

## ЕКОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ ДОНАЛЬДА ТРАМПА

**Киселюк Наталія Павлівна,**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземної та української філології  
Луцького національного технічного університету  
ORCID ID: 0000-0002-8401-8579  
Researcher ID: AES-0840-2022  
Scopus Author ID: 57222169485

**Бондар Тетяна Георгіївна,**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземної та української філології  
Луцького національного технічного університету  
ORCID ID: 0000-0002-9421-264X  
Researcher ID: HLG-7343-2023

Статтю присвячено дослідженню екологічності подання інформації у промовах 45/47-го президента США Дональда Трампа. Основну увагу приділено визначенню факторів, що впливають на екологічність чи неекологічність його політичного дискурсу. Виокремлено комунікативні стратегії, які використовує політик, та їхній потенціал маніпулятивного впливу на аудиторію. Дослідження також охоплює аналіз лексико-стилістичних засобів, що формують емоційний стан реципієнтів. Матеріалом для аналізу слугували інавгураційні промови та передвиборчі виступи Дональда Трампа під час теледебатів. Було розглянуто прагматичний потенціал використаних мовцем лексико-стилістичних засобів, що визначають комунікативну ефективність повідомлень з урахуванням поставлених комунікативних цілей. На основі критеріїв екологічної комунікації, запропонованих К. Тараненко, було визначено критерії неекологічності як такі, що чинять негативний вплив на емоційний стан учасників комунікації. У процесі дослідження було виокремлено низку чинників, які роблять промови Трампа неекологічними. З'ясовано, що основними неекологічними стратегіями промов політика є звинувачення, погрози, маніпуляція фактами, критика та приниження опонентів. Окрім зазначених неекологічних, було виявлено ряд екологічних стратегій, що сприяють формуванню позитивної емоційності та апелюють до ключових цінностей, як-от американська мрія, патріотизм, безпека, свобода, рівність, справедливість та віра в Бога. У процесі аналізу ілюстративного матеріалу виявлено низку лексико-стилістичних засобів, що підсилювали емоційний тиск шляхом маніпулювання патріотичними почуттями адресатів. Під час проведеного дослідження зроблено висновок про те, що незважаючи на досягнення комунікативних цілей, використання неекологічних стратегій та тактик має негативний вплив на адресатів, що неминуче призведе до відповідних наслідків.

**Ключові слова:** емоції, емотивна еколінгвістика, політичний дискурс, комунікативні стратегії, лексико-стилістичні засоби, комунікативні цілі, екологічна/неекологічна комунікація.

### **Kyseliuk Nataliia, Bondar Tetiana. Ecology of Donald Trump's Political Speeches**

The article deals with the ecological presentation of information in the speeches of the 45th/47th President of the United States, Donald Trump. It is focused on the identification of factors contributing to the ecological or non-ecological nature of his political discourse. Particular attention is given to the communicative strategies employed by the politician and their potential for manipulative influence on the audience. The lexical and stylistic devices that shape the emotional state of recipients are also explored. The research is based on the analysis of Donald Trump's inaugural addresses and campaign speeches during televised debates. The research considers the pragmatic potential of lexical and stylistic means used by the speaker, assessing their effectiveness in achieving communicative goals. The criteria for ecological communication proposed by K. Taranenko are used to define non-ecological discourse elements as those negatively affecting the communicants' emotional state. Several factors contributing to the non-ecological nature of Trump's speeches have been identified. It was found that the main non-ecological strategies used in the politician's speeches include accusations, threats, factual manipulation, criticism, and the denigration of opponents. However, alongside these non-ecological elements, ecological strategies fostering positive emotional engagement and appealing to fundamental values such as the 'American Dream', 'patriotism', 'security', 'freedom', 'equality', 'justice', 'faith in God' etc. have also been identified. Through an analysis of illustrative material, numerous lexical and stylistic devices that increase emotional pressure by manipulating the patriotic sentiments of the audience have been observed. Ultimately, it is concluded that while non-ecological strategies allow for the fulfillment of communicative objectives, a detrimental impact is exerted on recipients, which may lead to significant socio-political consequences.

**Key words:** emotions, emotive ecolinguistics, political discourse, communicative strategies, lexical and stylistic means, communicative goals, ecological/non-ecological communication.

Вчені, які впродовж десятиліть досліджують взаємозв'язок між емоціями та комунікацією, одностайні у тому, що цей взаємозв'язок є складним і багатови-

мірним. Емоції здатні не лише формувати наше сприйняття та оцінку ситуації, але й самі можуть виникати під впливом певних подій [2]. У цьому контексті варто

зазначити, що кластер негативно забарвлених емоцій, таких як страх, тривога, роздратування чи гнів, часто породжується негативними подіями. Так, наприклад, джерелом негативних емоційних реакцій можуть виступати соціальні, економічні або особисті проблеми людини.

Досліджуючи роль емоцій у людському спілкуванні в межах комунікативної парадигми екологічна лінгвістика та емотивна лінгвістика взаємодіють на основі спільності базових проблем і понятійного апарату. Своєрідним синтезом цих підходів є *емотивна еколінгвістика*, яка покликана аналізувати етичні та культурні аспекти репрезентації емоцій у мові та мовленні. Проблемами емотивної еколінгвістики займалися такі науковці, як Наталія Івченко, Ксенія Тараненко, Валентина Пасинок [3, 4, 5] та багато інших.

Наразі гострою проблемою публічного спілкування є неекологічність комунікації, яку все частіше можна спостерігати у політичному дискурсі, зокрема, у промовах політичних діячів. Сучасне політичне спілкування вже давно є осередком неекологічних практик через використання маніпуляцій, дезінформації та емоційного впливу на учасників комунікації. У прагненні досягти підтримки своєї аудиторії політики нерідко застосовують комунікативні стратегії поляризації суспільства, створення образу ворога або спотворення реальності [1].

Таким чином, особливості комунікації політичних лідерів зі своєю аудиторією набувають особливого значення в умовах поширення неекологічних практик у політичному дискурсі. Це зумовлює **актуальність дослідження**, оскільки аналіз промов політиків, здійснений з урахуванням комунікативних стратегій та тактик, дозволяє не лише виявити лексико-стилістичні засоби, використані ними, але й довести, що спровоковані негативні емоції призводять до формування негативної реакції всієї аудиторії. Таке дослідження є важливим для розуміння неекологічних механізмів маніпуляції у формуванні громадської думки.

**Метою** нашого дослідження є аналіз екологічності подання інформації в промовах 45/47-го президента Сполучених Штатів Америки Дональда Трампа. Поставлена мета передбачає виконання наступних завдань: 1) визначити фактори екологічності/неекологічності політичних промов лідера США; 2) з'ясувати, які саме з використаних комунікативних стратегій мають маніпулятивний потенціал впливу на аудиторію. 3) визначити лексико-стилістичні засоби, що формують емоційний стан аудиторії. **Матеріалом** дослідження слугували інаугураційні промови 45/47-го президента Дональда Трампа та його передвиборчі промови під час теледебатів. **Об'єктом** дослідження є політичний дискурс, а **предметом** – екологічність політичних промов Дональда Трампа.

Як і будь який інший політичний текст, промови лідера США належать до царини політичного дискурсу, а отже – мають чіткі прагматичні цілі, задля досягнення яких адресанти використовують весь арсенал вербальних та невербальних засобів впливу на адреса-

тів. Останнім часом через надмірне використання маніпулятивних стратегій, що порушують етичні аспекти комунікації та негативно впливають на емоційний стан реципієнтів, цей вид дискурсу став прикладом неекологічного спілкування. Спираючись на запропоновані К. Тараненко критерії екологічної комунікації, до яких вона відносить категорії, що сприяють формуванню і підтримці позитивного емоційного стану комунікантів (етикет, толерантність, доброзичливість, кооперативність, емоційний інтелект тощо) [4], можемо визначити критерії неекологічності як такі, що чинять негативний вплив на емоційний стан учасників комунікації, як-от звинувачення, погрози, маніпулювання фактами, критика, приниження тощо.

Вирізняльною рисою промов Дональда Трампа є їх простота, емоційність та апеляція як до загальнолюдських (безпека, сім'я, свобода, рівність і справедливість), так і до суто американських (американська мрія, патріотизм, добробут та процвітання, віра в Бога, тощо) цінностей. У своїй інаугураційній промові за 2017 рік політик активно використовує емоційний тиск, маніпулюючи патріотизмом та ціннісними орієнтирами адресатів, про що свідчить нижченаведений приклад:

*Your voice, your hopes, and your dreams, will define our American destiny. And your courage and goodness and love will forever guide us along the way.*

*Together, We Will Make America Strong Again.*

*We Will Make America Wealthy Again.*

*We Will Make America Proud Again.*

*We Will Make America Safe Again.*

*And, Yes, Together, We Will Make America Great Again. Thank you, God Bless You, And God Bless America.* [6].

З точки зору прагматичних інтенцій комунікант використовує тактику солідаризації, апелює до емоцій співгромадян у прагненні згуртувати націю навколо своєї особи та окреслити спільну мету (*Together, We Will Make ...*). Мовець маніпулює інформацією, намагаючись представити безпеку та велич країни як такі, що були втрачені, але за його каденції будуть відновлені (*Safe Again, Great Again*). Він використовує паралельні конструкції, що робить промову динамічною, структурованою та послідовною, надає їй значущості та урочистості та підсилює ключову ідею про відновлення Америки. Крім того, з метою посилити емоційний вплив своїх слів та викликати почуття гордості, впевненості та безпеки мовець вживає позитивно забарвлену емотивну лексику (*Strong, Wealthy, Proud, Safe*).

Однак, незважаючи на викликані промовою позитивні емоції, застосовані мовцем комунікативні стратегії не можна назвати екологічними, оскільки вони носять маніпулятивний характер. Це проявляється у тому, що надмірна апеляція до емоцій реципієнтів спонукає у них емоційну реакцію замість раціональної, що заважає критично оцінити отриману інформацію. А використання релігійної риторики (*God Bless America*) хоч і додає промові морального авторитету, не завжди відповідає моральним принципам самого політика, про що, зокрема, свідчить вирок Федерального суду присяжних Мангеттена у Нью-Йорку про визнання

Дональда Трампа винним у справі про спробу згвалтування журналістки та письменниці Джин Керролл [8]. Таким чином, аналізований уривок промови є нічим іншим, як маніпуляцією почуттями та цінностями реципієнтів, що порушують емоційну гармонію, руйнують моральні категорії ширості та етичності.

Якщо метою інавгураційної промови Трампа було налагодження емоційного зв'язку з прихильниками та опонентами задля підтримки своєї політичної ідеології та створення іміджу сильного лідера, здатного об'єднати країну, то метою передвиборчих дебатів була дискредитація політичних опонентів і самоствердження через нівелювання авторитету Камали Харріс та Джо Байдена. Відповідно, стиль промови Трампа стає більш авторитарним, агресивним та маніпулятивним. Так, під час дебатів політик використовує стратегію дискредитації та нападу відносно дій адміністрації Байдена у сприянні неконтрольованій міграції. Використавши стереотип «мігранти – це загроза країни», він маніпулює фактами про те, що явище міграції має негативний вплив на економіку країни і створює проблеми для співгромадян:

*"These are the people that she and Biden let into our country. And they're destroying our country."* [7].

Наведений приклад ілюструє використання мовцем стратегії дискредитації опонентів, що має за мету звинуватити діючу владу у некомпетентності та викликати у адресатів негативні емоції (страх, обурення) стосовно їхніх дій. Для цього мовець протиставляє мігрантів (*these people*) громадянам Америки (*our country*), емоційно апелюючи до національного патріотизму американців. Використання антитези, де фраза (*let into our country*) протиставляється виразу (*they're destroying our country*), підкреслює негативні наслідки правління адміністрації Байдена. А емоційно забарвлена лексика (*destroying*) провокує породження страху та тривоги. Оскільки така стратегія загострює соціальну напруженість і розколює суспільство, то можемо стверджувати, що з точки зору емотивної еколінгвістики вона є неекологічною.

Описаний вище приклад, як і проілюстрована у ньому стратегія дискредитації, яскраво контрастує зі стратегією опонентки Трампа по політичних перегонах – Камали Гарріс. Замість знецінення свого опонента, Гарріс намагається просувати свої ідеї через демонстрацію переваг своєї політики для американського суспільства:

*"We are focusing on investments in US-based technologies to win the race in and quantum computing, to support America's workforce."* [7].

З наведеної цитати можемо судити про те, що політична діячка уникає прямої критики і, натомість, застосовує стратегію схвалення, метою якої є показати ефективність інвестицій в американську економіку. Для цього вона використовує метафору *to win the race*, метою якої є викликати емоційне піднесення, а також емоційно навантажену фразу з позитивною конотацією *support America's workforce*, що асоціюється з турботою про суспільство та його розвитком.

В іншому прикладі, застосувавши стратегію маніпуляції та інтерпретації інформації, Трамп використовує тактику перебільшення та негативного узагальнення щоб сформувати негативне ставлення до мігрантів і в подальшому виправдати свої дії стосовно цієї категорії населення:

*"Millions of people pouring into our country from prisons and jails, from mental institutions and insane asylums."* [7].

У цьому прикладі мовець свідомо перекручує інформацію щодо джерел надходження мігрантів (*from prisons and jails, from mental institutions and insane asylums*), та не бере до уваги іншу категорію мігрантів, яких дійсно потребує Америка, як-от кваліфіковані робітники та спеціалісти. Акцент щодо діяльності мігрантів свідомо зміщується в сторону небезпеки, насильства та негативних наслідків для громадян країни. Тож, оскільки застосування стратегії маніпуляції та інтерпретації інформації формує негативне ставлення до мігрантів та провокує негативні емоції у адресатів (потенційних виборців), вона також є неекологічною.

У порівнянні з передвиборчими дебатами Дональда Трампа, риторика його останньої інавгураційної промови від 20 січня 2025 року значно змінилася. Це пов'язано з різними комунікативними цілями, а отже – і з різними комунікативними стратегіями. Хоча його інавгураційна промова не позбавлена критики попередніх адміністрацій (*"Can you imagine Joe Biden doing this?"* [6] та загроз (*As we gather today, our government confronts a crisis of trust. For many years, a radical and corrupt establishment has extracted power and wealth from our citizens while the pillars of our society lay broken and seemingly in complete disrepair* [6].), вона стала більш об'єднуючою. Основні акценти були зміщені на позитивні зміни, підкреслення національної величі та єдності (*As our victory showed, the entire nation is rapidly unifying behind our agenda with dramatic increases in support from virtually every element of our society: young and old, men and women, African Americans, Hispanic Americans, Asian Americans, urban, suburban, rural* [6]).

В інавгураційній промові 20 січня 2025 року Дональд Трамп продовжує використовувати маніпулятивні стратегії, подібні до тих, що були застосовані на попередній інавгурації, адаптуючи їх до сучасних реалій та аудиторії. Серед основних стратегій, використаних під час інавгурації 2025 року можемо виділити стратегії, які належать до різних категорій, пов'язаних із популізмом, маніпуляцією, суб'єктивацією, фасцинацією та спрощенням інформації. Як правило, всі вони поєднані та успішно доповнюють одна одну. Проаналізуємо наступний приклад:

*"As you see today, here I am. The American people have spoken."* [6].

У наведеному прикладі ціль реалізованої мовцем стратегії самопрезентації – створити образ сильного, непохитного лідера, який подолав перешкоди і повернувся на політичну арену виключно завдяки народній

підтримці. Простота і безпосередність фрази (*here I am*) роблять його доступним для широкої аудиторії, що підсилює ідею народності. А використана одночасно зі стратегією самопрезентації популістична стратегія покликана підкреслити зв'язок між лідером і народом, наголошуючи на його легітимності через волю виборців. Зважаючи на той факт, що обрані мовцем стратегії сприяють об'єднанню аудиторії та підтриманню емоційного зв'язку з виборцями – вони позитивно впливають на емоційний стан учасників комунікації. Таким чином, можемо стверджувати, що в промовх Трампа стратегії самопрезентації та популізму є екологічними.

Загалом, аналіз лінгвістичних особливостей, прагматичного потенціалу та факторів екологічності/неекологічності промов Трампа показав, що задля досягнення своїх політичних цілей політик успішно використовує весь арсенал лексичних, синтаксичних та стилістичних засобів, вдало поєднуючи їх у своїх маніпулятивних стратегіях впливу. Зокрема, він активно використовує абстрактні іменники, такі, як *freedom, greatness, disaster, success*, що дозволяє створювати узагальнені образи та апелювати до емоцій аудиторії. Для того, щоб отождентити себе з народом Америки, політик звертається від першої особи множини (*we, our*), що створює ефект колективної єдності, та єдиного цілого з співгромадянами. Як вправний оратор, Трамп навіть антоніми перетворює у потужний засіб впливу. Так, контрастні опозиції *good – bad, success – failure, us – them* слугують для посилення поляризації поглядів та чітко розмежовують суспільство на 'своїх' та 'чужих'.

Незважаючи на простоту і лаконічність речень, промови лідера Сполучених Штатів є надзвичайно емоційними. Ця емоційність досягається, передусім, через вживання позитивно, або негативно забарвленої лексики (*great, strong, beautiful, success, disaster, corrupt, dangerous, weak* тощо), яка підсилює емоційний вплив через позитивні або негативні конотації. Прагматику позитивно забарвленої лексики реалізовано у стратегіях самопрезентації, зокрема, у тактиці отождентення себе з американським народом та у тактиці акцентування на позитивних змінах (*America will soon be greater, stronger, and far more exceptional than ever before*. [6]. Відповідно, прагматику негативних емотивів втілено у стратегіях дискредитації й нападу через тактики звинувачення, приниження й висміювання опонента, а також через перебільшення, зміщення акцентів та підміну понять (*The vicious, violent, and unfair weaponization of the Justice Department and our government will end*

(звинувачення) [6], *It fails to protect our magnificent, law-abiding American citizens but provides sanctuary and protection for dangerous criminals, many from prisons and mental institutions, that have illegally entered our country from all over the world* (перебільшення, зміщення акцентів) [6].

З точки зору емотивної еколінгвістики, політичні промови Дональда Трампа є доволі неоднорідними, оскільки стимулюють у рецепієнтів як позитивні (*радість, гордість за свою країну, впевненість у майбутньому, очікування процвітання, миру та добробуту*), так і негативні (*страх, соціальна напруга, невпевненість, тощо*) емоції. Апелюючи до єдності нації (*Together, we will make America strong again.*) та проголошуючи позитивні гасла (*We will win like never before!*), лідер країни акцентує увагу на відродженні американської могутності, гордості та незалежності, сприяючи формуванню позитивного емоційного середовища середовища. З іншого боку, звинувачення та критика опонентів (*And just look at what they're doing to our country. They're criminals. Many of these people coming in are criminals. And that's bad for our economy too* [7]) поляризують суспільство, чим створюють соціальну напругу та чинять негативний вплив на емоційний стан аудиторії.

Загалом, політичні виступи Трампа є потужним інструментом впливу на масову свідомість, що поєднує ефективні риторичні прийоми з елементами мовної маніпуляції та поляризації суспільства. Завдяки простоті, а іноді й примітивності вираження думок, промови 45/47-го президента мають потужний перлокутивний ефект, оскільки є максимально доступними та зрозумілими для адресата. Вдало обрані комунікативні стратегії та тактики у поєднанні з ораторською майстерністю політика сприяють мобілізації виборців та зміцненню своїх лідерських позицій через створення образу «свого хлопця» та формування довіри.

Однак, попри наявність позитивних комунікативних стратегій, частина його промов характеризується неекологічністю через конфронтаційний тон, поділ суспільства та формування образу ворога. Як свідчить аналіз наведених вище прикладів, параметри неекологічності впромов політика репрезентувались через звинувачення та маніфестацію негативних емоцій та оцінок. Превалювання у промовх негативно заряджених лексико-стилістичних засобів зрушує емотивність у бік негативу, що порушує етику спілкування, оскільки ці засоби сприяють створенню негативної реакції у адресатів.

#### Література:

1. Киселюк Н. П., Бондар Т. Г. Екологія сучасної мас-медійної комунікації (на матеріалі англомовного медійного дискурсу). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*: серія «Філологія». Острог, 2024. Вип. 21(89). С. 16–19.
2. Маслюк А. М. Вплив емоційних станів на розвиток особистості. *Психологічний часопис*. № 2 (6), 2017. С. 57–69.
3. Пасинок В. Г. Еколінгвістичні аспекти у фокусі риторики, стилістики та культури мовлення. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія : Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов, 2016. Вип. 81. С. 6–13.
4. Тараненко К. В. Принципи екологічної медіакомунікації під час пандемії. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип 33, том 2, 2020. С. 168–173.

5. Тараненко К. В. Явище лінгвоцинізму з позицій еколінгвістики. *Український смисл* : науковий збірник. Дніпро, 2019. С. 113–121.
6. <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/the-inaugural-address/> (дата звернення 20.02.2025).
7. <https://abcnews.go.com/Politics/harris-trump-presidential-debate-transcript/story?id=113560542> (дата звернення 20.02.2025).
8. <https://www.bbc.com/ukrainian/news-65541778> (дата звернення 20.03.2025).

#### References:

1. Kyseliuk N. P., Bondar T. G. (2024). Ekolohia suchasnoi mas-mediinoi komunikatsii (na materiali anhlovnoho mediinoho dyskursu). [Ecology of modern mass media communication (on the material of english media discourse)] *Scientific Notes of Ostroh Academy National University: Philology Series*, 21(89), 16-19. [in Ukrainian].
2. Masliuk A. M. (2017). Vplyv emotsiinykh staniv na rozvytok osobystosti. [The influence of emotional states on the development of the person] *Psychological Journal: Scientific Journal of G.S. Kostiyk Institute of Psychology, National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine*. № 2 (6), 2017. P. 57–69. [in Ukrainian].
3. Pasynok V. H. (2016). Ekolinhvistychni aspekty u fokusi rytoryky, stylistyky ta kultury movlennia. [Ecolinguistic Aspects in the Focus of Rhetoric, Stylistics and Culture of Speech]. *The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching*, (81), 6-13. [in Ukrainian].
4. Taranenko K. V. (2020). Pryntsypy ekolohichnoi mediakomunikatsii pid chas pandemii. [Principles of environmental media communication during the pandemic] *Humanities Science Current Issues*. Issue 33. Volume 2. P. 168-173. [in Ukrainian].
5. 5. Taranenko K. V. (2019). Javyshche lnhvotsynizmu z pozytsii ekolinhvistyky. [Linguocinism phenomenon from a position of ecolinguistics]. *Dnipro : Lira*. P. 113–121. [in Ukrainian].
6. <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/the-inaugural-address/> (accessed 20.02.2025).
7. <https://abcnews.go.com/Politics/harris-trump-presidential-debate-transcript/story?id=113560542> (accessed 20.02.2025).
8. <https://www.bbc.com/ukrainian/news-65541778> (дата звернення 20.03.2025).