, restore, protect*) під’єднують економічне й безпекове поля до єдиного “національного” семантичного ядра.

Трамп широко користується акронімами та меметичними словами: MAGA, RINO, DOJ, DEI, “deep state”, “witch hunt”. Такі ярлики відкривають цілий семантичний блок і стають частиною політичного жаргону. На відміну від довгих пояснень, вони працюють як швидкі тригери для аудиторії.

Характерним є зміщення слів між сферами: військові терміни (*invasion, liberate, battle*) – до міграції й внутрішньої політики; а економіка описується мовою катастрофи (*destroyed, country buster*). Це формує єдине поле кризи, у якому всі проблеми набувають статусу загрози.

Отже, лексико-семантична тканина промов Дональда Трампа складається з кількох взаємопов’язаних шарів: семантичні поля (міграція/безпека; економіка/відродження; інституції/змова; нація/ми; битва/звільнення), які повторюються у різних виступах, колокації та кліше (*fake news media, radical left, law and order*), що діють як смислові «блоки», суперлативи та квантори, які збільшують масштаби явищ, деїктичне ядро “ми”, що цементує групову ідентичність, переноси між доменами, які роблять мову «кризовою» незалежно від теми. Такий підхід дозволяє зрозуміти, як саме Трамп конструює свою політичну реальність на рівні лексики. Якщо емоції й риторика апелюють до відчуттів виборців, то лексико-семантичний рівень формує стабільні «карти світу», де визначено, хто свої, хто чужі, що загрожує й хто врятує. Саме тому аналіз семантичних полів, кліше й суперлативів у промовах Трампа є ключем до розуміння його довготривалої комунікаційної стратегії.

3.2. Стилiстичнi засоби виразностi у полiтичнiй риторицi Дональда Трампа

Полiтична риторика Дональда Трампа стала знаковим явищем сучасної комунікації, оскільки вона поєднує традиційні прийоми політичної промови з інноваційними стилістичними й медійними формами. Окрім лексико-семантичних характеристик, описаних вище, це проявляється й у стилістичних засобах виразності – повтореннях, метафорах, антитезах, крилатих виразах, та ін. Такі засоби дозволяють не лише посилювати меседжі, а й робити їх більш ритмічними, запам'ятовуваними й меметичними, тобто такими, що легко поширюються у цифровому середовищі. Аналіз цих засобів дає змогу зрозуміти, як саме Трамп формує свій політичний дискурс, підсилює власний імідж і конструює опозицію «ми – вони», не акцентуючи на емоційних чи суто риторичних аспектах, а розглядаючи саме лексико-структурні та стилістичні прийоми.

Один із часто вживаних засобів – лексичне або структурне повторення. Повторення слів або фраз виступає як засіб посилення, ритмічного наголосу, створення впізнаваності. Наприклад, в матеріалі Reuters “Trump’s already harsh rhetoric on migrants is turning darker election day nears 2024-10-04”, він описується, що Трамп не лише називає мігрантів «killers» або «terrorists», але також часто додає історії жорстокості (наприклад, “savages”, “predators”) повторюючи/нарощуючи образ через подібні епітети [107].

У статті «Inside 'the weave'...» (AP News) зазначається, що у виступах Трамп використовував довгі, з великою кількістю вставок, повторень, самоповторів – коли в одній промові знову повертався до попередньої теми чи фрази, змінюючи контекст, але повторюючи ключове слово чи тему [89]

Ці повторення можуть бути як лексичними (повтор того самого слова або епітета), так і структурними – коли фраза чи синтаксична конструкція повторюється або змінюється мінімально. Це створює ефект запам'ятовування, ритмічного нагнітання, мобілізаційної сили.

Метафори в промовах Трампа використовуються для переносного опису політичної чи соціальної реальності у способах, що роблять образ більш концентрованим. У тому ж матеріалі Reuters про мігрантів (2024), Трамп уживає образ “*blighted refugee camps*” для опису малих міст, які він вважає постраждалими від міграційної кризи. Це метафора, бо малим містам приписується характеристика, притаманна таборам біженців, із значенням запущеності, небезпеки та деградації [107].

Аналіз «Conceptual Metaphors in Donald Trump’s ...» (журнал SMC, 2025) наводить, що в переможній промові чи після виборів Трамп уживав метафору вікторії як “*storm*” або “*overcoming tempest*”, або мовні образи, які порівнюють політичне життя з полем бою [84].

Метафори працюють так, що вони переносять значення з одного домену (наприклад, природа, стихія, війна) на інший (політика, проблеми, опоненти), що дозволяє стисло передати складну концепцію або виклик.

Контрастні пари (антитези) – “ми / вони”, “перемога / поразка”, “свобода / тиранія” – часто використовуються, щоб виділити, розділити й звершити міфологічний образ.

У дебатах Trump vs Harris (аналіз «*Red and blue language: Word choices in the Trump & Harris 2024 presidential debate*») виявлено, що Trump часто використовував зображення крізь призму занепаду/кризи, наприклад, «decline» vs те, що він обіцяє «*restoration*» або «*revival*». Така конструкція висловлює контраст між поточним негативним станом і обіцянкою позитиву [84].

В матеріалі Reuters, про яке згадувалося вище (гільярдне русло міграційної риторики), використовується контраст між «багато злочинності / безпеки», або “*killers, terrorists*” проти “*only he will make America safe again*”. Це прямо ставить опонентів та їх дії як “темну сторону”, а себе – як єдиного рятівника [107].

Антитеза у Трампа часто реалізується через лінійні контрасти в одному реченні або у наступних, інколи з використанням коротких речень, щоб контраст був різким і помітним.

Анафора і епіфора, як стилістичні засоби – повторення на початку речень (анафора) або в кінці (епіфора) – допомагають структурувати дискурс і створити ритмічний ефект.

У класичному аналізі риторики Трампа, який згадується у «Rhetoric of Donald Trump» (Wikipedia), наводиться приклад епіфори: “*Go back eight weeks. I want to go back eight weeks. Let’s go back eight weeks.*” Це приклад, коли фраза «*go back eight weeks*» повторюється в кінці кількох речень, підсилюючи аргумент [73].

Також мета-репортажі про “weave”-промови (AP) зазначають, що Трамп часто починає серію речень з однакових або близьких слів, наприклад “*we will... we will... we will...*” коли говорить про дії, які він планує здійснити. Це анафора.

Інверсії (зміна звичних синтаксичних порядків) менш часті, але інколи використовуються для стилістичного виділу.

У статті “An Analysis of Conceptual Metaphors ...” зазначено, що Трамп інколи змінює порядок слів для того, щоб ключове слово або фраза отримала позицію перед реченням або в кінці, наприклад: “*Victory resounding, justice delayed*” або “*Justice delayed, but not denied*” — такі інверсії створюють поетичний чи крилатий ефект [84].

В матеріалах Reuters чи AP про виступи 2024 року також фіксуються випадки, коли фраза, яку Трамп хоче підкреслити, ставиться в кінець речення або відокремлюється інтонаційно: “*Our country will be great again — I promise you that.*” (структура: головне твердження + вставка). Це інверсія або префіксальна/афіксальна зміна очікуваного порядку слів [84].

Лексичні епітети, іменникові групи та кліше-фрази як засіб, який дозволяє одним рядком “згущувати” багато значень, або створювати яскраві

образи. Яскравий приклад: “*blighted refugee camps*” — поєднання епітета *blighted* з іменником *refugee camps* створює образ занепаду й небезпеки [107].

Іменникові групи як *border security crisis*, *election integrity measures*, *mass deportation program* використовуються як ярлики-плани. Аналіз дебатів (Wicke et al., «Red and Blue Language...») показав, що Трамп частіше використовує іменникові вирази з декількома модифікаторами, щоб швидко встановити політичну тему, замість того, щоб розгортати докладні пояснення [84].

У дебатах згадується часте використання маркованих прикметників типу *radical*, *incompetent* при описі політичних опонентів (в аналізі Р. Wicke & М. Bolognesi, «Red and Blue Language») [84].

Епітети-прізвиська та маркування опонентів або об’єктів, коли епітет стає визначальним знаком. У статті Reuters «Trump's already harsh rhetoric on migrants...» згадується, що Трамп називає мігрантів “*savages*”, “*predators*” і люди в малих містах як “*blighted refugee camps*”. Це приклади епітетів, які виконують роль негайного маркування [107].

Наприклад, «*Blighted refugee camps*», «*savages*», «*predators*». У статті Reuters “Trump’s already harsh rhetoric on migrants is turning darker election day nears 2024-10-04”, сказано, що Трамп описував мігрантів як “*killers*” або “*terrorists*”, і тепер додає “*savages*” та “*predators*”, також називає маленькі міста як “*blighted refugee camps*” [107].

Ці слова – “*savages*”, “*predators*” – мають сильний емоційний заряд, вони дегуманізують, змушують сприймати мігрантів як об’єкт загрози. Фраза “*blighted refugee camps*” викликає образ занедбаності, деградації, хвороби й небезпеки. Вона працює як шоківий засіб, підсилює страх, відчуття, що країна під загрозою.

В ще одному прикладі бачимо напади на базу власних виборців. У AP News “Trump slams his own supporters as ‘stupid people’ ...” Трамп назвав “*Some stupid Republicans and foolish Republicans*” – тобто вживає сильну образливу лексику навіть щодо частини своєї аудиторії, яка, на його думку, піддалася критиці чи обману [89].

Такий підхід може служити подвійній функції: по-перше, сигналізувати, що Трамп не боїться викликів, навіть серед своїх; по-друге, зміцнити враження, що він – істинний лідер, який не толерантний до слабкості чи нерозсудливості.

Фразеологізми, крилаті вирази або ще як називають їх неологізмів “trumpisms” – це готові вирази або стилістичні шаблони, які часто використовуються і стають впізнаваними частинами його дискурсу. Вираз “*never seen anything like it*” – один із таких “улюблених” шаблонів Трампа, як описано в AP News: «What Trump’s favorite phrase says about his presidency». Це крилатий вираз, який служить для максимальної драматизації події [90].

“Fake news media” — один із найбільш впізнаваних Trumpisms, який часто з’являється у виступах, інтерв’ю, соцмережах, і стає частиною політичного маркування та образу влади/опонентів (судді, ЗМІ). Це фразеологізм, який не потребує часто пояснення – аудиторія знає його значення вже через контекст [107].

Узагальнено вживання стилістичних засобів у риториці Д. Трампа схематично зображено на Рис. 3.3.

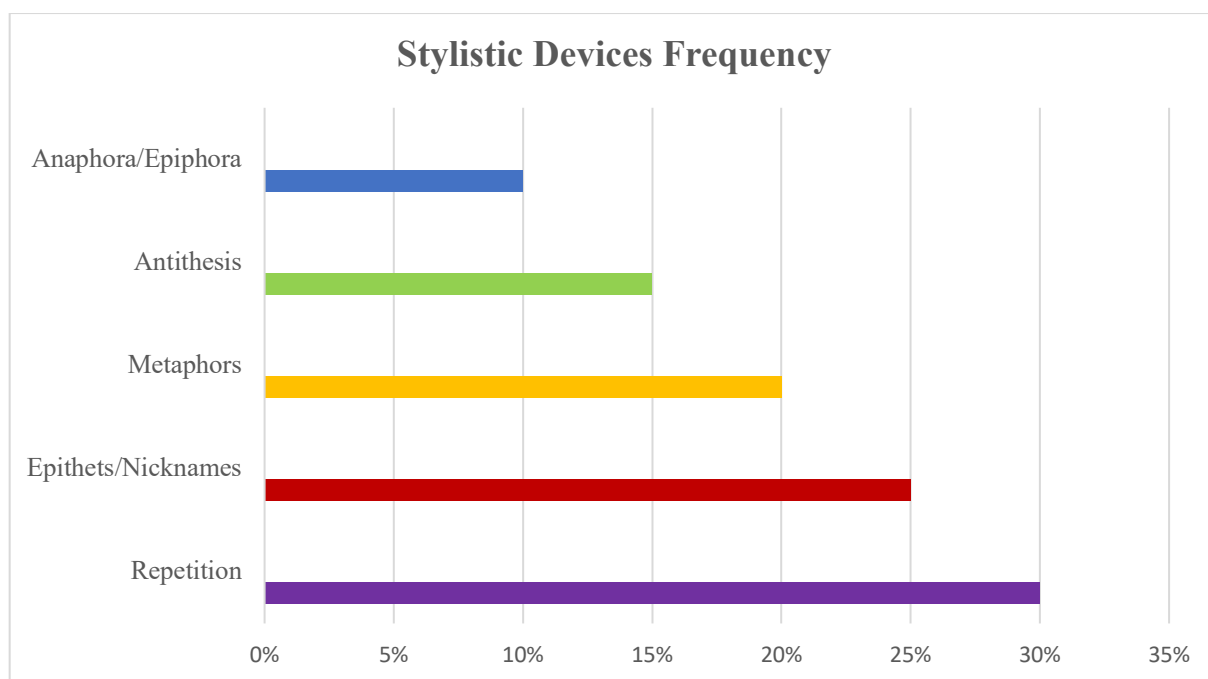


Рис. 3.3. Стилiстичнi засоби у вiдсотковому зрiзi у риторицi Дональда Трампа

Усi цi засоби – повторення, метафори, антитези, анафори/епiфори, iнверсiї, яскравi епiтети та ярлики – працюють взаємодоповнююче, створюючи ряд ефектiв:

- конденсацiя значення: замість довгих пояснень Трамп часто вживає короткi яскравi образи або клiше, якi узагальнюють ситуацiю (економіка, загроза мiграцiї тощо).
- Створення ритму i ритмічних пiкiв через повторення i структурнi паралелi (анафори, епiфори) — це робить мовлення бiльш запам'ятним i здатним спричинити реакцiю слухачiв.
- Мнемонiчнiсть та впiзнаванiсть: крилаті вирази i ярлики («never seen anything like it», «fake news media») легко передаються i цитуються, що допомагає змiцнити меметичний потенцiал його меседжiв.
- Акумуляування тем/ролітичних образiв через метафори i епiтети — наприклад, перетворення мiграцiї на iнвазiю чи внутрiшню загрозу, чи

економіки на битву чи поле бою — робить зміст більш концентрованим, зменшує потребу в деталях і логіці, акцентуючи образність.

3.3. Експресивно-емоційна лексика як інструмент впливу на аудиторію

Політичний дискурс Д. Трампа вирізняється нетиповою для класичної політики моделлю, що була спрямована на прямий і емоційний контакт з аудиторією [19; 25]. На ранньому етапі, в передвиборчий період, його риторика була позначена:

1. **Спрощеною лексикою та синтаксисом.** Трамп активно використовував короткі речення, просту граматику та повсякденну лексику, що створювало ефект «спілкування на рівних» з електоратом. Він уникав складних термінів та академічних конструкцій, характерних для традиційних політиків. Наприклад, *“Are you better off now or four years ago?”*, *“I will fix it”* [76].

2. **Гіперболізацією та емоційною лексикою.** Такі вирази як *tremendous*, *great*, *the best* є невід’ємною частиною його лексикону. Це допомагало створювати відчуття винятковості та рішучості. Наприклад, *“We are going to fix everything”* [97]; *“This will truly be the golden age for America”* [110].

3. **Стратегією «Я проти них».** Трамп часто використовував тактику протиставлення себе як представника «народу» та еліти, що об’єднувало його прихильників і демонізувало опонентів (наприклад, *fake news*, *witch hunt*). Наприклад, *“With you at my side, we will demolish the deep state. We will liberate our country from these tyrants and villains once and for all”* – сказано під час передвиборчої кампанії 2024 року [111].

У цій фразі Трамп ясно формулює опозицію: «я і мій народ» **проти** «уявної глибинної держави» – абстрактного ворога, що стоїть на його шляху. Цей наратив створює чітку конфронтацію й мобілізує електорат.

4. **Персоналізацією.** Дискурс Трампа був сфокусований на його особі як сильного лідера, який зможе вирішити всі проблеми. Це було посилено використанням займенника «I» та прямими обіцянками. Наприклад, *“To get me, somebody would have to shoot through the fake news. And I don’t mind that so much”*. Ця фраза була виголошена на мітингу в Літл-Рок, Пенсильванія, 3 листопада 2024 року – за два дні до президентських виборів. Трамп іронічно заявив, що атакувати його можна лише через «фейкові новини» – прямо персоналізував загрозу, використовуючи займенник «me», і в черговий раз підкріпив образ себе як об’єкта переслідування, одночасно збуджуючи емоційний відгук аудиторії.

“Christians, get out and vote, just this time ... In four years, you don't have to vote again. We'll have it fixed so good, you're not going to have to vote” – виступ у West Palm Beach, Флорида, 27 липня 2024 року. Тут Трамп звертається до конкретної соціальної групи – християн, ідеємо персонально, як лідер, який «все виправить» так добре, що не потрібно буде більше голосувати. Висловлювання з високо персональним форматом, де актор – це він сам.

Після обрання на посаду президента його дискурс зазнав певної еволюції. Зберігаючи базові характеристики – спрощення, емоційність, протиставлення – він став більш формалізованим, адаптованим до офіційного статусу. Це проявлялося у:

1. **Змінах у тематиці.** Трамп почав більше говорити про законодавство, міжнародну політику, економічні досягнення, використовуючи офіційну термінологію, хоча й з меншою частотою, ніж традиційні політики. Хоча лексика залишалася спрощеною порівняно з іншими політиками, його промови включали слова *legislation, bipartisan, treaty, economic growth*, що наближало їх до стилю інституційного дискурсу.

До прикладу, у промовах 2025 року з'явилися акценти на законодавчих ініціативах, зовнішньополітичних відносинах та економічних результатах. Наприклад, у зверненні до Конгресу на початку 2025 року він наголошував: *«We will deliver historic legislation, secure the strongest trade deals, and ensure America's unmatched economic growth»* – тут простежується використання інституційної термінології («legislation», «trade deals», «economic growth»), але подане у спрощеній манері.

2. Посиленні експресивно-емоційної лексики в критичних ситуаціях. У моменти конфронтації або гострих криз, його риторика поверталася до більш агресивної, звинувачувальної тональності, що було характерно для передвиборчого періоду. Так, коментуючи опозицію в Конгресі, він заявив: *«The radical left will never stop, but as your president, I will never back down. We will crush their agenda»* – тут використані емоційно-оцінні вирази «radical left», «crush», що підкреслюють конфронтаційність навіть в офіційному президентському дискурсі.

3. Адаптації до нових ролей. Його дискурс еволюціонував від дискурсу кандидата, що бореться, до дискурсу президента, який представляє країну. Однак, на відміну від своїх попередників, він часто поєднував ці ролі, що створювало враження «нетрадиційного» лідера. Наприклад, у промові щодо міжнародних відносин у 2025 році він зазначив: *“I alone can negotiate the best deals for our country – and I already proved it”* – це поєднання дипломатичного контексту (переговори, міжнародні угоди) з високим рівнем персоналізації (“I alone”), що вирізняє його від традиційних президентських виступів.

Таким чином, у політичному дискурсі Дональда Трампа простежується динаміка, що безпосередньо пов'язана зі зміною його соціальної ролі – від кандидата-бунтаря до президента Сполучених Штатів. Попри очевидну еволюцію змістових акцентів та зовнішньої формалізації мовлення, базові риторичні стратегії залишалися незмінними. Це свідчить про наявність

глибоко вкоріненої індивідуальної комунікативної моделі, що забезпечує сталість політичного іміджу та передбачуваність впливу на аудиторію.

У передвиборчий період дискурс Трампа був максимально сконцентрований на мобілізації електорату за допомогою простих мовних засобів, гіперболізації та створення опозиції «ми – вони». На етапі президентства до цього додався більш широкий тематичний спектр, зокрема законодавчі ініціативи, економічні досягнення та зовнішня політика. Проте навіть у цих офіційних контекстах Трамп не відмовлявся від персоналізованої комунікації, продовжуючи вибудовувати образ єдиного лідера, здатного «виправити» країну.

Використання апеляцій до емоцій, поляризації та спрощення відображає не лише індивідуальний стиль Трампа, але й ширші тенденції сучасного популістського дискурсу. Збереження цих прийомів незалежно від соціально-політичної ролі підкреслює їхню ефективність у формуванні громадської думки. У результаті комунікативна модель Трампа постає як приклад гібридного дискурсу: поєднання інституційної риторики президента та емоційної риторики кандидата.

Експресивно-емоційна лексика – це слова й вирази, які несуть сильне емоційне забарвлення, часто використані не просто для передачі факту, але щоб збурити слухачів, викликати реакцію – захоплення, обурення, страх, образу, підтримку. У промовах Дональда Трампа така лексика з'являється регулярно, і вона виконує кілька важливих функцій:

1. **мобілізаційну** – аби підштовхнути слухачів до дії чи емоційного залучення;
2. **поляризуючу** – поділ на «ми» і «вони», створення образів ворога чи загрози, що прослідковується в усьому лексико-семантичному просторі риторики Дональда Трампа;

3. **легітимаційну** – через емоційне звернення підкреслити свою роль захисника, рятівника, сильного лідера.

На основі прикладів вище можемо узагальнити кілька закономірностей і механізмів, як саме експресивно-емоційна лексика працювала як інструмент впливу на аудиторію.

1. **Створення образу ворога або загрози.** Лексика як “*savages*”, “*predators*”, “*blighted refugee camps*” переносить мігрантів (або образ опонентів) у площину загрози. Це допомагає мобілізувати емоції страху, захисту – емоції, що часто спрацьовують сильніше, ніж раціональні аргументи.

2. **Підрив легітимності опонентів через персоналізацію образи.** Образливі слова щодо інтелекту (“*low IQ*”, “*slow*”, “*lazy*”) або називання “*stupid person*” працюють так, що слухач починає сумніватись у компетентності опонента. Це також допомагає обґрунтувати, чому опонент не може «керувати країною», що підкреслює, що лідер має бути він сам.

3. **Емоційна зарядженість і синтезація фактів + оцінок.** Часто твердження про факти (“*there are many immigrants crossing our border*”) підсилюються емітовано-оцінними словами або фразами, що додають драматизму або морального забарвлення. Наприклад, не просто “*illegal immigrants*”, але “*dangerous criminals*”, “*terrorists*”, “*savages*”. Ця синтезація змушує аудиторію реагувати не лише інтелектуально, а через емоцію.

4. **Дегуманізація як крайня форма експресії.** Коли групу людей називають “*animals*”, “*savages*”, чи порівнюють із чимось, що викликає відразу або страх – це сильний засіб емоційного відчуження. Наприклад у Reuters-матеріалі про мігрантів, Трамп вживає “*savages*”, “*predators*” [107].

5. **Провокація і дисонанс.** Часто вибір слів провокаційний навмисно – щоби викликати реакцію, медійну увагу, емоційні віральні цитати. Наприклад, коли Трамп називає опонента “*mentally impaired/disabled*”, це викликає обурення, дискусії в медіа, що знову підсилює його меседж.

6. **Контекстуалізація особистих проблем як емоційної платформи.** Коли Трамп говорить про юридичні справи проти себе, він часто вживає лексичні вирази, що підкреслюють образ жертви чи несправедливості, що порушує очікування аудиторії про захист і справедливість. Це додає емоційного забарвлення у звернення, бо багато людей сприймають юридичні (та моральні) питання як справедливість/несправедливість.

Загалом, з точки зору конотативного аспекту, лексику Д. Трампа, можна поділити на позитивну та негативну. У лінгвістиці конотація розглядається як додатковий семантичний шар значення, який супроводжує денотативний зміст слова й виконує *оцінну та емоційно-асоціативну функцію* [68; 42]. У політичному дискурсі конотації слів набувають особливої ваги, оскільки саме вони спрямовують інтерпретацію повідомлення аудиторією та формують емоційно-ціннісний вимір політичного меседжу. Аналіз промов Дональда Трампа показав, що він системно використовує *контрастні конотаційні поля*: негативно забарвлену лексику щодо опонентів, імміграції та стану країни (“*disaster*,” “*invasion*,” “*crooked*”) та позитивно забарвлену лексику щодо себе, своєї програми і прихильників (“*historic victory*,” “*strongest economy*,” “*hardworking Americans*”). Така стратегія створює **бінарну опозицію** між «загрозою» та «порятунком», у якій негативні конотації актуалізують потребу в зміні, а позитивні – закріплюють образ лідера як рятівника й гаранта стабільності. Таким чином, конотація виступає не лише стилістичним ресурсом, а й інструментом когнітивного фреймінгу, який визначає рамки політичної реальності та легітимізує риторичні стратегії.

Отже, *негативна конотація*, яка домінує й:

1. **спрямована на опонентів або «загрози»** – “*savages*”, “*predators*”, “*animals*”, “*killers*”, “*radical Democrats*”, “*mentally impaired*”, “*stupid*”, “*low IQ*”. Тут бачимо використання дегуманізації, інфантилізації, іронічні прізвиська (Crooked Hillary, Sleepy Joe, Crazy Nancy). Її **функція** –

створити в аудиторії образ небезпеки, злочинності, некомпетентності, щоб виправдати жорсткі заходи чи свою «місію»;

2. спрямована на ситуацію – “*our country is being destroyed*”, “*disaster*”, “*crime wave*”, “*economic buster*”, “*chaos*”, “*lost forever*”. Її функція – передати відчуття кризи й мобілізувати емоції страху, гніву, обурення.

Позитивна конотація є більш характерна для себе й своєї програми у Д. Трампа, зокрема:

1. про себе – “*I am your voice*”, “*I will save America*”, “*we will restore greatness*”, “*historic victory*”, “*extraordinary*”. Така позитивна лексика використовується для **самопрезентації**: месія, захисник, «єдина надія». Наприклад, “*Tonight we celebrate an extraordinary victory. This is ... the beginning of a new era for our great nation*” [99];

2. про майбутнє, яке він обіцяє – “*best future for our people*», “*strongest economy*”, “*cut taxes*”, “*restore greatness*”. Позитивні слова майже завжди стоять поруч із **дієсловами дії** (“*build*”, “*create*”, “*restore*”, “*protect*”). Їх функція – створити контраст: нинішня криза – майбутній порятунок;

3. про своїх прихильників / «народ» – “*hardworking Americans*”, “*patriots*”, “*beautiful people*”. Так він утверджує колективну ідентичність і підсилює відчуття, що «ми» – кращі, чесніші, важливіші.

Баланс конотацій у промовах Дональда Трампа виявлявся у чіткому розмежуванні негативно й позитивно забарвленої лексики. Негативна лексика системно застосовувалася для позначення «ворогів» або «загроз», створюючи в уяві аудиторії образи небезпеки, кризи й зовнішнього вторгнення. Позитивна лексика, навпаки, використовувалася для опису «себе», своєї команди, «своїх» прихильників та майбутнього країни, формуючи відчуття стабільності, сили й надії. Фактично ці два пласти утворювали єдину комунікативну стратегію: негативна конотація задавала рамку проблеми й ідентифікувала ворога, тоді як позитивна конотація пропонувала рішення та постать героя, здатного врятувати ситуацію й відновити «велику Америку».

Ми встановили, що експресивно-емоційна лексика в промовах Дональда Трампа відіграє ключову роль в його здатності впливати на аудиторію. На основі прикладів із 2024 року ми виявили, що він: системно використовував образи загрози і дегуманізації, щоби створити контраст між «своїми» і «іншими»; часто персоналізував атаки, ставлячи під сумнів інтелект або компетентність опонентів (наприклад, Камали Гарріс) через слова на кшталт “*low IQ*”, “*lazy*”, “*stupid*”; використовував словесні порівняння, які знижують статус опонента (інфантилізація, опис як немов би слабкого чи безпорадного); застосовував емоційно заряджені сполучення фактів + оцінок, щоб збільшити інтенсивність повідомлення і викликати емоційний відгук; і нарешті провокуючи, викликаючи дискусію або обурення, він забезпечував поширення своїх меседжів через медіа і соцмережі. Отже, експресивно-емоційна лексика Трампа – не просто прикраса мови, а стратегічний інструмент для мобілізації, легітимації і формування опозиції.

3.4. Порівняльний аналіз лінгвостилістичних змін у передвиборчих та поствиборчих виступах

Порівняльний аналіз лінгвостилістичних змін у передвиборчих та поствиборчих виступах Дональда Трампа дозволяє простежити, як один і той самий політичний лідер трансформує свою мовну поведінку залежно від фаз політичного циклу. У період кампанії мова Трампа виконує функцію мобілізації, протесту й опозиційної ідентифікації, тоді як після оголошення результатів вона змінюється на легітимізуючу, інтегративну й більш урочисту. Таке зіставлення важливе, адже дає змогу виявити не лише змістові акценти, а й глибинну структуру риторичних стратегій: як змінюється словник, синтаксис, конотації та комунікативні ролі політика. Порівняємо тематичний спектр промов Трампа, стилістичні засоби, конотаційний баланс, соціально-політичний контекст.

1. Тематичний спектр передвиборчих промов: криза, ворог, мобілізація.

У передвиборчих промовах Трамп концентрувався на темах, що викликали тривогу та мобілізаційний ефект. Найбільш системними були чотири смислові кластери: *міграція* (*stop the invasion, seal our borders*), *економіка* (*inflation ... a country buster, bring back the greatest economy*), *конфронтація з опонентами* (*radical Democrats, Kamala Harris has erased our border*), а також *меседжі помсти й відплати* (*we're going to hold these people accountable*). Синтаксично ці меседжі подаються короткими, імперативними або майже розмовними реченнями з численними повтореннями (*we're going to, millions are pouring in, they're not human, they're animals*). Таке структурне рішення створює відчуття нагальності й персональної участі, а також максимально знижує когнітивний бар'єр для аудиторії.

Словниковий склад передвиборчих промов демонстрував високий рівень негативних конотацій: лексеми *“killers”, “destroyed”, “radical”, “chaos”, “threat”* будували образ постійної небезпеки. Одночасно присутня й позитивна лексика (*“greatest economy”, “strong borders”, “protect our people”*), але вона завжди асоціювалася із самим Трампом або його прихильниками. Такий баланс забезпечував подвійний ефект: створення відчуття кризи та пропозицію героя-рятівника, здатного її подолати.

2. Тематичний спектр поствиборчих промов: перемога, стабільність, месіянїзм.

Після оголошення результатів виборів і перемоги, риторика Трампа істотно змінювалася. Основні теми зсуваються від «битви» до «будівництва» та «об'єднання». Слова на кшталт *“extraordinary victory”, “the beginning of a new era”, “God spared my life for a reason”, “we will build the strongest economy”* демонструють тріумфальність, сакралізацію та перспективу майбутнього.

Поствиборчі промови відзначаються підвищеним рівнем позитивної лексики, що формує відчуття стабільності й великого проєкту. Лексеми *“restore”, “protect”, “build”, “future”, “unite”* стають маркерами нового

фрейму: від конфронтації до легітимізації влади. Навіть згадка про релігійне покликання (*“God spared my life”*) слугує стратегічним інструментом надання політичній діяльності морального та метафізичного виміру.

Синтаксично ці промови довші, мають більше складнопідрядних речень, виразів подяки та апеляцій до історичної ваги моменту. Це не означає повної відмови від попереднього стилю – окремі гіперболи й надалі використовуються, але вони поєднуються з інтегративними формулами: *“Now is the time to put the divisions behind us”*, *“We must unite as one nation”*.

3. Лексико-семантичні зміни. Порівняльний аналіз показує, що в передвиборчий період домінує негативна семантика – терміни загрози, деградації, руйнації. У поствиборчий період негативна семантика зберігається лише щодо минулих проблем (*“divisions”*, *“challenges”*) і трансформується у позитивну перспективу (*“restore greatness”*, *“protect its people”*, *“build the best future”*).

Помітно й інше: у передвиборчих промовах переважають займенники *“I”* та *“we”* у контексті боротьби, а в поствиборчих – *“we”* у контексті будівництва й колективного проєкту. Так змінюється не лише лексика, а й комунікативна роль мовця: від «лідера-бійця» до «лідера-об’єднувача».

4. Стилiстичні прийоми.

Повторення. У передвиборчих промовах повторення створює відчуття гасла (*“We’re going to ...”*, *“They’re destroying ...”*), у поствиборчих – відчуття ритуалу (*“We will build ...”*, *“We will protect ...”*).

Гіпербола. У кампанії гіперболи (*“millions pouring in”*, *“country will be lost forever”*) мобілізують страх, після виборів – підкреслюють велич майбутнього (*“the strongest economy”*, *“extraordinary victory”*).

Метафора й сакралізація. Якщо до виборів метафори частіше зображують кризу (*“invasion”*, *“poisoning the blood”*), то після виборів – підносять лідера (*“God spared my life”*).

Синтаксис. До виборів – короткі, емоційні речення; після – довші, урочисті, з інтонацією звіту або програми. Наприклад, Перед виборами: *“Kamala Harris has erased our border. She’s let the killers into our country”* [120]. Після виборів: *“Now is the time to put the divisions of the past four years behind us. We must unite as one nation, under God, to rebuild our future”* [99].

5. **Конотаційний баланс.** До виборів негативна лексика слугує для створення ворога й проблеми, позитивна – для самопрезентації та обіцянок. Після виборів негативна лексика редукується, а позитивна стає домінантною, створюючи образ єдності та конструктивного майбутнього. У такий спосіб мовець керує емоційною температурою аудиторії: від збудження й мобілізації – до заспокоєння й легітимації. Наприклад, перед виборами: *“They’re not human, they’re animals, and we’re going to get them out of our country by the thousands”* [107]. Після виборів: *“God spared my life for a reason. And that reason is to save America, to restore its greatness, and to protect its people”* [99].

6. **Соціально-політичний контекст змін.** Різниця між двома фазами пояснюється зміною політичної функції. Перед виборами Трамп прагнув мобілізувати ядро й максимально розширити підтримку через емоції та конфронтацію. Після виборів його завданням стало утримати владу, створити враження легітимності й стабільності, позиціонувати себе лідером для всієї нації, а не лише для своєї бази. Це закономірна комунікативна динаміка, що відображає ширші закономірності популістського лідерства [62; 69].

Ми встановили, що лінгвостилістичні зміни у промовах Дональда Трампа між передвиборчим та поствиборчим періодами не були випадковими: вони відображають чітку стратегічну адаптацію до зміненої політичної ролі. У передвиборчий період його риторика була конфронтаційною, гіперболізованою й побудованою на негативних конотаціях для мобілізації бази. У поствиборчий період вона стала урочистішою, сакралізованою й більш позитивно забарвленою, спрямованою на легітимізацію перемоги й інтеграцію нації. Лексико-семантичний аналіз показав зміну домінантних полів – від

«криза/ворог/загроза» до «перемога/будівництво/майбутнє». Стилiстичний аналіз засвiдчив еволюцію від коротких емоційних гасел до довших програмних формулювань. Усе це відбувається у взаємодії з соціально-політичним контекстом, що створює запит на певний тип мовлення: спершу «борця», потім «будівничого». Порівняльний аналіз підтверджує, що політична комунікація – це не лише риторика, а й інструмент позиціонування лідера у змінному політичному середовищі.

Висновки до Розділу 3

Проаналізовано лексико-семантичні особливості промов Дональда Трампа й встановлено, що вони формуються навколо стійких семантичних полів – «міграція/безпека», «економіка/відродження», «інституції/змова», «нація/ми», «битва/звільнення». Ми виявили активне використання колокацій, кліше, суперлативів і кванторів, а також постійне протиставлення «ми – вони» як ядра семантики. Такий набір засобів дозволив конструювати стале смислове поле й задавати рамки інтерпретації для аудиторії.

Ми дослідили стилістичні засоби виразності у політичній риторикi Трампа й встановили, що він системно використовував повтори, метафори, антитези, анафори, епіфори, інверсії, яскраві епітети й крилаті вирази. Ці прийоми забезпечували ритмічність, впізнаваність, меметичність та стисле передавання змісту, перетворюючи складні політичні меседжі на короткі формули, які легко поширюються у медіа.

Ми проаналізували експресивно-емоційну лексику й виявили, що вона слугувала стратегічним інструментом мобілізації аудиторії та формування опозиції. Негативно забарвлені слова створювали образ ворога й кризи, тоді як позитивно забарвлені слова формували образ героя-рятівника, стабільності й майбутнього. Ми встановили, що така двополюсна стратегія дозволяла одночасно ідентифікувати проблему та пропонувати рішення.

Ми здійснили порівняльний аналіз лінгвостилістичних змін у передвиборчих та поствиборчих виступах Дональда Трампа й встановили, що у передвиборчий період домінувала конфронтаційна риторика, короткі й емоційні гасла, негативна семантика та мобілізаційна функція. У поствиборчий період риторика стала урочистішою, з довшими синтаксичними конструкціями, зростанням позитивної лексики, месіанізму й інтегративних закликів. Ми виявили, що така еволюція відповідає зміні політичної ролі: від «борця» до «будівничого» й легітимізатора.

Загалом ми встановили, що лінгвостилістичні характеристики політичної риторики Дональда Трампа є адаптивними та контекстно зумовленими. Лексико-семантичні й стилістичні прийоми, експресивно-емоційна лексика та зміни між передвиборчим і поствиборчим періодами створюють цілісну комунікативну стратегію, яка дозволяє не лише передавати інформацію, а й формувати соціально-політичну реальність, мобілізувати електорат і легітимізувати владу.

ВИСНОВКИ

Отже, ми здійснили комплексний аналіз політичного дискурсу як багатовимірного феномену, що поєднує мовну, когнітивну та соціальну складові. З'ясовано, що поняття дискурсу в сучасній лінгвістиці охоплює не лише вербальну форму, а й соціальну дію, інтенції мовця та прагматичний контекст. Ми розмежували поняття тексту і дискурсу, виокремивши їх як статичний та динамічний компоненти комунікації, а також окреслили основні наукові підходи до їхнього вивчення. У межах цього аналізу визначено соціолінгвістичний, когнітивний і прагматичний виміри, що стали методологічним підґрунтям подальшого дослідження.

Ми проаналізували стилістичні та прагматичні особливості політичного дискурсу, встановивши, що політична мова функціонує як інструмент соціального впливу, реалізуючись через систему стратегій і тактик, спрямованих на переконання, мобілізацію та легітимацію. Визначено, що вона поєднує ознаки офіційно-ділового, публіцистичного та художнього стилів, а її головними функціями є іміджева, мобілізаційна й інтегративна. Здійснений аналіз дозволив виокремити основні прагматичні категорії політичної комунікації, що формують суспільну думку та політичну ідентичність, а також простежити, як стилістичні засоби та емоційні апеляції впливають на сприйняття реципієнтів.

Ми дослідили передвиборчий і поствиборчий політичний дискурс, виявивши їхні спільні та відмінні риси. Передвиборчий дискурс орієнтувався на майбутнє, мобілізацію та обіцянки, тоді як поствиборчий – на стабілізацію, звітність і консолідацію. Обидва типи характеризуються легітимаційною функцією, емоційною насиченістю та жанровим розмаїттям, проте різняться за часовою перспективою, ступенем відповідальності та прагматичними маркерами. Це дозволило окреслити циклічну логіку політичної комунікації – від етапу змагання до етапу легітимації та інтеграції.

Окрему увагу ми приділили риторичним стратегіям і тактикам політичного мовлення, схарактеризувавши їх як систематизовану сукупність мовних засобів, спрямованих на досягнення комунікативних цілей. Серед них виокремлено стратегії легітимації, протиставлення «свого» та «чужого», емоційної апеляції, персоналізації, а також тактики повтору, контрасту, метафоризації, історичних алюзій і риторичних запитань. Ці прийоми забезпечують переконливість, динамічність і запам'ятовуваність політичних виступів, перетворюючи їх на ефективний інструмент впливу на аудиторію.

Підсумовуючи результати дослідження, ми визначили, що еволюція політичного дискурсу Дональда Трампа має хвилеподібний характер із помітними змінами в образі лідера, тематичних акцентах, емоційній тональності та мовних засобах залежно від виборчого циклу. У 2016 році домінував стиль «автентичної неформальності» – проста лексика, короткі вислови, повтори й гіперболи, що сприяло створенню образу «свого серед простих людей». У 2024 році спостерігаємо переосмислення цієї риторики через наратив «мученика-захисника», який використовував мотиви випробування, місії та жертвності для легітимації лідерства.

Ми виявили динаміку тематичних і тональних зсувів між передвиборчим і поствиборчим періодами: від кластерів «загроза/криза/боротьба» до «тріумф/легітимність/стабільність». Така еволюція свідчить про гнучкість комунікативної стратегії, де мобілізаційна агресія поступається місцем риториці об'єднання й відновлення. Водночас збереження елементів конфронтації підкреслює прагнення утримати ядро електорату через створення опозиційних фреймів.

Ми схарактеризували соціально-політичний контекст як визначальний чинник стилістичної модифікації: зростання поляризації, інформаційна динаміка коротких форматів, недовіра до інституцій і міграційна тривога сприяли поширенню простої, емоційно насиченої та конфронтаційної мови. Ці фактори стимулювали використання загрозливих фреймів, метафор

дегуманізації, гіперболічних обіцянок і прямих звернень до аудиторії, що підсилювали ефект присутності й довіри.

Ми визначили, що лексико-семантичні особливості промов Трампа концентруються навколо стабільних семантичних полів – «міграція/безпека», «економіка/відродження», «інституції/змова», «нація/ми», «битва/звільнення». Повтори, суперлативи, квантори, антитези, анафори, метафори та яскраві епітети забезпечують експресивність, меметичність і впізнаваність риторики. Водночас емоційно забарвлена лексика виконує функцію мобілізації, протиставлення та легітимації, конструюючи дихотомію «герой – ворог».

Узагальнюючи результати, ми дійшли висновку, що політична комунікація Дональда Трампа є адаптивною, контекстно залежною системою, побудованою на взаємодії трьох векторів – особистого бренду, логіки виборчого циклу та соціально-політичного середовища. Саме їхня взаємна кореляція породжує характерну суміш простоти, гіперболи, конфронтаційності й сакралізації, що виявилася ефективною для мобілізації, але суперечливою з погляду суспільної інтеграції. Таким чином, проведене дослідження сформувало цілісну теоретико-практичну основу для подальшого аналізу сучасного політичного дискурсу як феномену впливу, маніпуляції та формування соціальної реальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. *Політична лінгвістика: монографія*. Львів, 2016. 315 с.
2. Белова А. Д. *Американизм, американський політичний дискурс и идиостиль президента Теодора Рузвельта* // Вісник Харківського державного університету. Серія романо-германська філологія. 1999. № 430. С. 6–13.
3. Бессонова О. *Особливості стилістичного оформлення сучасного українського політичного дискурсу*. Мовознавчі студії. 2019. № 39. С. 33–38.
4. Гартон Еш Т. Україна та Європа у світі Дональда Трампа. *Україна Модерна*. 04.06.2025. URL: <https://uamoderna.com/history/timoti-g-esh-ukrayina-ta-yeuropa-u-sviti-donalda-trampa> (дата звернення 12.11.2025)
5. *Дискурс іноземної комунікації* / за ред. Кусько К. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2002. 495 с.
6. Калашник Ю. І. *Лексико-стилістичні особливості політичних промов американських президентів* // Вісник ЖДУ. Серія: Філологічні науки. 2021. № 2 (94). С. 64–71.
7. Козак Т. М. *До феномену політичного дискурсу крізь призму теоретико-методологічного взаємозв'язку між мовою та політикою*. Політикус : наук. журнал. 2019. № 6. С. 5-12.
8. Кузьменко О. Ю. *Лінгвостилістичні особливості англомовного політичного дискурсу* // Наукові записки НаУКМА. Київ, 2019. Т. 2. С. 103–110.
9. Кулик В. *Дискурс української ідентичності*. Київ: Критика, 2010. 655 с.
10. Кулиняк Н. *Інтертекстуальність у політичному дискурсі: український контекст*. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень. 2021. № 1. С. 145–152.

11. Маслова Ю. П. *Мовленнєва експресія в політичному дискурсі* // Лінгвістичні студії. Харків, 2019. № 38. С. 126–132.
12. Мисів Н. В. *Політичний дискурс у соціальних мережах: особливості функціонування*. Мовознавство. 2021. № 2. С. 40–51.
13. Мисів Н. В. *Стратегії політичного впливу в умовах війни*. Українська мова і сучасність. 2022. № 6. С. 22–28.
14. Пилипенко Р. Є. *Німецький економічний дискурс: методологія, моделі, жанри: монографія* / за ред. Сахарчук Л. І. Київ: Видавничий Дім Дмитра Бурага, 2005. 316 с.
15. Пономаренко Л. О. *Політичний дискурс як засіб формування суспільної думки* // Науковий вісник Київського університету. 2020. № 8. С. 45–51.
16. Селіванова О. О. *Сучасна лінгвістика напрями та проблеми*. Полтава: Видавництво „Довкілля – К”, 2008. 712 с.
17. Серажим К. *Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність*. Київ, 2002. 392 с.
18. Соссюр Ф. де. *Курс загальної лінгвістики* / За ред. Ш. Баллі та А. Сеше. Пер. з франц. Київ: Основи, 1998. 324 с.
19. Фаранович В.О. Expressive and Emotional Lexis as a Toll of Audience Influence (on the material of Donald Trump’s 2024 Election Campaign)//Франкофонія в умовах глобалізації і полікультурності світу: збірник VII Міжнародної науково-практичної конференції: (15-16 травня. 2025 р.). Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2025. С.17-19.
20. Федонюк С. В. Мережева комунікація Дональда Трампа крізь призму концепції VUCA. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2025. № 51. С. 147–161. DOI: 10.31861/mhpi2025.51.147-161
21. Фомін Д. В. Підходи до розуміння політичної комунікації. Scientia Report. URL:
<https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/download/2860/>
 (дата звернення 12.11.2025)

- 22.Черноватий Л. М. *Вступ до теорії політичної комунікації*. Вінниця: Нова книга, 2015. 276 с.
- 23.Шевченко І. *Політична метафора як інструмент впливу: український досвід*. Слово і час. 2023. № 2. С. 40–48.
- 24.Шевченко І. С. *Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: колективна монографія / за ред. І. С. Шевченко*. Харків: Константа, 2005. С. 21–28.
- 25.Шуляк І.М., Фаранович В.О. Еволюція комунікативних ролей Дональда Трампа. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету, Одеса: Видавничий дім “Гельветика”, 2025. Вип.74-1. С. 210-214
- 26.Ahmadian M., Azarshahi M., & Paulhus, D. *Explaining Donald Trump’s verbal aggression using the General Aggression Model*. Personality and Individual Differences, 2019, P. 120–129.
- 27.Anderson, Christopher J., Blais, André, Bowler, Shaun, Donovan, Todd, & Listhaug, Ola. *Losers’ Consent: Elections and Democratic Legitimacy*. Oxford: Oxford University Press, 2005. 256 p.
- 28.Aristotle. *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse* / Trans. by G. A. Kennedy. Oxford: Oxford University Press, 2007. 368 p.
- 29.Atkinson M. *Our Masters’ Voices: The Language and Body Language of Politics*. London: Routledge, 1984. 208 p.
- 30.Atkinson, Max. *Public Speaking and Political Strategy: The Skills of Rhetoric and Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984. 260 p.
- 31.Baker P. *Using Corpora in Discourse Analysis*. Continuum, 2006. 200 p.
- 32.Barthes R. *Mythologies*. Éditions du Seuil, 1957. 223 p.
- 33.Basaraba N., Arnds P., Edmond J., Conlan O. New Media Ecology and Theoretical Foundations for Nonfiction Digital Narrative Creative Practice. Narrative. 2021. Vol. 29, No. 3. P. 374–395.
- 34.Beard A. *The Language of Politics*. London: Routledge, 2000. 176 p.

35. Benoit W. L. "Political Election Debates: Informing Voters about Policy and Character." *Communication and the Public*, 2013, Vol. 1 (1). P. 1–25.
36. Blais A. & Gélneau F. "Winning, Losing and Satisfaction with Democracy." *Political Studies*, 2007, Vol. 55 (2). P. 425–441.
37. Bowler Sh., & Donovan T. *Democracy, Institutions and Attitudes about Citizens' Influence on Government*. Oxford: Oxford University Press, 2013. 224 p.
38. Brader T. *Campaigning for Hearts and Minds*. Chicago: University of Chicago Press, 2006.
39. Brown G., & Yule G. *Discourse Analysis*. Cambridge University Press, 1983. Online publication 2012. 288 p.
40. Charteris-Black J. *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Politics*. 2nd ed. London: Palgrave Macmillan, 2018. 358 p.
41. Chilton P., Schäffner C. *Politics as Text and Talk: Analytic Approaches to Political Discourse*. Benjamins, 2010. 332 p.
42. Cruse D. A. *Meaning in Language: An Introduction to Semantics and Pragmatics*. 3rd ed. Oxford: Oxford University Press, 2011. 424 p.
43. Daoust J.-F., Morresi M., & Tóth A. "Reassessing the Winner–Loser Gap in Satisfaction with Democracy: Evidence from Three Countries." *PLOS ONE*, 2024.
44. *Donald Trump's persuasion techniques in the U.S. presidential debate 2016*. Teaching English as Foreign Language, Literature and Linguistics. 2022. № 2(1). URL: <https://doi.org/10.33752/teflics.v2i1.2653>. (дата звернення 12.11.2025)
45. Easton D. "A Re-Assessment of the Concept of Political Support." *British Journal of Political Science*, 1975, Vol. 5 (4). P. 435–457.
46. Enli G. "Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality." *Social Media + Society*, 2017, Vol. 3 (1): 1–11.
47. Entman R. M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication*, 43(4), 1993, pp. 51–58.

48. Fairclough N. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge, 2003. 288 p.
49. Fairclough N. *Critical Discourse Analysis*. Longman, 1995. 265 p.
50. Fairclough N. *New Labour, New Language?* London: Routledge, 2000. 208 p.
51. Foucault, M. *The Archaeology of Knowledge*. Taylor & Francis, 2013. 256 p.
52. Goffman E. *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. Doubleday, 1967. 270 p.
53. Hamed D. M., Alqurashi N. Impact vs Vision: a critical discourse analysis of Trump and Harris' leadership rhetoric in the 2024 presidential election. *Frontiers in Communication*. 2025. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2025.1541513/full> (дата звернення 12.11.2025)
54. Heltzel G. та ін. Polarization in America: two possible futures. *PMC*. 2020. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7201237/> (дата звернення 12.11.2025)
55. Higgings M., & Walker C. *Zelensky's rhetoric of resistance*. *Journal of Language and Politics*, 2023. 22(1). P. 12–31.
56. Jiménez Preciado A. L., Álvarez-García J., Cruz Aké S., Venegas-Martínez F. *The power of words from the 2024 United States presidential debates: A natural language processing approach*. *Information*. 2024. № 16(1). URL: <https://doi.org/10.3390/info16010002>. (дата звернення 12.11.2025)
57. Kaid L. L. & Holtz-Bacha Ch. (eds.). *The SAGE Handbook of Political Advertising*. London: SAGE, 2006. 504 p.
58. Kaushal A. & Lakhani A. "Political Advertising in the Digital Era: Strategies, Effects and Ethical Concerns." *SAGE Open*, 2022, Vol. 12 (1). P. 1–11.
59. Koller V. *Metaphor and Gender in Business Media Discourse*. Palgrave Macmillan, 2004. 256 p.
60. Kress D. *Linguistic Process in Socio-cultural Practice*. Geelong, Vic.: Deakin University Press. 128 p.

61. Külz J., Spitz A., Abu-Akel A., Günnemann S., West R.. *S. United States Politicians' Tone Became More Negative with 2016 Primary Campaigns. Scientific Reports.* 2023. № 13, URL: https://arxiv.org/abs/2207.08112?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 12.11.2025)
62. Laclau E. *On Populist Reason*. London: Verso, 2005. 288 p.
63. Lakoff G. *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. Chelsea Green Publishing, 2004. 124 p.
64. Lakoff R. *Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising*. In Tannen, D. (Ed.), *Analyzing discourse: text and talk*. pp. 25–42.
65. Lange A. The Twitter of Donald J. Trump During an Age of Uncertainty. *UWL Journal of Undergraduate Research*. 2021. University of Wisconsin–La Crosse. URL: <https://www.uwlax.edu/globalassets/offices-services/urc/jur-online/pdf/2021/lange.abigail.cst.pdf> (дата звернення 12.11.2025)
66. Lauerbach G. E. *Political discourse in the media: Cross-cultural perspectives*. In *Media Talk* (pp. 3–29). Routledge, 2007.
67. Lilleker D. & Jackson N. *Political Campaigning, Elections and the Internet: Comparing the US, UK, France and Germany*. London: Routledge, 2013. 272 p.
68. Lyons J. *Linguistic Semantics: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press, 1995. 376 p.
69. Mudde C. “The Populist Zeitgeist.” *Government and Opposition*, 39(4), 2004. pp. 541–563. DOI: 10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x.
70. Müller K., Schwarz C. Social media and inflammatory rhetoric: Does animosity toward minorities on Twitter increase antiminority sentiment and lead to hate crimes? *American Economic Journal: Applied Economics*. 2023. URL: <https://www.aeaweb.org/research/charts/twitter-antiminority-sentiment-trump> (дата звернення 12.11.2025)

71. Nadeau R. & Blais A. "Accepting the Election Outcome: The Effect of Electoral Defeat." *British Journal of Political Science*, 1993, Vol. 23 (4): 553–571.
72. Norris P. & Inglehart R. *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019. 592 p.
73. ORACY Cambridge. Rhetorical legacy of Trump. URL: <https://oracycambridge.org/rhetorical-legacy-trump/> (дата звернення 12.11.2025)
74. Perelman C., Olbrechts-Tyteca L. *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1991. 576 p.
75. Prasatyo B. A., Gustary D. T. *Politeness strategies in the 2020 Biden–Trump presidential debate: A pragmatic analysis*. *Journal of English Teaching and Applied Linguistics (JETAL)*. 2024. № 6(1). С. 66–74. URL: <https://doi.org/10.36655/jetal.v6i1.1672>. (дата звернення 12.11.2025)
76. Rhetoric of Donald Trump. In: *Wikipedia: The Free Encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Rhetoric_of_Donald_Trump (дата звернення: 18.11.2025)
77. Savoy J. Trump's and Clinton's Style and Rhetoric during the 2016 Presidential Election. *Journal of Quantitative Linguistics*. 2018. Vol. 25, No. 2. P. 168–189. DOI: 10.1080/09296174.2017.1403321.
78. Scammell M. & Langer A. I. *Political Advertising and the Uses of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2021. 320 p.
79. Sclafani J. *Talking Donald Trump: A Sociolinguistic Study of Style, Metadiscourse, and Political Identity*. New York: Routledge, 2017. 182 p.
80. Searle J. *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press, 1969. Online publication 2012. 338 p.
81. Van Dijk T. A. *Discourse and Manipulation*. *Discourse & Society*, 2006. 17(3), 359–383.

82. Van Dijk T. A. *Politics, Ideology, and Discourse* // In: Brown K. (Ed.) *Encyclopedia of Language and Linguistics*. 2nd ed. Oxford: Elsevier, 2006. P. 728–740.
83. Why Trump's alarmist message on immigration may be resonating beyond his base. *PBS NewsHour*. 2024. 1 квітня. URL: <https://www.pbs.org/newshour/politics/why-trumps-alarmist-message-on-immigration-may-be-resonating-beyond-his-base> (дата звернення 12.11.2025)
84. Wicke P., Bolognesi M. M. Red and blue language: Word choices in the Trump and Harris 2024 presidential debate. *PLOS ONE*. 2025. Vol. 20, No. 6: e0324715. DOI: 10.1371/journal.pone.0324715. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0324715> (дата звернення 12.11.2025)
85. Wodak R. *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. London: SAGE, 2015. 256 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

86. ABC News. 2015. *Donald Trump Says Mexico 'Not Sending Their Best'*. URL: <https://abcnews.go.com/Politics/donald-trump-mexico-vice-versa/story?id=41767704> (дата звернення 12.11.2025)
87. ACLU. “Trump promises to ‘smash radical Marxist prosecutors’.” 2024. URL: <https://www.aclu.org> (дата звернення 12.11.2025)
88. AP News. “Trump rally in Prairie du Chien, Wisconsin.” September 28, 2024. URL: <https://apnews.com/article/0810efccef8b094756d0c46f927b7dc> (дата звернення 12.11.2025)
89. AP News. Inside “the weave”: How Donald Trump’s rhetoric has grown darker and windier. 30 October 2024. URL:

- <https://www.ap.org/news-highlights/spotlights/2024/inside-the-weave-how-donald-trumps-rhetoric-has-grown-darker-and-windier/> (дата звернення 12.11.2025)
90. AP News. What Trump's favorite phrase says about his presidency. 2024. URL: <https://apnews.com/article/donald-trump-hyperbole-economy-border-318dd6c8a0c97b0a261adc8e282550f1> (дата звернення 12.11.2025)
91. Axios. "Trump's rhetorical rampage casts shadow over campaign's final weeks." October 16, 2024. URL: <https://www.axios.com/2024/10/16/trump-extreme-violent-rhetoric-2024-election> (дата звернення 12.11.2025)
92. CBS News. Trump says "this is the final battle" as he lays out ... 4 March 2023. URL: <https://www.cbsnews.com/live-updates/trump-сpac-2023-03-04/> (дата звернення 12.11.2025)
93. CNN Transcripts. "Donald Trump Immigration Speech, Phoenix." August 31, 2016. URL: <https://transcripts.cnn.com> (дата звернення 12.11.2025)
94. Donald J. Trump. Official campaign / presidential website. URL: <https://www.donaldjtrump.com/> (дата звернення 12.11.2025)
95. Donald Trump. Промова під час агітаційного мітингу в Durham, New Hampshire, 16 грудня 2023 р. URL: <https://www.reuters.com/world/us/trumps-repeats-poisoning-blood-anti-immigrant-remark-2023-12-16/> (дата звернення 12.11.2025)
96. Donald Trump. Промова після вироку у справі «hush money», 31 травня 2024 р., Trump Tower, Нью-Йорк. URL: <https://www.reuters.com/world/us/trump-supporters-call-riots-violent-retribution-after-verdict-2024-05-31/> (дата звернення 12.11.2025)
97. Full text of Trump's victory speech: "This Is Not Only an Affirmation of Me Personally, but Also the Greatest Political Comeback in American History." 6 November 2024. BlockBeats / ChainCatcher. URL: <https://m.theblockbeats.info/en/news/55665> (дата звернення 12.11.2025)

98. Liverpool University News. 2018. *One year of Trump: Linguistics expert analyses US president's influence on language*. URL: <https://news.liverpool.ac.uk/2018/01/19/one-year-trump-linguistics-expert-analyses-us-presidents-influence-language/> (дата звернення 12.11.2025)
99. New York Post. "Trump harks back to assassination attempt: 'God spared my life for a reason'." November 6, 2024. URL: <https://nypost.com/2024/11/06/us-news/trump-harks-back-to-assassination-attempt-god-spared-my-life-for-a-reason/> (дата звернення 12.11.2025)
100. OPB. Trump promised the "largest deportation" in US history. 15 November 2024. URL: <https://www.opb.org/article/2024/11/15/trump-mass-deportation-immigration-border/> (дата звернення 12.11.2025)
101. P2016 (American Presidency Project / Peters & Woolley). 2016. *Donald J. Trump Republican Nomination Acceptance Speech, July 21, 2016*. URL: <https://www.p2016.org/gopconv16/trump07216sp.html> (дата звернення 12.11.2025)
102. Politico. *Trump goes low as Harris gains ground*. August 3, 2024. URL: <https://www.politico.com/news/2024/08/03/trump-harris-georgia-00172560> (дата звернення 12.11.2025)
103. Remarks by President Trump at the Conservative Political Action Conference (CPAC), February 22, 2025. Transcribed by Presidency.ucs.edu.
104. Republican National Committee. "RNC Acceptance Speech." July 21, 2016. URL: <https://p2016.org> (дата звернення 12.11.2025)
105. Reuters. "Key quotes from the Harris–Trump debate." September 11, 2024. URL: <https://www.reuters.com/world/us/key-quotes-harris-trump-debate-2024-09-11> (дата звернення 12.11.2025)
106. Reuters. Trump expected to highlight murder of Michigan woman in immigration speech. April 2, 2024. URL: <https://www.reuters.com/world/us/trump-expected-highlight-murder->

[michigan-woman-immigration-speech-2024-04-02](#) (дата звернення 12.11.2025)

107. Reuters. Trump's already harsh rhetoric on migrants is turning darker as election day nears. 4 October 2024. URL: <https://www.reuters.com/world/us/trumps-already-harsh-rhetoric-migrants-is-turning-darker-election-day-nears-2024-10-04/> (дата звернення 12.11.2025)
108. Reuters/Ipsos Poll. US voters narrowly support Trump's tariff pitch. September 15, 2024. URL: <https://www.reuters.com/world/us/us-voters-narrowly-support-trumps-tariff-pitch-reutersipsos-poll-finds-2024-09-15> (дата звернення 12.11.2025)
109. Roll Call. *Transcript: Donald Trump Delivers His Inaugural Address at the U.S. Capitol. January 20, 2025.* URL: <https://rollcall.com/factbase/trump/transcript/donald-trump-speech-inaugural-address-washington-january-20-2025> (дата звернення 12.11.2025)
110. Rubin G. Trump Re-election Entrenches Global Instability. *Reuters Breakingviews.* 6 November 2024. URL: <https://www.reuters.com/breakingviews/trump-re-election-entrenches-global-instability-2024-11-06/> (дата звернення 12.11.2025)
111. Swenson A. Trump Has Long Warned of a Government "Deep State." Now in Power, He's under Pressure to Expose It. *Associated Press News.* 30 May 2025. URL: <https://apnews.com/article/epstein-files-assassination-trump-fbi-conspiracies-aacb07814bb8b6b3fe595f5b68e4163a> (дата звернення 12.11.2025)
112. The Guardian. "Trump reiterates anti-immigration promise at rightwing convention rally." December 22, 2024. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2024/dec/22/trump-speech-rightwing-convention-phoenix> (дата звернення 12.11.2025)
113. The Guardian. *Donald Trump's verbal assaults on judges, prosecutors, witnesses, jurors and the broader US justice system ... May 7, 2024.* URL:

<https://www.theguardian.com/us-news/article/2024/may/07/trump-trial-justice-system-violence> (дата звернення 12.11.2025)

114. The Guardian. Trump reiterates anti-immigration promise at rightwing convention rally. December 22, 2024. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2024/dec/22/trump-speech-rightwing-convention-phoenix> (дата звернення 12.11.2025)
115. The Washington Post. *Trump keeps calling Harris ‘stupid,’ offending many voters,* October 21, 2024. URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2024/10/21/trump-harris-dumb-stupid-low-iq/> (дата звернення 12.11.2025)
116. The White House. *The Inaugural Address — January 20, 2025.* URL: <https://www.whitehouse.gov/remarks/2025/01/the-inaugural-address/> (дата звернення 12.11.2025)
117. The White House. Videos: official recordings of presidential speeches and remarks. URL: <https://www.whitehouse.gov/videos/> (дата звернення 12.11.2025)
118. Time. 2016. *Read Donald Trump’s Acceptance Speech at the Republican Convention.* URL: <https://time.com/4418493/republican-convention-donald-trump-transcript/> (дата звернення 12.11.2025)
119. Utah News Dispatch. “Trump Campaign Rally Coverage.” November 1, 2024. URL: <https://utahnewsdispatch.com>
120. Yahoo News. “Donald Trump calls Kamala Harris the ‘worst vice president in the history of our country’.” September 14, 2024. URL: <https://news.yahoo.com/donald-trump-calls-kamala-harris-140000940.html> (дата звернення 12.11.2025)
121. Yahoo News. Key quotes from the Harris–Trump debate. 10 September 2024. URL: <https://www.yahoo.com/news/key-quotes-harris-trump-debate-011310536.html> (дата звернення 12.11.2025)