МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Філологічний факультет

Кафедра загального та прикладного мовознавства

_____
кафедрою загального
та прикладного мовознавства
від “____”_____2026 р.,
протокол № _____

Завідувач кафедри

_____ Наталія ДУБОВИК
(підпис) (ім’я, прізвище)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

здобувача _____першого (бакалаврського)_____ рівня вищої освіти

ЗАСОБИ ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНІЙ ПРОМОВІ
(тема роботи)

Спеціальність (спеціалізація) 035 Філологія 035.10 прикладна лінгвістика
(код та найменування спеціальності; спеціалізації спеціальності)

Освітня програма _____Прикладна лінгвістика та англійська мова
(назва освітньої програми)

Здобувач _____ Єлизавета ШАМРИЦЬКА
(підпис) (ім’я, прізвище)

Науковий керівник ____ Юлія КРАПИВА
(підпис) (ім’я, прізвище)

Харків – 2026

РЕФЕРАТ

Політична промова – це заздалегідь підготовлений публічний монолог чи виступ політика, спрямований на аудиторію, метою якого є формування громадської думки.

Метою нашої роботи є з'ясування прагматичного потенціалу та особливостей взаємодії вербальних і невербальних знаків мовлення в політичній промові та їх безпосередній вплив на емоційний стан та поведінку аудиторії.

У роботі досліджено передвиборчу промову Д. Трампа, виголошену 31 серпня 2024 року в Пенсільванії, в аспекті з'ясування прагматичного потенціалу та особливостей взаємодії вербальних і невербальних знаків мовлення в ній як засобів переконання.

Було використано загальнонаукові методи аналізу, синтезу, спостереження, описовий метод; спеціальні лінгвістичні методики контент-аналізу промов, прагматичний аналіз вербальних і невербальних компонентів комунікації, стилістичний аналіз риторичних прийомів.

Вибір та новизна конкретного матеріалу дослідження не є випадковим. Промову виголошено в рамках президентських виборів і вона має певні стратегії впливу на аудиторію.

У результаті дослідження уточнено сутність поняття політичної промови як інформативно-переконувального типу тексту, вербальних та невербальних знаків у контексті політичної комунікації, систематизовано їхні основні типи. Указано на їхню тісну кореляцію з просодичними засобами, кінесичними засобами, елементами перформансу, візуальною символікою та описано механізми взаємодії всіх засобів.

Ключові слова: політична комунікація, політична промова, маніпулятивні тактики і стратегії, лексичні засоби, синтаксис, риторичні фігури, просодичні засоби, кінесичні засоби.

SUMMARY

Shamrytska E. Means of Influence in Political Speech

A political speech is a pre-prepared public monologue or presentation by a politician addressed to an audience, aimed at shaping public opinion.

The purpose of our study is to identify the pragmatic potential and the specifics of the interaction between verbal and non-verbal speech signs in political discourse, as well as their direct impact on the emotional state and behaviour of the audience.

The work examines Donald Trump's campaign speech delivered on August 31, 2024, in Pennsylvania, in terms of determining the pragmatic potential and the interplay of verbal and non-verbal signs as tools of persuasion.

The research employs general scientific methods of analysis, synthesis, observation, and description, alongside specialized linguistic techniques such as content analysis, pragmatic analysis of verbal and non-verbal communication components, and stylistic analysis of rhetorical devices.

The selection and novelty of this specific research material are intentional, as the speech was delivered within the framework of the presidential election and utilizes distinct strategies for influencing the audience.

As a result of the study, the essence of a political speech as an informative and persuasive text type has been refined, verbal and non-verbal signs in political communication have been systematized, and their close correlation with prosodic features, kinesic means, performance elements, and visual symbolism has been established, describing the mechanisms of interaction between all these communicative tools.

Key words: political communication, political speech, manipulative tactics and strategies, lexical devices, syntax, rhetorical figures, prosodic devices, kinesic devices.

ЗМІСТ

ВСТУП 5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ ВИВЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ ТА МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ 8

1.1. Політична промова в сучасному дискурсі та її типологія 8

1.2. Лінгвальна концептуалізація політичного дискурсу 12

1.3. Стратегії та тактики мовленнєвого впливу 17

Висновки до розділу 1 20

РОЗДІЛ 2. ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ ТА МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ В ПРОМОВАХ 22

2.1. Лексико-семантичні механізми впливу 23

2.2. Синтаксичний рівень: формування структури переконання 26

2.3. Риторичні прийоми 28

Висновки до розділу 2 35

РОЗДІЛ 3. НЕВЕРБАЛЬНИЙ ТА СИНЕРГЕТИЧНИЙ АСПЕКТИ ВПЛИВУ ... 37

3.1. Паралінгвальні засоби та їхня роль у формуванні образу промовця 37

3.2. Кінесичні засоби 39

3.3. Синергетичний ефект: взаємодія вербальних і невербальних засобів 40

Висновки до розділу 3 43

ВИСНОВКИ 45

ЛІТЕРАТУРА 48

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена постійним зростанням у сучасному світі впливу публічної комунікації, у якій політична промова є ключовим інструментом для формування громадської думки [Шамрицька, 2026, с. 162]. Ефективність промови значною мірою залежить не лише від змісту (вербальних знаків), але й від способу його подання (невербальних знаків): міміки, жестів, інтонації, зорового контакту з аудиторією, зовнішнього вигляду промовця. Вивчення цих механізмів дозволяє не лише підвищити медіаграмотність суспільства щодо маніпулятивних прийомів, а й сприяє розробленню більш ефективних стратегій політичної комунікації в умовах інформаційної війни та гібридних впливів [Шамрицька, 2026]. Тож, як слід відзначити, закономірно, що в сучасній лінгвістиці політичні промови вивчають досить активно як зарубіжні, так і українські дослідники.

Мета нашої роботи – з'ясувати прагматичний потенціал та особливості взаємодії вербальних і невербальних знаків мовлення в політичній промові як засобів впливу на емоційний стан та поведінку аудиторії.

Завдання роботи:

1) уточнити поняття політичної промови, вербальних і невербальних знаків у контексті політичної комунікації;

2) класифікувати та систематизувати основні типи вербальних і невербальних засобів, які використовуються в політичних промовах;

3) описати механізми кореляції та взаємовпливу вербальних і невербальних компонентів у структурі політичного повідомлення;

4) проаналізувати функції вербальних і невербальних знаків у промовах конкретних політичних діячів;

5) виявити національно-культурні та гендерні особливості використання невербальної комунікації у політичному дискурсі;

6) встановити прагматичний ефект невербальних знаків на формування довіри, харизми та емоційного відгуку аудиторії.

Об’єкт дослідження – політична промова.

Предмет дослідження – вербальні і невербальні засоби впливу в політичній промові.

Матеріал дослідження. Для свого дослідження ми обрали промову Д. Трампа. Це промова, виголошена під час передвиборчої кампанії в США, а саме промова Дональда Трампа на мітингу в Пенсільванії 31 серпня 2024 року.

Методи дослідження: загальнонаукові методи аналізу, синтезу, спостереження, описовий метод; спеціальні лінгвістичні методики контент-аналізу промов, прагматичного аналізу вербальних і невербальних компонентів комунікації, стилістичного аналізу риторичних прийомів.

Теоретико-методологічною основою роботи є праці таких дослідників, як Ковальова О. [Ковальова, 2020], Гуменюк Н. [Гуменюк, 2017], Крапива Ю. [Крапива, 2019], Романюк С. [Романюк, 2015] та ін.

Наукова новизна роботи зумовлена вибором конкретного матеріалу дослідження, який не є випадковий: промову виголошено в рамках президентських виборчих перегонів, а отже, вона має певні стратегії впливу на аудиторію; промовець – колишній президент, що має значний досвід публічної комунікації з великою аудиторією, він лідери політичних сил, котрий має свій стиль мовлення і звернення до аудиторії, до того ж дуже суперечливий. Вивчення його стратегій переконання створює підґрунтя для спостережень за тим, яким арсеналом мовних і позамовних засобів їх втілення користується публічна особистість.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх використання для лінгвістичної експертизи та аналізу дискурсу.

Отримані матеріали дослідження також сприятимуть медіаграмотності та критичному мисленню громадян. Розуміння того, які знаки (метафори, специфічні жести, паузи) використовує політик для приховування реальних фактів, допоможе виборцям «зчитувати» підтексти та менше піддаватися емоційному впливу під час передвиборчих кампаній.

Апробація. Основні положення та результати дослідження обговорювалися на науковому семінарі кафедри загального та прикладного мовознавства філологічного факультету Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Результати дослідження було представлено на X Міжнародній студентській науковій конференції «Пріоритетні напрямки та вектори розвитку світової науки» (м. Кременчук, 24 квітня 2026 року). За матеріалами дослідження опубліковано **тези**:

Вербальні та невербальні засоби в політичній промові. *Пріоритетні напрямки та вектори розвитку світової наук*и : матеріали X Міжнародної студентської наукової конференції, м. Кременчук, 24 квітня, 2026 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». Вінниця : ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2026. С. 162–163 [Шамрицька, 2026].

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури (44 позиції). Загальний обсяг дослідження – 50 сторінок.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ ВИВЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ ТА МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ

1.1. Політична промова в сучасному дискурсі та її типологія

Політична комунікація у сучасному глобалізованому світі посідає значне місце. Не дивно, що вона стала одним із провідних об'єктів вивчення філологів, свідченням чого є окремий напрямок – політична лінгвістика, яка вивчає політичний дискурс. Л. Нагорна пише про її «яскраво виражений міждисциплінарний характер», здатність «інтегрувати здобутки етнополітології, соціолінгвістики, етнолінгвістики, інтерлінгвістики, лінгвістики тексту, наративного аналізу, стилістики, риторики» [Нагорна, 2005, с. 164].

Якщо узагальнити наявні в сучасній політичній лінгвістиці дослідження, то можна виділити ті з них, що формують теоретичне уявлення про політичний дискурс і політичну промову як її частину. Це праці таких дослідників, як Ф. Бацевич, В. Білоус, І. Гурський, Ю. Крапива, Д. Крікун, О. Ковальова, Н. Кондратенко, Л. Лукіна та ін.

Інші дослідники фокусуються на окремих жанрах і прийомах політичної комунікації. Багато уваги приділено вивченню такого жанру, як інавгураційна промова, його структурі та засобам побудови (Н. Дячук, Л. Завальська, Н. Кондратенко, Ю. Крапива, О. Семотюк, Н. Мараховська).

Політичну комунікацію розглядають як дискурсивне явище. Н. Кондратенко, одна з провідних дослідниць у галузі політичної лінгвістики, вважає продуктивним і реалізовує у своїх працях саме комунікативно-дискурсивний підхід в аналізі політичного дискурсу.

У словнику медіалінвістики подане таке визначення: політичний дискурс – це «сукупність усіх мовних актів, які використовуються в політичних

дискусіях, а також правил публічної поведінки, що оформилися згідно з наявними традиціями та отримали перевірку досвідом» [Медіалінвістика, с. 43].

Л. Лукіна наголошує, проаналізувавши наявні підходи до цього явища, що політичний дискурс становить «різновид рефлексивної мовної комунікації, що відбувається в політиці і характеризується сукупністю текстів про політику, спрямованих на питання завоювання, утримання та використання державної влади» [Лукіна, 2021, с. 76]. Як бачимо з наведеного визначення, дослідниця виокремлює політичний дискурс на підставі сукупності текстів відповідного спрямування.

Варто зазначити, що політичний дискурс не є однорідним. Він варіюється залежно від політичної системи, культурного середовища, історичного контексту, мови та стилю конкретних політиків. У політичному дискурсі виділяють різні жанри. С. Долинський вирізняє такі, як політична промова; інтерв'ю; пресконференція; політичні дебати; теле- та радіоновини; договори, протоколи, угоди; рубрики політичних новин у медіа; політичні плакати й листівки [Долинський, 2021, с. 47].

Н. Кондратенко дає більш розширену класифікацію і розподіляє окремі жанри за типом спрямованості на 4 групи:

- іміджево-презентаційні (політичні слогани, програми, біографії);
- агітаційні (слогани-заклики, виступи, агітаційні листівки);
- інформативні (заяви, повідомлення, інтерв'ю);
- ритуальні (промови, привітання, подяки, некрологи);
- агонально-аргументативні (дебати, ток-шоу) [Кондратенко, 2018, с. 22].

Водночас науковиця вказує на синкретизм жанрів і їхню поліфункціональність.

Політична промова належить, безумовно, до провідного жанру політичного дискурсу в його усній формі. Сучасна політична лінгвістика розглядає політичну промову як багатоаспектне явище, що підпорядковане не просто транслюванню інформації, а є інструментом конструювання соціально-

політичної реальності. С. Долинський зазначає, що політична промова належить до «інформативно-переконувального типу політичних текстів» [Долинський, 2021, с. 47], і, посилаючись на працю М. Гулей, додає, що виокремлення різновидів політичної промови стає можливим завдяки таким чинникам: місце реалізації, тематичний зміст, цільова аудиторія [Долинський, 2021, с. 47]. Учений також подає перелік типів політичних промов: передвиборча (під час балотування), парламентська, інавгураційна, дипломатична, коментар під час воєнних дій (остання «часто допомагає зберігати імідж політика, який володіє ситуацією під час воєнних дій» [Долинський, 2021, с. 47]).

О. Падалка використовує класифікацію Е. Канетті і розглядає політичну промову серед інформативно-персуазивних жанрів [Падалка, 2012, с. 67]. У статті науковиці виділено 7 типів промов за принципом, де їх виголошують і з якою метою:

- парламентські («основний критерій протиставлення «корисно шкідливо», з'ясування «правильності – неправильності» будь-якої дії»);
- передвиборчі («головна мета – утримання влади, схиляння на свій бік виборців»);
- партійні («висування власних ідей та цілей, їх пропаганда»);
- дипломатичні («проголошуються під час офіційних зустрічей, на банкеті, в парламенті і т.п., але вони не спрямовані на створення заперечень із боку аудиторії»);
- вітальні (виголошувані, як правило, представниками влади, «формально присвячені тематиці заходу, але ж насправді слугують популяризації промовцем своїх цілей і завдань»);
- святкові («мають ритуальний характер та виражають загальні цінності й погляди», аудиторія має від них «очікування, що є результатом набутого досвіду та знань відповідного ритуалу») [Падалка, 2012, с. 68].

Справді, феномен політичної промови охоплює широкий спектр форм жанрової реалізації – від коротких заяв до великих програмних виступів, обсяг

інформації в яких варіюється залежно від контексту та мети комунікатора й аудиторії.

У комунікативному вимірі це явище детально аналізують Ю. Крапива і Д. Крікун із застосуванням низки критеріїв, а саме:

«1) характер суб'єкта; 2) характер адресата; 3) протиставлення усної та писемної форм мови; 4) зіставлення монологічного та діалогічного мовлення; 5) функції; 6) обсяг інформації; 7) мета висловлювання» [Крапива, Крікун, 2019, с. 43].

Відповідно суб'єктом промови є політичний діяч або непрофесійний політик (журналіст, мітингувальник, наприклад). Авторство може бути виконавчим (збігатися з промовцем) та декларативним, коли є розподілі функцій між творцем, спічрайтером, і тим, хто його виголошує [Крапива, Крікун, 2019, с. 43].

За функціональним навантаженням виділяють три основні групи:

- ритуальні жанри (до них належать інавгураційні промови, радіо та телезвернення, привітальні та прощальні слова, а також різдвяні промови президента);
- агональні жанри, що базуються на принципі суперництва та прямого ідеологічного зіткнення, вирізняються високим рівнем експресивності та емоційності (передвиборчі промови та виступи на мітингах);
- орієнтаційні жанри, спрямовані на пояснення подій, інформування про стан справ у країні або доповідь про наслідки політичних рішень (політична доповідь) [Крапива, Крікун, 2019, с. 43].

За комунікативною метою промови поділяють на:

- інформаційні, що надають аудиторії конкретні факти та дані;
- оціночні, що містять позитивні або негативні оцінки політичних явищ чи постатей;
- імперативні, що спрямовані на те, щоб спонукати слухачів до певних дій (політичні заклики) [Крапива, Крікун, 2019, с. 43].

Водночас дослідниці говорять про синтетичні жанри політичних промов, що поєднують у собі ознаки кількох типів [Крапива, Крікун, 2019, с. 43]. Наприклад, передвиборча промова зазвичай поєднує всі три характеристики: кандидат надає інформацію про себе, оцінює свою кандидатуру й опонентів та закликає виборців підтримати його позицію. За обсягом передаваної інформації промови варіюються від середніх (промови на мітингах, у парламенті) до великих текстів (передвиборчі промови, політичні доповіді).

Отже, як бачимо, політичний дискурс є складним, багаторівневим явищем, яке водночас є і продуктом, і інструментом політичної діяльності. До його ознак належать агітаційність, маніпулятивність, ритуальність, міфологізація, ідеологічна зумовленість. Він має усну й письмову форми реалізації в різних жанрах. Центральним серед них є політична промова, яка охоплює широкий спектр різновидів, підпорядкованих різним функціям і завданням, але об’єднаних інформативно-персуазивним змістом.

1.2. Лінгвальна концептуалізація політичного дискурсу

За Ф. Бацевичем, вербальні компоненти комунікації – «це мовні засоби (слова, речення), що забезпечують обмін інформацією через усну та письмову форми» [Бацевич, 2004, с. 57].

Політичний дискурс залучає всі можливі мовні засоби, щоб реалізувати свою головну мету – впливати й переконувати. Вчені плідно вивчають ці лінгвальні ресурси. В низці сучасних праць проаналізовано окремі вербальні і невербальні засоби політичної промови: лексичний рівень (Ю. Князьська, І. Самойлова, О. Подвойська), просодичні засоби (О. Вольфовська, В. Падалка), інтертекстуальність (О. П’єцух). Привертають увагу аналітичні статті, у яких узагальнено типові стилістико-риторичні засоби, які використовують світові політичні лідери для реалізації мовленнєвих стратегій. Наприклад, С. Долинський узагальнює типи й комунікативні риси політичних промов,

докладно розглядає жанр президентської промови й зупиняється на американському політичному дискурсі, а саме промовах Джона Кеннеді, Рональда Рейгана, Гілларі Клінтон. Лінгвіст описує, як гіперболи, евфемізми, антитези, риторичні запитання, алітерації, асонанси стають ефективним засобом маніпулятивного впливу на масову аудиторію [Долинський, 2021, с. 45–51].

У спільній статті одеських науковиць С. Насакіної, В. Колісниченко, І. Рохальскьої-Якубової, Н. Чепелюк проаналізовано промови сучасних впливових світових політиків Володимира Зеленського, Петра Порошенка, Барака Обами, Бориса Джонсона: виділено такі стилістичні засоби, як анафора, антитеза, паралелізм, риторичне запитання, ритм, досліджено структуру цих прийомів, їх функції у створенні емоційного впливу та досягнення прагматичних цілей [Nasakina, Kolisnichenko, Rohalska-Yakubova, Chepelyuk, 2020, с. 330–341].

Дуже важливо, що дослідники розглядають окремі кейси, тобто аналізують безпосередні риторичні прийоми в промовах знакових світових лідерів: Шарля де Голля і Жака Ширака (М. Гулей), Дж. Кенннеді і Дж. Буша (С. Потапенко), П. Порошенка (С. Романюк) та інших. Подекуди вчені детально зупиняються на конкретному знаковому політичному виступу. Так, С. Потапенко робить когнітивно-риторичний аналіз історичного звернення Президента України Володимира Зеленського до парламенту Сполученого Королівства 8 березня 2022 року, на 13 день повномасштабної війни, в аспекті дискурсу спротиву [Potapenko, 2023]. Автор, зокрема, звертає увагу на майстерне використання як потужних прийомів впливу лінгвокультурних маркерів, важливих для британців: цитати Шекспіра, згадки про Вінстона Черчилля. Дослідження демонструє, як риторичні прийоми допомогли переконати у важливості міжнародної підтримки України, необхідності захисту свободи та відновлення безпеки.

У статті Н. Гуменюк проаналізовано синтаксичні особливості та стилістичні прийоми інавгураційної промови президента Трампа від 20 січня 2017 року,

виділено в них роль коротких речень, анафори, паралелізму, еліпсису для створення динаміки, вираження функції впливу [Гуменюк, 2017, с. 45–49].

І. Білецька, І. Гурський вивчали структурні особливості промов екпрезидента Барака Обами, виголошених улітку 2015 року. Політична промова за своєю сутністю є зазвичай заздалегідь підготовленим мовленнєвим утворенням. Ефективність такої комунікації безпосередньо залежить від здатності політика експлуатувати силу мови через емоційно забарвлені слова та символи й метафори.

Надзвичайно багатим є лексико-семантичний рівень промов: емоційно-оцінна й експресивна лексика, образні вислови. Оскільки промовці апелюють до ціннісної системи суспільства, то аксіологічно маркована лексика стає ключовою: «Ціннісна спрямованість зумовлює широке використання лексичних одиниць з оцінним значенням, що в основному позначають систему політичних цінностей (freedom, democracy, choice, equality тощо). Метою аргументації в політичному дискурсі є часткова корекція ціннісної системи адресата» [Долинський, 2021, с. 47]. Емоційно-експресивну лексику, метафори, епітети також використовують із маніпулятивною метою [Долинський, 2021 с. 48].

Переконання здійснюється через протиставлення, тому використовується велика кількість антонімічних за значенням одиниць, які утворюють фігури антитези. Серед типових риторичних прийомів і фігур, крім антитези, маємо також паралельні конструкції, риторичні питання, гіперболізацію, евфемізацію [Долинський, 2021 с. 47–48].

Цей арсенал стилістичних прийомів і засобів можна доповнити розглянутими в статті Ю. Головацької та Я. Лейбич на підставі аналізу передвиборчих дебатів: анафоричні повтори (для наголошення на ключовій дії чи думці), тавтологія (для увиразнення факту, привернення особливої уваги), прості та складені епітети (для уяскравлення, емоційності мовлення), гіпофори (питання самому собі і відповідь на нього), персоніфікація, епіфора, синтаксичний паралелізм (вираження єдності з аудиторією).

Вербальні засоби підсилюються невербальними, до них належать складники комунікативного коду немовної, але знакової природи, які «разом із засобами мовного коду служать для створення, передавання і сприйняття повідомлень» [Бацевич, 2004, с. 59]. Одним із важливих компонентів комунікації є просодія, або просодика, тобто ритміко-інтонаційне оформлення мовленнєвого акту.

О. Падалка наголошує, що просодичні засоби відіграють ключову роль у прагматичному навантаженні політичної промови, дозволяючи ораторові висвітлювати ключові моменти змісту та здійснювати емоційний вплив на аудиторію [Падалка, 2012, с. 68].

Найбільш значущим компонентом для вираження комунікативної мети висловлення. є мелодика – модифікація частоти основного тону мовця, яким виражають суб'єктивне ставлення до сказаного, надають словам особливої виразності, важливості або новизни. Показово, що у політичних промовах, згідно з дослідженнями, домінує низхідний тон, і, окрім того, оратори вдаються до складних термінальних тонів, тобто до їх зміни, комбінування. Ритмічна організація чітко структурує повідомлення, полегшує сприйняття промови масовою аудиторією завдяки розмірeності та членуванню.

У цьому важлива паузація як потужний засіб синтагматичного членування потоку мовлення та залучення уваги до важливих частин повідомлення. Пауза також виконує функцію емоційного впливу на реципієнта. Усі паузи поділяють на синтаксичні (регулюють розбивку тексту на смислові відрізки), логічні (спрямовані на те, щоб виділити ключові слова або смислові центри речення), емфатичні (виконують суто емоційну роль, додаючи промові виразності), паузи хезітації, затримки (свідчать про невпевненість оратора або процес підбору потрібних слів під час виступу). Окремо виділяються прагматичні паузи – навмисні, заплановані зупинки, що відображають свідомий вибір промовця для підсилення впливу або ствердження певної думки.

Темп мовлення є найбільш індивідуальним компонентом ритмічного та інтонаційного малюнка, він забезпечує актуалізацію комунікативної програми

тексту, має значний ефект впливу, допомагає виділити важливу, нову або цінну інформацію через збільшення тривалості вимови відповідних слів чи синтагм.

Наголос (словесний, логічний, фразовий, емфатичний) сприяє виділенню найбільш значущих частин висловлення. Емфатичний наголос використовується для маркування рівня інформаційної важливості компонентів тексту та створення контрастів.

Для усного каналу комунікації важлива також кінесика – сукупність жестів, міміки, поз, зовнішній вигляд промовця, темпоральні аспекти промови. У комунікативній лінгвістиці кінесику розглядають як один із найпотужніших каналів невербальної комунікації, який може як підсилювати сказане, так і повністю йому суперечити, але мати не менш потужний вплив на аудиторію. Я. Романцова слушно говорить про те, що жести й міміка допомагають правильно інтерпретувати вербальне повідомлення [Романцова, 2021, с. 84]. У політичній комунікації вони стають елементом реалізації стратегій мовця, адже важливими є не стільки аргументи самі по собі, скільки їхня подача, драматизм, зовнішня виразність.

Отже, політична промова має бути ретельно підготовлена, щоб пробуджувати різні емоції й почуття в аудиторії, зокрема патріотизм, надію, довіру, згоду, солідарність чи незгоду, обурення. Вдале використання риторичних фігур, таких як анафора, алітерація, риторичний оклик, емфаза, антитеза та інші, дозволяє політикам створити впізнавані меседжі, що зберігаються у масовій свідомості значно довше, ніж конкретні політичні програми [Шамрицька, 2026, с. 162–163]. У цьому допомагають також невербальні складники комунікації – просодика і кінесика, якими розставляють смислові акценти, створюють психологічні гачки, витворюють імідж промовця-політика [Шамрицька, 2026, с. 162–163].

1.3. Стратегії та тактики мовленнєвого впливу

У теорії комунікації стратегія – це «мистецтво керування спілкуванням, яке полягає в оптимальній реалізації інтенцій (намірів) мовця» [Бацевич, 2004, с. 160]. Відповідно тактика – «сукупність прийомів (мовленнєвих ходів), що сприяють реалізації комунікативної стратегії» [Бацевич, 2004, с. 161]. Науковці вже давно зосереджуються на описі певних стратегій і тактик їх реалізації у публічному дискурсі: персуазивна стратегія (О. Падалка), маніпулятивна стратегія (О. Красівський, Л. Горностай), конфліктогенна стратегія (Л. Овсієнко, А. Обіденко, Н. Шкворченко). Також активно вивчають стратегії і тактики окремих жанрів, зокрема політичних дебатів (Ю. Крапива). Справді, політична промова належить до інформативно-персуазивних текстів, де функція переконання очевидно домінує. З позицій риторики цей феномен визначається як усний політичний текст, «який проголошують перед масовою аудиторією, містить назрілі завдання певної сфери громадського життя та дає рекомендації щодо їх здійснення» [Падалка, 2012, с. 67]. До ключових ознак політичної промови належать такі: перевага масового адресата; домінування чинника емоційності (вага фактичного спілкування у впливі на почуттєву сферу); театральність дійства (з огляду на це важливість створення привабливого публічного іміджу); змістовна амбівалентність, невизначеність; опосередкованість політичної комунікації засобами масової комунікації; «езотеричність» (проявляється у використанні евфемізмів, натяків, пліток); динамічність мови політики, що «зумовлена відображеними реаліями та змінністю політичної ситуації» [Падалка, 2012, с. 67].

Як зауважують Т. Бойко й А. Долинець, «для визначення поняття мовленнєвого впливу використовують два підходи, один із яких розглядає вплив як процес взаємодії з адресатом, з якого випливає пошук і досягнення компромісу. Інший підхід полягає в розумінні мовленнєвого впливу як одностороннього процесу, представляючи адресата лише пасивним слухачем, емоціями і поведінкою якого намагаються керувати» [Бойко., Долинець., 2021,

с. 15–22]. Дослідниці вивчають рекламний дискурс, але їхні зауваження актуальні і для політичного дискурсу, адже в них схожа мета – зробити вибір (на користь продукту / політичної сили чи фігури). Стосовно політичної промови слід зауважити, що перший виявляється у взаємодії з аудиторією через вербальний і невербальний коди, а другий аспект домінує – у частині «спонукання слухача за допомогою мови до певної дії» [Бойко, Долинець, 2021, с. 15–22]. У своїй статті авторки розглядають систему стратегій та засобів, які допомагають рекламодавцям по-різному впливати на споживача [Бойко, Долинець, 2021, с. 15–22]. Вплив може бути як експліцитний, неприхований, так і імпліцитний, прихований. Його мета відповідає відомій концепції AIDA: «Attention (увага) – привернути увагу адресата. Interest (зацікавленість) – пробудити інтерес у адресата. Desire (бажання) – у адресата виникає бажання мати певний продукт. Action (дія) – адресат купує продукт» [Бойко, Долинець, 2021, с. 15–22]. Головною вони називають спонукальну стратегію, спрямовану на те, щоб клієнт здійснив покупку. Для її реалізації виділяють п’ять основних «локальних» стратегій, кожна з яких має свої особливості:

- інформативна, яка формує обізнаність про товар (для цього використовується нейтральна лексика);
- аргументативна, що апелює до логіки адресата, раціонального мислення (вводять позитивнооцінні слова та порівняльні конструкції, щоб довести вигоду);
- маніпулятивна, що впливає на емоції, ірраціональну сферу (тут емоційно-оцінна лексика з позитивними конотаціями, іншомовні слова, евфемізми, працюють метафори, алюзії, вислови відомих людей, гра слів, рими, яскраві образи щасливих людей тощо);
- сугестивна, що має вплив на підсвідомість, навіюючи стан спокою, задоволення, бажання насолоди та знижуючи здатність до критичного мислення (цим зумовлені вербальні одиниці, що «навіюють стан спокою, розслабленості й описують ситуацію у зорових, слухових образах чи за допомогою відчуттів і почуттів» [Бойко, Долинець, 2021, с. 15–22],

використання коротких фраз, питальних конструкцій, характерних для розмовної мови);

- нагадувальна, що закріплює образ бренду в пам’яті через фігуру повтору назв та слоганів, зображення логотипів, символіки, емблем.

У багатьох працях подано перелік та аналіз безпосередніх комунікативних стратегій і тактик політичної комунікації. Для нашого дослідження видається важливою теорія про політичний дискурс з маніпулятивним контентом, подана у статті Ю. Головацької та Я. Лейбич. Дослідниці розглядають такі типи дискурсу, як бюрократична політична комунікація, публічна політична комунікація, журналістське політичне спілкування, політична мовленнєва діяльність пересічних громадян, ознаки мовленнєвих маніпуляцій на прикладі передвиборчих дебатів між Д. Трампом і Г. Клінтон у 2016 році як яскравого прикладу застосування маніпулятивної комунікації. У статті вказано на такі маніпулятивні стратегії, як моральний та психологічний вплив, що може бути прихованим і сприяє ілюзії самостійного ухвалення рішень щодо своїх дій адресатом; поводження з об’єктами маніпуляції як із засобами досягнення власних цілей; бажання отримати схвалення. До помічених тактик лінгвістичної маніпуляції вони відносять аргументування, наведення прикладів, вживання точних даних, мовний контраст, протидія опоненту, сарказм, апелювання до емоцій, критика й дискредитація опонентів, безособове звинувачення [Holovatska, Leibych, 2021, с. 41–49].

Досліджуючи дискурс політичних дебатів у США, Ю. Крапива розглядає кілька ключових тактик, а саме: критика партнера, звинувачення партнера за номінацією свого опонента, відведення критики на адресу свого партнера, вихваляння свого партнера за номінацією, обіцянка, представлення ситуації в позитивному світлі [Крапива, 2025].

О. Семотюк і Н. Мараховська, розглядаючи інавгураційні промови українських та німецьких лідерів, аналізують три групи стратегій: семантико-психологічні (єдності; декларації нових політичних принципів; відповідальності; «світлого майбутнього»; «визнання проблеми»);

контекстуальні (декларація спільних цілей; стратегія офіційного дискурсу; вільної референції), міністратегії (стратегія переможця; боротьби з труднощами; спадкоємності влади; залучення до демократичних цінностей) [Семотюк, Мараховська, 2011, с. 134–137].

Оскільки в центрі політичної комунікації перебуває конфлікт інтересів, то особливої уваги потребує конфліктогенна стратегія, яку детально проаналізували Л. Овсієнко, А. Обіденко в аспекті, як саме політики використовують мову для дискредитації опонентів [Овсієнко, Обіденко, 2020, с. 35–45]. Стратегія дискредитації розглядається ними як свідомий підрив довіри, послаблення авторитету, створення негативного іміджу опонента. Автори виділяють конкретні прийоми реалізації такої тактики, такі як критика, поляризація, звинувачення, образа, іронізування, викриття.

Отже, вибір та поєднання стратегій і тактик мовленнєвого впливу на аудиторію зумовлюється типом дискурсу, метою комунікації. У політичному дискурсі вони орієнтовані на політичний успіх чи дискредитацію особистості.

Висновки до розділу 1

Політична промова є провідним жанром політичного дискурсу в його усній реалізації і належить до інформативно-переконувального типу текстів. Політична промова охоплює широкий спектр форм жанрової реалізації – від коротких заяв до великих програмних виступів, обсяг інформації в яких варіюється залежно від контексту (ритуальні, агональні, орієнтаційні) та мети оратора (інформаційні, оціночні, імперативні). Виділяють такі типи промов: передвиборча, парламентська, партійна, інавгураційна, вітальна, дипломатична. Це багатоаспектне явище не стільки підпорядковане транслюванню інформації, скільки є інструментом конструювання соціально-політичної реальності. До вербальних компонентів тексту промови належать засоби всіх рівнів – від лексичного до синтаксичного. Особливою є роль емоційно-оцінної, образної

лексики, а також різних стилістичних фігур (повтори, антитези, риторичні фігури тощо). Мовне оформлення значно посилюється просодичними та кінесичними засобами впливу. Мовленнєві стратегії й тактики зумовлені метою політичної комунікації – вплив, переконання, маніпуляція. Стратегії бувають різні: інформативні, сугестивні, маніпулятивні, конфліктогенні тощо. Вони реалізуються в конкретних тактиках, як-от: критика, звинувачення, дискредитація, висміювання опонента, вихваляння свого партнера, обіцянка, представлення ситуації в позитивному світлі та інші.

РОЗДІЛ 2
ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ ТА МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ В ПРОМОВАХ

Як зазначає С. Долинський: «Дуже важливим завданням під час складання промови є вдалий добір словесних засобів вираження думки з метою якомога яскравіше й влучніше подати аудиторії проблему, про яку йдеться в промові» [Долинський, 2021, с. 47]. Від цього загалом залежить і сам імідж оратора, і результат комунікації з аудиторією. Л. Нагорна пише про політичну мову як «насамперед інструмент, що використовується у боротьбі за статус і владу» [Нагорна, 2007, с. 72].

У цьому розділі ми детально зупинимося на всіх вербальних засобах переконання, використовуваних у мовленні політичного лідера під час публічної комунікації. Промова Дональда Трампа, яку ми досліджуємо, була виголошена 31 серпня 2024 року в Джонстауні, штат Пенсільванія, округ Камбрія, арена War Memorial [Trump, 2024]. Він виступив як лідер своєї партії і кандидат у президенти перед своїми політичними прихильниками, однодумцями й потенційними виборцями. За характером висловлення це передвиборча промова, у якій Дональд Трамп окреслює свою політичну програму: він багато говорить про енергетичні питання, посилення прикордонного контролю, боротьбу зі злочинністю, різко критикує Камалу Гарріс. Він називає свою суперницю радикальною та звинувачує в руйнуванні економіки та прикордонної безпеки. Трамп обіцяє своїм прихильникам відновити енергетичну незалежність США, запровадити масові депортації нелегальних мігрантів та скасувати податки на чайові й соціальні виплати. Особливий акцент зроблено на важливості Пенсільванії як ключового штату для перемоги на майбутніх виборах. Промова також охоплює теми захисту американських прапорів, підтримки родин загиблих військових та боротьби з кримінальними угрупованнями. Загалом цей виступ демонструє основні засади кампанії MAGA та прагнення республіканців повернути владу. За обсягом

інформації промова належить до середніх жанрів: вона тривала приблизно годину. Її транслював наживо телеканал Fox, на ютуб-каналі вона має близько пів мільйона переглядів. Відразу хочемо наголосити, що в цій промові, як і в інших, Трамп демонструє популістські стратегії, про що пише, зокрема, Б. Пімоненко на основі прагмалінгвістичного аналізу публічного мовлення Д. Трампа, що виявляється у «зверненні до колективної ідентичності та емоцій», використанні «бінарних опозицій, риторичних узагальнень», така популістська риторика «виконує маніпулятивну функцію, мобілізуючи електорат через спрощене зображення складних політичних реалій» [Пімоненко, 2025, с. 62].

2.1. Лексико-семантичні механізми впливу

У промові Д. Трампа можна виокремити кілька груп лексики, яку він використовує найчастіше для маніпулювання слухачами й переконання у своїй правоті.

Частотними є оцінні слова, які передають загальну позитивну чи негативну оцінку людей чи подій. Трамп активно звертається до емоційно-оцінної лексики та словосполучень, створюючи імідж людини-політика, не байдужої до явищ та подій в країні: «looked so bad»; «I think it’s a disgrace»; «was very amazing»; «We’re going to have a beautiful» та інші. Такі емоційні коментарі є виявом тактики емоційного переконання у своїй правоті.

Для характеристики своїх прихильників й самопрезентації себе як лідера він уживає позитивно забарвлену оцінну лексику. Він не шкодує конструкцій з високим позитивним емоційним зарядом: «proud hard-working American patriots», «greatest political movement», «warriors», «patriots», «great patriots». Наприклад: «And I'm thrilled to be back at this beautiful commonwealth with thousands of proud hard-working American patriots, that's what you are» [Trump, 2024]. Не випадково у його мовленні частим є слово *patriots* у зверненні до прихильників. Це створює відчуття обраності та причетності до великої місії,

формує групову ідентичність і змушує аудиторію відчувати себе справжніми патріотами, яких лідер захищає і захищатиме надалі. Трамп, до того ж, позиціонує себе захисником робітничого класу, тому часто вживає словосполучення «working people».

Слова пейоративної семантики Трамп, звісно, дуже щедро уживає для характеристики Камали Гарріс, своєї суперниці на виборах, та всіх її послідовників і прихильників, критики їхньої діяльності, наприклад для суперниці він обирає ідеологічно забарвлену лексику «comrade Kamala», «marxist», що знецінює її політичну діяльність, наприклад: «We're going to comrade Kamala Harris, did you see her? Did you see her last night? This year last night, I don't know. You think she's going to be able to handle? President? She had on? No, I don't think so China. North Korea. Russia. I don't know» [Trump, 2024]. Він уживає негативні характеристики, щоб створити враження її професійної неспроможності: описує її як «повну нікчему» («total lightweight») та людину, яка є «грубо некомпетентною» («grossly incompetent»); характеризує її як «байдужого політика» («uncaring politician»), якій «наплювати» («doesn't give a damn») на середній клас та американські сім'ї. Крім того, він називає її «огидною» («nasty») щодо поводження з Джо Байденом під час попередніх дебатів. Трамп створює образ руйнівниці: він називає її політику радикальним ліберальним порядком денним, що руйнує країну: «And we must stop her country destroying liberal agenda once, and for all we have to stop it» [Trump, 2024]. Використання цих оцінних конструкцій має на меті знецінити Камалу Гарріс в очах виборців, звинуватити в неефективності, представляючи її як загрозу національній безпеці та економічному добробуту США.

Не менш критичні вислови Трамп уживає щодо своїх опонентів і критиків: «incompetent», «stupid people», «lightweight», «this weak and pathetic administration», «the enemy of the people» (останній – про газету «Нью-Йорк Таймс», що, за словами Трампа, пише про нього брехню). Зневажливі прізвиська для опонентів певною мірою вносять саркастичний струмінь і є вираженням тактики «навішування ярликів»: «Crooked Joe» (Джо Байден),

«Sitting propped up on a desk with this guy, this… this tampon Tim, tampon» [Trump, 2024] (про губернатора Міннесоти Тіма Волза). Мета таких висловів – делегітимізувати політичних суперників, представити їх як чужих американським цінностям та професійно непридатних, що має викликати у виборців почуття зневаги та недовіри до чинної влади.

Трамп використовує лайливі вислови, зокрема «Like hell it is», щоб передати свою незгоду із судовим рішенням, що виправдовує спалення прапора як форму свободи. Лексика, пов'язана з кримінальною сферою, передає почуття небезпеки, що зумовлює необхідність політичної боротьби із негативними явищами суспільства: prisons, murderers, gangs, torture.

Цікавим є набуття в мовленні політика зневажливого конотативного відтінку значення слова *democrat*. Лідер республіканців усвідомлено вживає слово democrat (іменник), а не democratic (прикметник), яким нівелює позитивну оцінку в назві з'їзду: «That looked so bad at the democrat National. I always call it democrat – you know, they want it to be called Democratic. I said, then change your name. They don't change their name. Sounds worse, so I use it» [Trump, 2024]. Він пояснює далі, чим зумовлене таке ставлення. Слово *democrat* звучить менш привабливо та різкіше, тоді як слово democratic асоціюється з поняттям демократії загалом. Трамп тут прямо каже, що використовує цей варіант, бо він «звучить гірше» для його опонентів. Таке вживання цього слова цілком зрозуміле, адже в такий спосіб виявляється тактика знецінення політичних опонентів.

Щоб зруйнувати бар'єр між елітою і простим народом, використовує побутові слова й вислови: вигук «Wow» передає емоційність лідера, його захоплення, безпосередність реакцій. Помічаємо, що політик часто уживає експресивні слова з гіперболічним значенням. Одним із найулюбленіших слів Трампа, як можемо спостерігати, є *tremendous* (величезний, колосальний). Він використовує його у словосполученні «tremendous piece», щоб підкреслити масштабність і величність своєї діяльності. Гіпербола «The line goes back for miles» підкреслює ажіотаж навколо подій. Також він порівнює свої мітинги за

масштабністю з «Super Bowl». Стиль Трампа насичений словами в найвищому ступені порівняння: «But we're going to win back the White house. We're going to make this country greater than it's ever been» [Trump, 2024]; «From the moment we take back the White House from Kamala and crooked Joe we're going to have 4 of the greatest years in the history of our country is going to happen. We're going to get it done folks. Starting on day 1, I will seal the border and stop the migrant invasion into our country. We will carry out the largest deportation operation in American history. We have no chance» [Trump, 2024]; «With victory, this fall, we will enact this pro family agenda and we will bring back the American dream bigger better and stronger than ever before they never talk about the American dream» [Trump, 2024]. Мета такого слововжитку – створити враження грандіозності та безпрецедентності своїх дій і намірів, підкреслити власну ефективність і винятковість своїх обіцянок. У такий спосіб він позиціонує себе як агент порятунку, що є типовою стратегією популістської риторики [Тхір, 2025, с. 90]. У цілому його риторика спрямована на відновлення «американської мрії».

Отже, лексичні засоби промови становлять контраст за оцінною семантикою: позитивно забарвлені слова й вирази передають високі, схвальні оцінки своєї діяльності і своїх виборців, а негативно оцінні образливі, лайливі мовні одиниці використано для критики, звинувачення, знецінення опонентів.

2.2. Синтаксичний рівень: формування структури переконання

Т. ван Дейк слушно наголошує, що, «як і семантичні структури, синтаксис дозволяє робити певні слова чи фрази більш або менш помітними», тобто побудова речень, усього тексту промови теж служить «політичним інтересам мовця» [Dijk, 1998, с. 33].

Синтаксис промови Дональда Трампа характеризується спрощеністю, орієнтацією на усне сприйняття. Такі речення добре сприймаються в галасливій атмосфері мітингу. Для неї характерними є короткі речення, зокрема, ми

спостерігаємо їх на початку промови, як-от: «I love this place. I love it. We've had great luck here. So just to everybody» [Trump, 2024]. Такі конструкції загалом властиві розмовному мовленню. Так політик створює відчуття невимушеної розмови з присутніми. Для емоційного зв'язку він вплітає речення питальної модальності, речення-звертання, що є елементом діалогізації промови і постійному зв'язку з аудиторією: «Hello Pennsylvania! How are we doing today?» [Trump, 2024]. Такі речення створюють динамічний темп, роблять меседжі Трампа максимально зрозумілими для кожного слухача та не дають аудиторії занудьгувати. Трамп часто використовує незавершені речення або виокремлює окремі слова в самостійні смислові блоки. Наприклад: «Listen to this. 67 days. Wow! 67 days from now. We're going to win Pennsylvania» [Trump, 2024]; «I think it's a disgrace. And they said it's unconstitutional to stop it. Like hell it is! Okay? Like, it's not unconstitutional» [Trump, 2024]; «Hell out of here. Just the beginning. Wait till you see what happens. When you see what they're doing… Unbelievable» [Trump, 2024]. Ці рубані фрази створюють підсилену емоційність: політик акцентує на важливих для донесення до аудиторії меседжах, ніби виокремлює при цьому кожну фразу, робить її легкою для скандування.

Окремо варто сказати, що текст промови не справляє враження прописаної наперед, із чіткою синтаксичною побудовою. Трамп сам описує свою манеру виступу як «плетіння»(«the weave»): це потік свідомості, здатність говорити про безліч різних речей одночасно, а потім об'єднувати їх в одне ціле – факти, оцінки, наміри. Цей метод дозволяє йому утримувати увагу аудиторії протягом тривалого часу, демонструючи свою витривалість та контроль над ситуацією, а головне, що цей стиль є реалізацією стратегії навіювання через вдалу імпровізацію. Наприклад, у частині, де він згадує зустріч на цвинтарі з родинами загиблих в Афганістані військових, він починає з емоційної теми – запрошення від родин загиблих військових (Gold Star families) відвідати Арлінгтонський національний цвинтар. Далі він миттєво переходить до критики Джо Байдена та Камали Гарріс, називаючи їх «некомпетентними», та згадує, що жодного генерала не було звільнено після трагедії («And honestly, the

incompetence killed their children. The incompetence – gross» [Trump, 2024]). Потім він згадує про 85 мільярдів доларів вартості військового обладнання, залишеного в Афганістані. Трамп вплітає історію про свою розмову з лідером «Талібану», про авіабазу «Баграм». Після всіх цих відхилень він повертається до розповіді про саму зустріч, емоційно описуючи, як він провів з родинами 4 години, слухаючи музику Елвіса Преслі та Елтона Джона, і як вони разом дивилися на небо («I wasn't doing it for… I don't need publicity. I get a lot of publicity. I would like to get a lot less publicity» [Trump, 2024]). Наприкінці всі ці нитки (несправедливість, некомпетентність влади, особиста емпатія Трампа) зливаються в один висновок: країна перебуває в занепаді, і тільки він може це виправити.

Отже, синтаксис промови підпорядковано імпровізації, підкреслено розмовному стилю, що створює особливу емоційно-довірливу атмосферу і сприяє реалізації тактик переконання і впливу.

2.3. Риторичні прийоми

У промові Трампа в Джонстауні повтори є одним із найпотужніших інструментів риторичного впливу.

Найбільш помітним у цій промові прийом – повтори ключового слова чи ключової фрази. Трамп використовує повтор оцінних прикметників, наприклад: «And coming in, I heard some of the most beautiful speeches. I heard just beautiful, beautiful speeches» [Trump, 2024] – з метою встановлення емоційного зв'язку з аудиторією. Йому необхідно створити позитивну атмосферу зустрічі.

Політик використовує повтори, щоб заповнити паузи або зреагувати на події в залі, що дозволяє йому зберігати домінування на сцені навіть під час непередбачуваних моментів: «We are beautiful. That's beautiful. That's all right, that's okay. Now he's done our side. We get a little itchy David, don't we?» [Trump, 2024]. Трамп помічає когось, хто підняв банер, і заспокоює охорону та медіа,

зазначаючи, що ця людина «на нашому боці». Також частотні повтори окремих фраз для посилення експресії, емоційності: «I had the greatest life. I could go to the most beautiful places, look at the most beautiful oceans in the world. Instead, here we are, and I'm happy as hell to be with you because I like it much better. I like this much better. I like it much better. You know why? Because we're doing something. We're saving our country. I wouldn't do it just because I like it. We're saving our country. Our country needs saving» [Trump, 2024]. А тричі проговорене речення «I like it much better» покликане надати ще більшої переконливості в щирості намірів промовця. Тут маємо ще два повтори: прикметника *beautiful* (про своє безтурботне, прекрасне життя, яке політик свідомо лишає для порятунку країни), що творить емоційний контраст з повтором останньої фрази про країну в небезпеці.

Водночас постійні повтори головних обіцянок: «drill, baby, drill», «make America great again» або «no tax on tips» – роблять його політичну промову максимально простою та такою, що легко карбується в пам'яті слухачів. Д. Трамп неодноразово використовує фігури повтору, щоб підсилити звинувачення на адресу суперників, акцентувати на негативних характеристиках опонентів: «That's the only thing they're good at going after. They don't go after criminals. They don't go after people that kill people. They don't go after drug dealers that kill on average 500 people during their lifetime» [Trump, 2024]. Наприклад, він кілька разів поспіль використовує фразу «They don't go after...», перераховуючи злочинців, убивць та наркодилерів, щоб підкреслити несправедливість юридичної системи, яка натомість зосереджена на ньому. Також він використовує повтор «She destroyed...», щоб покласти на Камалу Гарріс провину за занепад Сан-Франциско та Каліфорнії.

Досить часто Трамп використовує анафоричні повтори і паралельні синтаксичні конструкції, наприклад: «They never talk about the American dream. They never mention it. They don't talk about the American flag» [Trump, 2024], щоб посилити враження від передаваної думки. У цьому фрагменті Дональд Трамп протиставляє свою позицію опонентам-демократам, стверджуючи, ніби вони

ігнорують традиційні символи та цінності США. Повтор займенника *They* і заперечення *never* спрямований на створення чіткого емоційного та ідеологічного контрасту між Трампом і його політичними опонентами. Найбільш яскраво анафора проявляється у фіналі. Наприкінці промови сильний ефект має анафоричний повтор ключової фрази із варіюванням оцінних прикметників, що чітко підсумовують виступ з акцентом на цінності: «We will make America powerful again. We will make America wealthy again. We will make America proud again. We will make America safe again. We will make America free again. And we will make America great again!» [Trump, 2024]. Трамп послідовно стверджує, що вони всі разом зроблять країну могутньою, багатою, гордою, безпечною, вільною та великою. Він завершує виступ на високій емоційній ноті, фіксуючи в пам'яті слухачів ключові обіцянки. Ця фраза звучить як заклик і створює ефект кульмінації.

У самопрезентації Трамп використовує гіперболи: «I closed the biggest deal they've ever done» [Trump, 2024]; «I cut more regulations than any president in history by far, and I gave you the largest tax cuts of any president in history by far» [Trump, 2024]; «With victory this fall, we will enact this pro-family agenda and we will bring back the American dream bigger, better, and stronger than ever before» [Trump, 2024]. Так він возвеличує свої рішення й обіцянки, показує масштабність наслідків спільних дій для країни. Інші гіперболи покликані масштабувати катастрофічність – в його оцінці – наслідків правління опонентки, зокрема щодо мігрантів: «She will let in the next 15 million people and if they want in 4years, we will have had over a hundred million people from all over the world enter our country and many of them like wise will be from prisons mental institutions gang members criminals» [Trump, 2024]; загалом створення враження, що вона остаточно зруйнує країну: «It's desperately trying to hide Kamala's failures. And extremism from the public, they don't want the people to know how unfit she is to serve. She's unfit to serve she everything she touches» [Trump, 2024].

Трамп використовує прийом іронії й сарказму, вдається до висміювання опонентів. Так, він згадує розгубленість Байдена після виступу: «Couldn't find

the stairs off» [Trump, 2024]. Дональд Трамп часто використовує цей образ у своїх промовах, щоб поглузувати з Джо Байдена. Він стверджує, що Байден часто виглядав розгубленим після завершення виступів, не розуміючи, у який бік йому йти, щоб залишити трибуну чи сцену. Також Трамп згадує, що у виданні «The Washington Post» є рейтинг «Fact Checker», за яким рівень брехні оцінюють кількістю Піноккіо. Трамп висміює неодноразово свою опонентку, зокрема, критикуючи її перше велике інтерв'ю на телебаченні: «What is Kamala? Who's a total lightweight? Did you see her on television last night? This is going to be the president. It's going to be the president of our country. I don't think so. Sitting propped up on a desk with this guy, this… this tampon Tim, tampon. And that's the first interview she's done in – like nobody's ever seen anything like it. And if you're too weak to do a one-on-one interview with a person that was so soft, you know?» [Trump, 2024]. Він вдається до тактики знецінення вже з перших питань, зображує Камалу Гарріс карикатурно, використовує образливі фрази для неї і представника її команди, і це для того, щоб категорично заявити, що вона не може бути президенткою. Окремо слід сказати про реалізацію антитези «ми / вони» в аналізованій промові. Трамп активно послуговується силою цих займенників – «парадигмальною парою, що позначає політичну поляризацію: МИ проти НИХ» [Dijk, 1998, с. 33]. Як зазначає Т. ван Дейк, упереджене використання політичного множинного «ми» (або присвійного «наш») має багато підтекстів щодо політичної позиції мовця [Dijk, 1998, с. 33]. Спочатку ми – це присутні на мітингу, з якими ототожнює політик і себе, апелюючи до емоцій: «We're going to have a lot of fun, and I recognize you. How are you?». Потім він згадує минуле, говорячи про тривалу єдність: «But no, it's amazing. What uh, what we built all together and started 8 years ago. Maybe a little before that, who knows? Probably started 40 years ago, in our soul but it started 8 years ago, maybe a little before that, who knows, probably started 40 years ago in our soul, but it started 8 years ago and more importantly have thought anything like this could have happened and it represents a tremendous piece of the Republican party and more importantly, it represents a tremendous piece of this country, tremendous piece a lot

more than 50%. Therefore, we have to get out and vote» [Trump, 2024]. Цей фрагмент промови Дональда Трампа відображає його бачення MAGA не просто як передвиборчої кампанії, а як найвеличнішого і наймасовішого політичного руху в історії країни. Трамп зазначає, що офіційно рух розпочався 8 років тому, з першої президентської кампанії 2016 року, але на ідеологічному рівні він існував набагато довше, при цьому він використовує маніпулятивну тактику апелювання до емоційної пам'яті («можливо, 40 років тому в нашій душі»). Це апелює до відчуття тривалого очікування змін серед його прихильників. Трамп використовує це, щоб підкреслити легітимність своїх дій та згуртованість народу проти «корумпованого уряду». Він стверджує, що цей рух став «величезною частиною» не лише Республіканської партії, а й усієї країни, представляючи, за його оцінкою, набагато більше ніж 50% населення.

Отже, для Трампа *ми* в цій промові – це передусім його виборці, республіканці, але водночас він поширює значення цього займенника до «ми – американські громадяни». Сама структура цієї цитати, з численними повторами, уточненнями та поверненнями до однієї думки, є прикладом того, що Трамп називає «плетінням». Він навмисно використовує такі повтори («8 років тому», «40 років тому»), щоб зафіксувати думку в свідомості аудиторії та створити емоційний ритм виступу, а наприкінці говорить ключову думку, що ви повинні прийти і проголосувати, що є реалізацією сугестивної стратегії.

Таке ж поширення значення займенника «ми» спостерігаємо і в іншому фрагменті: «We're joining forces to defeat government corruption, restore free speech, and make America healthy again. We're going to make America healthy again. You know, we're a nation that is not doing well in a lot of ways, and we're not doing so well with health, but we're going to solve a lot of those problems, I think, over the next short period of time. A lot of it is common sense. It's all common sense when you get right down to it» [Trump, 2024]. Політик використовує синтаксичний паралелізм, чітко конструюючи меседжі-обіцянки. Використання займенника «we» в наведеному контексті є ключовим риторичним прийомом, який Дональд Трамп застосовує для створення інклюзивної коаліції та

мобілізації аудиторії навколо спільних цілей. У такий спосіб виявляється стратегія формування широкої політичної коаліції: у цій частині промови Трамп використовує «ми», щоб підкреслити об'єднання зусиль з колишніми демократами, зокрема Тулсі Габбард та Робертом Ф. Кеннеді молодшим: «This past week, I was on it to receive 2 endorsements, former democrats for president. Tulsi Gabbard and Robert F Kennedy Jr. and they're both great people. They were democrats as you probably know and they uh, felt very strongly about the endorsement and I feel very happy to get it. every day. We are welcoming more Republicans Independents traditional democrats and old-fashioned liberals, you know, they don't use that term anymore. They use progressive, we don't use that term. We like liberal better. Progressive sound so good. that it sounds Progressive, they're not progressive. They're the opposite. Together» [Trump, 2024]. Іронія виникає в результаті мовної гри зі словом «progressive». Трамп іронічно натякає, що політика його опонентів насправді не приводить до розвитку. Але «ми» в такому контексті виходить за межі Республіканської партії та охоплює незалежних виборців, «традиційних демократів» і навіть «старомодних лібералів». Фраза «ми об'єднуємо зусилля» («joining forces») ніби легітимізує його рух як загальнонаціональну силу. Звернемо увагу в контексті вживання фраз із узагальненим «ми» на апеляцію до «здорового глузду» («common sense»), що є сильним маніпулятивним прийомом: дії, які він пропонує, підкреслюють прагнення виборців зі «здоровим глуздом». Використовуючи «ми», він ототожнює себе з пересічними американцями, робітниками, стверджуючи, що їхні спільні цілі є очевидними та зрозумілими для кожного. Це створює враження, що запропоновані рішення (наприклад, очищення їжі від токсичних хімікатів) є не просто політичною програмою, а спільною волею народу, місією. Він наголошує, що ця діяльність є «порятунок нашої країни». Таким чином, «ми» стає символом патріотичного обов'язку, де кожен слухач відчуває себе частиною «найвеличнішого політичного руху в історії».

Використання «ми» автоматично створює контраст із «ними» (опонентами). У той час як «ми» (Трамп і його союзники) говоримо про американську мрію та

здоров’я нації, «вони» (адміністрація Байдена–Гарріс) «ніколи не згадують про американську мрію» та «руйнують країну»: «But we're going to win back the White house. We're going to make this country greater than it's ever been. And everyone here. Political. Movement in the history of our country. You know that make America» [Trump, 2024]. Це посилює групову ідентичність аудиторії як «американських патріотів», які протистоять «їм», тобто непрофесійному і некомпетентному чинному керівництву країни. Отже, «ми» у Трампа – це інструмент перетворення політичної кампанії на спільну справу, де лідер і народ об’єднані спільними цінностями та ворогом.

Промова рясніє риторичними питаннями з такою метою: для емоційних реакцій: «I’ve never seen banners so beautiful, right?» [Trump, 2024], «Is there anywhere that’s more fun to be than a Trump rally? All right, there’s nowhere» [Trump, 2024]; для переконливості своїх намірів: «But we’re going to get toxic chemicals out of our environment and we’re going to get them out of our food supply. We’re going to get them out of our bodies. We’ll get them out of our body, right? Right» [Trump, 2024]; для знецінення опонентів: «Did you see her? Did you see her last night? This year last night, I don't know. You think she's going to be able to handle? president? She had on? No, I don't think so China ,North Korea, Russia? I don't know» [Trump, 2024]; для створення атмосфери недовіри й обурення владою: «She wants men to play in women’s sports because she chose Tampon Tim as a running mate, who believes the state – not mothers and fathers – should have the final say on sex-change operations for their children. Can you believe it?» [Trump, 2024]; «She refused to prosecute pedophiles who molested your children when she was DA and AG in California – two places she absolutely destroyed. Does this sound like someone who cares about children?» [Trump, 2024].

Отже, в арсеналі Трампа серед риторичних прийомів переважають повтори, анафоричні повтори, антитеза «ми / вони», риторичні питання, іронія, сарказм, гіпербола.

Висновки до розділу 2

Здійснений аналіз мовних засобів промови Дональда Трампа в Джонстауні дозволяє зробити висновки про його специфічну комунікативну стратегію, де лексика, синтаксис та риторичні прийоми підпорядковані гуртуванню прихильників через сильне емоційне залучення та створення чіткого протиставлення «ми проти них».

На рівні лексико-семантичних засобів в аналізованій промові домінує оцінна лексика як інструмент для ідентифікації «своїх» і «чужих»: позитивно забарвлена – для «своїх», негативно оцінна, лайлива – для опонентів.

Слова-ярлики, пейоративи на адресу Камали Гарріс, Джо Байдена та інших опонентів підпорядковані функції висміювання опонентів, позбавлення їх політичного авторитету.

На рівні синтаксису відзначаємо таку побудову мовлення, яке спрямоване на сприйняття великим натовпом. Це розмовний синтаксис: короткі прості речення, речення-вигуки, питальні речення – задля діалогу з аудиторією, творення відчуття невимушеної розмови, довірливої атмосфери. Особливим є стиль «плетіння» – поєднання багатьох тем в одну, що на змістовому рівні створює відчуття хаосу, а в кінці підпорядковується певній тезі, і як наслідок – реалізує сугестивну функцію впливу.

На рівні риторики найбільш використовуваний прийом повтору у різних варіантах: анафора, повтор ключових слів і гасел, повтори з паралелізмом. Це ритмізує промову, акцентує на ключових елементах критики уряду, створює емоційні кульмінації та полегшує запам’ятовування обіцянок.

Риторичні питання й оклики залучають аудиторії до «діалогу», створюють ілюзію спільного пошуку шляху та підтвердження його думок через реакцію натовпу.

Отже, емоційність та експресивність поєднується з синтаксичною простотою та риторикою єднання зі «своїми» патріотами. Це дозволяє Трампу

транслювати складні політичні ідеї як прості рішення, засновані на «здоровому глузді».

РОЗДІЛ 3
НЕВЕРБАЛЬНИЙ ТА СИНЕРГЕТИЧНИЙ АСПЕКТИ ВПЛИВУ

Невербальна поведінка є невід'ємною складовою політичної комунікації і часто відіграє навіть важливішу роль, ніж вербальні засоби. Адже саме через невербальні сигнали політик передає свої емоції, переконання та наміри, що допомагає встановити більш тісний зв'язок із аудиторією.

3.1. Паралінгвальні засоби та їхня роль у формуванні образу промовця

Як зазначає М. Тхір, аналізуючи інавгураційну промову Д. Трампа 2025 року, елементи перформансу «мають вирішальне значення: інтонаційні підвищення, паузи перед ключовими тезами, жестикуляція та прямий зоровий контакт підсилюють вагу фрази і створюють враження рішучості й присутності» [Тхір, 2025, с. 90]. Ці ж особливості спостерігаємо на мітингу в Пенсільванії. Відзначаємо розмовні інтонації у спілкуванні з прихильниками для створення ефекту близькості, невимушеності, дружньої атмосфери. Але Трамп артистично застосовує інтонаційне моделювання голосу, він майстерно змінює тональність голосу залежно від об'єкта обговорення. Коли він говорить про опонентів, його тон стає саркастичним та глузливим (наприклад, прізвиська «товаришка Камала» або «тампон Тім»). Натомість при згадці про загиблих військових або зустрічі з їхніми родинами його голос стає тихішим та серйознішим, створюючи атмосферу інтимності, важливості, піднесеності моменту. Також він використовує слоган MAGA і, вимовляючи його, різко піднімає інтонацію й разом з тим рухає вгору плечима, що теж посилює емоцію і пришвидшує вимову, посилюючи експресію.

Темп мовлення в нього спокійний, рівний, подекуди монотонний, з низхідною тональністю. Спостерігаємо підвищення голосу, коли він різко критикує опонентку, наприклад окличні речення в такому контексті: «This

November we are going to tell Harris that we've had enough, that we can't take it anymore! You've done a terrible job, Kamala! You're fired! Get out, get out! Thank you very much» [Trump, 2024].

Політик часто використовує паузи з різною метою. Особливі паузи Трамп робить перед гаслами про повернення величі Америці, відродження американської мрії. Після цього він дає час, аби виборці зреагували аплодисментами, криками і скандуванням.

Великою є вага емфази: так, вже з перших фраз для заграванння з електоратом, після називання їх патріотами, робить паузу і проникливо дивиться на трибуни. Прагматичні зупинки він робить, коли різко говорить про Камалу Гарріс, її діяльність. Так невербально посилюється тактика знецінення.

В емоційно піднесених частинах він робить логічні наголоси на кожному слові і підкріплює їх відповідним жестом – різким рухом згори вниз, ніби рубає фразу. Загалом Трамп робить особливі логічні наголоси на оцінних маркерах, що стосуються критики чи похвали (як у частині про «старомодних» демократів). Він акцентує увагу на важливих для виборців фразах, виділяючи їх голосом: «too big to rig», «common sense», «drill, baby, drill». Ці короткі, енергійні фрази легко запам'ятовуються та відтворюються аудиторією. Політик дає змогу поскандувати публіці, відчути виборцям його значущість, бо сам як лідер сумнівається у спроможності конкурентки, щоб і його прихильники так само засумнівалися в ній.

Пауза потрібна, щоб люди могли виявити свої емоції і своє схвалення та захоплення кандидатом (у цей час вони скандують, наприклад «USA», або емоційно вигукують схвалення чи несхвалення відповідно до слів лідера).

Отже, Трамп робить паузи, щоб взаємодіяти з людьми, реагувати на банери або скандування, що підкреслює його зв'язок із звичайними американцями. Загалом просодія спрямована на те, щоб перетворити політичний виступ на емоційну подію, де форма вираження – ритм, тембр та впевненість – важить так само багато, як і сам зміст слів.

3.2. Кінесичні засоби

Аналіз відеотрансляції дає змогу оцінити кінесичні засоби впливу промовця на аудиторію.

Міміка й жести виконують важливу роль у невербальній поведінці політика. Трамп використовує акторські прийоми: уже під час виходу він постійно усміхається до публіки, посилає усмішку конкретній людині з натовпу, що є прийомом зближення з аудиторією. Він ніби намагається зазирнути в очі кожному присутньому, заграючи з публікою. Окрім того, він тисне руки людям із натовпу, робить жести вбік конкретної людини. Коли звучить пісня, він виразно артикулює слова пісні, рухається під музику, роззирається на всі боку, щоб показати свою увагу до всієї публіки і ніби побачити всіх і кожного. Він активно використовує жести, щоб підняти людей зі своїх місць, просячи їх встати для визнання, тобто своїми жестами керує діями присутніх. Вираз обличчя допомагає підсилити значення сказаного, показати щирість або, навпаки, скептицизм. Особливо значущими є такі емоції, як усмішка, серйозність, здивування або гнів – кожна з них здатна вплинути на сприйняття промови аудиторією. Особлива саркастична, крива посмішка з’являється на обличчі політика, коли він говорить критичні фрази на адресу опонентів.

Хода й постава впевненості. Політик виходить до аудиторії без поспіху, упевнено, з рівною поставою. Трамп тримається рівно, ніколи голови не опускає, чим демонструє присутнім свою впевненість як оратора і політика, образ лідера, який знає, що робить. Лише з останніми акордами пісні Трамп рішуче підходить до мікрофона й упевненим жестом підлаштовує його під себе.

Постійна взаємодія з аудиторією. Ідучи на сцену, він постійно звертається до людей із натовпу, спілкується з ними, використовує рукостискання, взаємодіє з аудиторією з усмішкою, що все разом спрямоване на завоювання симпатії ще до початку виступу, встановлення контакту з публікою. Д. Трамп не залишається статичним, він повертається, щоб відповідати на запитання прихильників, які стоять позаду або збоку від нього, що робить його виступ

динамічним, схожим на шоу. Трамп не просто виголошує промову, він продовжує активно взаємодіяти з натовпом – звертається до конкретних груп, наприклад, «Front Row Joes» або жінок з Північної Кароліни: «Speaking of them – North Carolina, these women – this is number 227 rally. And they've been to some other than rallies – 21. They're wealthy as hell. Look at them. They've got nothing but cash. Their husbands are great. But they allow them to go all over the country. They follow me all over the country» [Trump, 2024]. Трамп дивиться на всіх людей, повертається на різні боки, щоб відповідати на конкретні запитання з натовпу. Він запрошує людей на сцену, що створює відчуття безпосередньої участі в дійстві, наприклад: «And then we have Mr. Wall. Irving Wall, would you please stand up? Irving Wall. He is a great guy, and he was there for Butler too, wasn't he? He was there. I saw him there. But he's been to many shows. How many shows have you been to? He's lost track» [Trump, 2024]. Взаємодія й артистизм виявляється і в такому фрагменті, де він робить жест вдивляння в далечінь, щоб побачити «7 процентів» тих, хто йому не подобається», тобто не підтримує їхню програму. Кінесика промов Д. Трампа спрямована на домінування (охоплення поглядом усієї арени), інклюзивності (персональні жести до прихильників) та сарказму (мімічна підтримка атак на ворогів). Це створює атмосферу шоу, де невербальні сигнали підтверджують його слова та виявляють лідерську силу.

3.3. Синергетичний ефект: взаємодія вербальних і невербальних засобів

У цьому підрозділі зосередимося на поєднанні різних кодів комунікації під час промови. Показово, що Трамп у промові називає свій виступ на мітингу «шоу», підкреслюючи його видовищність та масштабність. Привертає увагу ритуал виходу під музичний супровід для створення атмосфери очікування. На відео видно, і це коментує журналістка, що аудиторія чекає на появу Трампа. Його поява дуже артистична, це, як каже коментаторка, «екшн». Політик

виходить під бадьору, приємну музику, на сцені він взаємодіє з нею, підспівуючи іноді та злегка пританцьовуючи, ніби синхронізуючись із натовпом, також він робить ствердний жест впевненості правою рукою в ритм музики. І головне – дає пісні прозвучати до кінця, що допомагає посилити напругу в натовпі перед очікуванням виступу. Це схоже на те, як готуються до виходу перед публікою музиканти, щоб створити емоційну атмосферу. У своїй промові він не випадково згадує зустріч із батьками загиблих воїнів: «And we were looking at the sky – beautiful place – and we're listening to Elvis and we're listening to Elton John, we're listening to everybody. And I said, "Look, your son is looking down at you," and the whole thing was beautiful. And you get to know them. They didn't think I'd see them, but at most I would spend 15 minutes, and I ended up spending many hours. So I got to know them» [Trump, 2024]. Інструмент глибокого особистого спілкування: Трамп згадує, що слухав музику Елвіса Преслі, Елтона Джона під час кількагодинної зустрічі з родинами загиблих військових (Gold Star families). Замість формальних 15 хвилин, музика допомогла йому провести з ними цілий вечір, слухаючи їхні історії та знайомлячись ближче. Вибір музики має особливе значення для формування емоційного зв'язку та створення інтимної, «прекрасної» атмосфери під час спілкування Дональда Трампа з його прихильниками. У цілому ця згадка про зустріч із родичами загиблих на цвинтарі і розлога розповідь про неї теж є потужним маніпулятивним засобом апеляції до емоцій аудиторії, синхронізації, зміцнення його зв'язку з найбільш відданими прихильниками через спільні емоційні переживання. Лідер постає втіленням людяності і справедливості, тоді як його опоненти причиною трагедії цих людей.

Візуальна атрибутика та символіка. Тут варто акцентувати, що зовнішній вигляд промовця дуже важливий. Д. Трамп одягнений у діловий синій костюм, білу сорочку, акцентним у його образі є яскравий червоний галстук, що привертає увагу, водночас ці кольори відсилають символічно до американського прапора. Натовп прихильників демонструє символічні предмети – таблички та фірмові кепки. Таблички теж синього і червоного

кольору з білим написом: прізвища Трампа і його соратника Венса, а також «Fight! Fight! Fight!» – це слова, які він вигукував після замаху в Пенсільванії і які стали символом його сили. Також можна говорити, що вони реалізують сугестивну стратегію, показуючи Трампа прихильникам як борця. Ці засоби слугують засобом демонстрування прихильності, лояльності до свого кандидата, єдності із його політичною програмою та готовності до активних дій на виборах. А їх велика кількість, яку видно в кадрі, створює відчуття тотальної підтримки. Також привертає увагу, що багато людей у будівельних касках. Це не випадково, адже таким чином символічно візуалізовано ключові теми промови – енергетика та економіка: «But you can see several people showing up a lot in construction hats, as well as he's getting ready to address. Energy and a lot of things that have to do with the economy as well» [Trump, 2024]. Це створює переконливий візуальний фон для його заяв про намір зробити Америку «домінуючим виробником енергії у світі»: «We will make America the dominant energy producer in the world, by far. I already brought it to number 1. We were energy independent. 4 years ago look what happened. We're energy. We're going to be energy dominant very soon» [Trump, 2024]. Люди в касках – це також представлення робітників нафтогазової галузі, енергетики, тобто потенційного електорату. Щодо Пенсільванії Трамп акцентує увагу на важливості видобутку сланцевого газу: «We would have to cover 2/3 of America with solar panels to create to power this great country of ours. We have the Marcellus Shale, right below our feet, and West Virginia, Ohio, Pennsylvania, and New York…» [Trump, 2024].

Отже, каски стають символом робітничого класу і підкреслюють образ Трампа як захисника «працюючих людей Америки» («working people of America»). З іншого боку, каски є інструментом політичного контрасту: Трамп використовує цей образ, щоб протиставити свою політику діям опонентів, які, за його словами, хочуть знищити економіку штату, заборонивши фрекінг. Таким чином, прихильники в касках слугують живим підтвердженням його слів про підтримку промисловості та робітничих професій, що є критично важливим для залучення виборців у таких штатах, як Пенсільванія.

Висновки до розділу 3

Як засвідчив аналіз просодичних засобів у промові Д. Трампа на мітингу в Пенсільванії, політик по-акторськи застосовує такі прийоми впливу на аудиторію, як особливе емоційне інтонування й ритмізування. Розмовні інтонації створюють ефект близькості, невимушеності атмосфери, піднесено-емоційну тональність мають частини промови, у яких згадується про трагічні події, тон глузування з'являється для різкої критики опонентів.

Темп мовлення Д. Трампа в цій промові спокійний, рівний, з низхідною тональністю. Політик уміло застосовує паузи, особливо для виділення фраз про повернення величі Америці й відродження американської мрії. Емфатичні паузи слугують загравання з аудиторією, при цьому промовець тримає постійний зоровий контакт з трибунами. Паузи йому потрібні, щоб трибуни виявили схвалення слів свого кандидата. Дональд Трамп робить особливі прагматичні зупинки під час критики опонентів, використовує логічні наголоси на оцінних висловах, що стосуються критики їх дій. Також модуляціями голосу він акцентує на важливих для виборців фразах, які потім скандують прихильники. Кінесичні засоби також спрямовані на те, щоб створити масштабне політичне шоу.

Мімікою й жестами політик увиразнює вербальні меседжі: усмішка, потиск руки, жести привітання до прихильників, зоровий контакт з ними; крива посмішка під час особливо гострих фраз на адресу політичних опонентів, емоція гніву на обличчі – під час критики діяльності Камали Гарріс і її команди. Трамп тримається рівно, не опускає голови, чим демонструє присутнім свою впевненість як оратора і політика, образ лідера, який знає, що робить. Загалом кінесика промов Д. Трампа спрямована на його виявлення лідерської сили.

Синергетичний ефект справляє ритуал виходу під музичний супровід для створення атмосфери очікування, посилення емоційної напруги. Підтримує атмосферу шоу і спільного дійства демонстрування його прихильниками партійної і передвиборчої символіки: таблички, де написані прізвища Трампа,

Венса, гасла, фірмові кепки, а також будівельні каски, що візуалізують ключові теми промови: енергетика, економіка, підтримка видобутку сланцевого газу, захист «working people of America».

ВИСНОВКИ

У ході дослідження політична промова визначена як ключовий жанр персуазивного дискурсу, де вербальні знаки забезпечують змістове кодування політичної програми, а невербальні – виступають потужними емоційними підсилювачами. Сучасна промова (зокрема аналізований виступ Д. Трампа від 31 серпня 2024 року) постає не просто як монолог, а як інтерактивна подія, шоу та перформанс, де обидва типи знаків мовлення створюють єдність у силі маніпулятивного впливу.

Вербальні знаки слугують у цілому для кодування політичної програми та ідентифікації «своїх» / «чужих». Невербальні компоненти поряд із ними виступають потужними емоційними підсилювачами, що готують аудиторію до сприйняття меседжу та сприяють формуванню прихильності до лідера, віри в його слова, упевненості в його лідерській позиції.

Аналіз дав змогу виділити переважання певних вербальних засобів у промові на лексико-семантичному (емоційні слова й вислови, висока лексика, прізвиська й лайливі слова, пейоративна лексика), синтаксичному (короткі речення, розмовність фраз, речення-вигуки, звертання) та риторичному (анафора, повтор ключових слів і гасел, гіпербола, іронія, сарказм, антитеза «ми – вони», риторичні питання й оклики) рівнях.

У промові спостерігається тісна кореляція лінгвальних і позалінгвальних компонентів. Просодичні засоби (спокійний, рівний, з низхідною тональністю темп мовлення, особливі паузи для виділення фраз про велич Америки, емоційна емфаза, прагматичні зупинки на критичних висловах), кінесичні засоби (виразні модуляції голосу й темпоритму, артистичні жестикуляція й міміка) спрямовані на демонстрацію лідерської сили і на те, щоб створити масштабне політичне шоу.

На прикладі виступу в Джонстауні було встановлено, що вербальні та невербальні знаки виконують низку функцій: дискредитації і делігітимізації

(словесні атаки та саркастичний тон спрямовані на те, щоб представити Камалу Гарріс як слабку, непрофесійну кандидатку, яка насправді не підтримує спільні американські цінності, шкодить іміджу країни; мобілізації виборців (наприклад, заклики Трампа «Fight! Fight! Fight!», «Too big to rig» стимулюють аудиторію до активної поведінки); об'єднання навколо лідера для політичної боротьби за «американську мрію» (використання займенника «ми», апеляція до «здорового глузду» («common sense») тощо).

Національно-культурні маркери простежуємо в тексті: політик уміло маніпулює апеляцією до концепту «американської мрії», образом величі Америки, патріотичними настроями виборців, привернення уваги до національної історії (згадка про тисячі загиблих військових під час афганської кампанії) для гуртування навколо спільних цінностей; згадкою про американських лідерів-демократів, які висловили йому підтримку, для підтвердження правильності своєї програми. На рівні невербаліки відзначаємо домінування кольорів американського прапора, написи на банерах («MAGA», прізвища лідерів-республіканців), робітничі каски, що, крім сугестивного ефекту, все разом слугує ідеї згуртованості навколо ідеї «здорового глузду» й повернення величі Америці.

Гендерний аспект вбачаємо в тому, що Трамп апелює до маскулінних стереотипів: позиціонує себе як сильний лідер, робить відповідні владні жести. Також він виділяє особливу групу підтримки – «жінок з Північної Кароліни», постійно до них звертаючись під час виступу і підкреслюючи їхню прихильність, відданість лідерові та патріотизм. Водночас він використовує згрубілу оцінну лексику, висловлюючи критичні зауваження щодо державницької спроможності його опонентки Камали Гарріс, використовує гендерно забарвлене прізвисько («tampon Tim»), щоб висміяти політику демократів щодо трансгендерності та прав жінок, представляючи це як «безумство».

Відзначаємо значну вагу кінесичних засобів, а саме аудіальних і візуально-символічних: синхронізація емоцій через музичний супровід (пісня стихає саме

тоді, коли Трамп починає говорити перші вітальні фрази, що концентрує увагу на ораторі); метод «плетіння» («the weave»): політик поєднує інформацію про кілька фактів, що схоже на імпровізації, та взаємодіє з натовпом, тримаючи зоровий контакт, реагуючи на окремих учасників і символіку й банери, яку вони тримають.

Отже, маніпулятивний потенціал промови Трампа базується на синергії агресивної вербальної дискредитації ворогів та емоційного словесного і невербального єднання з аудиторією прихильників. Використання ідеї «здорового глузду» задля відродження величі країни як лейтмотиву дозволяє йому представити свої політичні цілі не як ідеологію, а природну необхідність для порятунку нації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія, 2004. 342 с.

2. Білецька І., Гурський І. Структурна організація політичних промов американського екпрезидента Барака Обами. *Збірник наукових праць «Нова філологія».* № 81. Том І (2021). С. 33–41.

3. Білоус Н. В. Політичний дискурс та його дослідження у зарубіжному мовознавстві. *International journal of philology*. 2021. Vol. 12 (2). С. 108–111.

4. Бойко Т., Долинець А. Засоби мовленнєвого впливу в німецькомовних рекламних текстах. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 35. Т. 7. С. 15–22.

5. Вольфовська О. О. Німецькомовна інавгураційна промова та її просодична реалізація. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія»*. 2022. Т. 25. № 1. С. 9–18.

6. Гавриленко В. М., Тітарова Д. Ю. Лінгвостилістичні особливості політичних промов Уінстона Черчилля. *Молодий вчений*. 2017. № 4(44). С. 132–136.

7. Гулей М. Д. Лексико-граматичні особливості та композиційна структура французької політичної промови (на матеріалі виступів Шарля де Голля і Жака Ширака) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05. Київ, 2004. 19 с.

8. Гуменюк Н. Інавгураційний дискурс Д. Трампа: синтаксико-стилістичний аспект (на матеріалі виступу від 20.01.2017 р.). *Науковий збірник Херсонського державного університету*. *Серія «Лінгвістика»*. 2017. Вип. 30. С. 45–49.

9. Гурський І. Ю. Типологія політичних промов. *Наука. освіта. молодь: матеріали Дванадцятої Всеукраїнської наукової конференції студентів та молодих науковців*. Умань : ВПЦ «Візаві», 2019. Ч. 1. С. 79–82.

10. Долинський Є. В. Риторичні прийоми у політичних промовах американських лідерів як засоби маніпуляції суспільною свідомістю громадян.

Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Германістика та міжкультурна комунікація». 2021. Вип. 1. С. 45–51.

11. Дячук Н. В. Особливості політичного мовлення в інавгураційній промові. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія».* Острог : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 2(70). С. 76–79.

12. Завальська Л. В. Структура і семантика інавгураційної промови у президентському дискурсі (на матеріалі української, польської, словацької та сербської мов). *Записки з українського мовознавства*. 2024. № 31. С. 381–391. https://doi.org/10.18524/2414-0627.2024.31.309457 (дата звернення: 18.04.2026).

13. Кайсіна Д. М. Стратегії мовленнєвого впливу в англомовному дискурсі ідеації. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологічні науки (мовознавство)».* 2016. Вип. 5. С. 131–135.

14. Ковальова О. Політичний дискурс: сучасні лінгвістичні інтерпретації. Актуальні питання гуманітарних наук. 2020. Вип. 27. Т. 2. С. 101–107.

15. Кондратенко Н. В. Інавгураційна промова як мовленнєвий жанр президентської риторики в українському і словацькому політичному дискурсі. *SLAVICA SLOVACA.* 2022.Vol. 57. № 1. S. 33–46.

16. Кондратенко Н. Типологія мовленнєвих жанрів українського політичного дискурсу. *Studia Philologica*. 2018. № 2. URL: https://studiap.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/223 (дата звернення: 23.04.2026).

17. Крапива Ю. В. Комунікативні стратегії учасників передвиборчої кампанії 2024 року в США. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2024. Вип. 65. С. 69–72.

18. Крапива Ю. В. Комунікативні тактики учасників віцепрезидентських дебатів у Сполучених Штатах Америки. *Закарпатські філологічні студії.* 2025. Вип. 39. Т. 1. С. 143–147.

19. Крапива Ю. В., Крікун Д. А. Політична промова як різновид політичної комунікації. *Закарпатські філологічні студії : науковий журнал.* 2019. Т. 2. Вип. 11. С. 42–45.

20. Красівський О. М., Горностай Л. М. Маніпуляція у політичній промові: лінгвістичні засоби. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія».* 2018. № 33. Т. 2. С. 58–61.

21. Лукіна Л. В. Політичний дискурс: сутність та особливості застосування. *Політикус*. 2021. № 2. С. 75–80.

22. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики : монографія. Київ : Видавництво «Світогляд», 2005. 231 с.

23. Нагорна Л. Політична лінгвістика: стан і статус. *Наукові записки [Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*]. 2006. Вип. 30(2). С. 160–168. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2006_30%282%29__18 (дата звернення: 23.04.2026).

24. Овсієнко Л., Обіденко А. Конфліктогенна стратегія дискредитації та тактики її реалізації в сучасному політичному дискурсі. *Linguistic Bulletin*. 2020. № 28. С. 35–45.

25. Падалка О. В. Політична промова та її просодичні характеристики. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство*. 2012. № 6. С. 66–69.

26. П’єцух О. Категорія інтертекстуальності в політичному дискурсі британських парламентських дебатів. *Актуальні питання іноземної філології.* 2017. № 6. С. 123–128.

27. Пімоненко Б. Прагмалінгвістичні засоби популізму й самопрезентації в політичному мовленні Дональда Трампа. *Філологічні трактати*. 2025. №17(2). С. 55–65. DOI: https://doi.org/10.21272/Ftrk.2025.17(2)-6 (дата звернення: 23.04.2026).

28. Потапенко С. І. Когнітивна риторика ефекту: в пошуках методу (на матеріалі інавгураційних звернень американських президентів Дж. Кеннеді і Дж. Буша). Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія : Філологія. 2012. Т. 15. № 2. С. 131–140.

29. Романцова Я. В. Паралінгвістичні засоби комунікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія».* 2021. № 47. Т. 2. С. 82–85.

30. Романюк С. Лінгвостилістичні особливості інавгураційної промови (на прикладі виступу Президента України Петра Порошенка). *Лінгвостилістичні студії*. 2015. Вип. 3. С. 158–66.

31. Савчук В. І. Стратифікації жанрового розмаїття текстів промов президентів Сполучених Штатів. *Science and Education a New Dimension. Philology.* 2018. No VI(45) С. 66–69. DOI: https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-152VI45-14 (дата звернення: 18.04.2026).

32. Самойлова І. В., Подвойська О. В. Лексичні особливості політичних промов. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Філологічні науки*. 2016. Кн. 1. С. 235–238.

33. Семотюк, О. Л., Мараховська, Н. О. Інавгураційні промови українських та німецьких президентів: контент-аналіз комунікативних стратегій. *Нова філологія.* 2011. № 44. С. 134–137.

34. Тхір М. Комунікативні стратегії Дональда Трампа під час інавгураційної промови 2025 року: аналіз і реалізація. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія*». 2026. № 27(95). С. 89–91. URL: https://www.journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/4531 (дата звернення: 23.04.2026).

35. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів та понять. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.

36. Шамрицька Є. О. Вербальні та невербальні засоби в політичній промові *Пріоритетні напрямки та вектори розвитку світової науки* : матеріали X Міжнародної студентської наукової конференції, м. Кременчук, 24 квітня, 2026

рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». Вінниця : ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2026. С. 162–163.

37. Шкворченко Н. М. Токсичний політичний дискурс у США й Україні: когнітивно-дискурсивні контрасти. *Записки з романо-германської філології.* 2021. Вип. 1. С. 127–134.

38. Dijk T. A. van. What is political discourse analysis? *Politikal linguistics* / Blommaert J., Bulkaen C. Amsterdam. 1998. URL: https://e-l.unifi.it/pluginfile.php/909651/mod_resource/content/1/Van%20Dijk%20Waht%20is%20political%20discourse%20analysis.pdf (дата звернення: 23.04.2026).

39. Trump D. FULL SPEECH: Trump at Pennsylvania rally. 2024. URL: https://www.youtube.com/watch?v=PvTMxwPI4_0 (дата звернення: 23.04.2026).

40. Holovatska Yu., Leibych Ya. Lingual features of English manipulative discourse. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип 35. Т. 7. С. 41–49.

41. Krapyva Yu. Presidential Inaugural Speech: Traditional and Communicative Approaches to Its Study. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія».* 2023. Вип. 92. С. 100–103.

42. Nasakina S. V., Kolisnichenko N. M., Rohalska-Yakubova I. I., Chepelyuk N. I. Rhetoric Strategies in the Presidents` Speeches: Ukrainian versus English. *Arab World English Journal: Special Issue on English in Ukrainian Context*. 2020. С. 330–341. DOI: https://dx.doi.org/10.24093/awej/elt3.27 (дата звернення: 23.04.2026).

43. Potapenko S. Ukrainian President Zelensky's resistance discourse: Cognitive rhetorical analysis of the address to the UK Parliament. *DiscourseNet Collaborative Working Paper Series*. 2023. No 8/6. URL: https://discourseanalysis.net/dncwps (дата звернення: 23.04.2026).

44. Shamim M., Bushra & Dwivedi V. Language and Power: A Critical Discourse Analysis of Political Speeches. *International Journal of Social Impact.* 2025. No 10(2). С. 459–468. DOI: 10.25215/2455/1002044 (дата звернення: 23.04.2026).