

4. Дедушкина Т.А. Жанровое пространство политического. *Studia Linguistica*, 2011. Вып.5. С. 472–477.

5. Кузик О.А. Когнітивні та комунікативні особливості мовленнєвої агресії в політичному дискурсі (на матеріалі електронних видань США та Великої Британії): дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2019. 296 с.

6. Сидоров М., Табаков Д. Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу. *Політичний менеджмент*, 2008. № 4. С. 119–125.

7. Ключник Р.М.. Комунікативний вимір політичних конфліктів. *Особливості політичних конфліктів у сучасній Україні та світі*: монографія. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. С. 89–118.

*Науковий керівник: Р.М. Ключник, кандидат політичних наук, доцент, Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро*

**В.А. Московченко,**

**М.А. Світлакова**

*Маріупольський державний університет*

## **СТРАТЕГІЇ ПОБУДОВИ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ У США (НА ПРИКЛАДІ ДОНАЛЬДА ТРАМПА)**

Виборча кампанія – складне і багатогранне поняття, яке можна розглянути з різних боків. Наприклад, для політолога виборча або передвиборна кампанія є стадією виборчого процесу, яка включає висунення і офіційну реєстрацію кандидатів, їх передвиборну боротьбу, публікану познайомити виборців з їх програмами і платформами, з особою кандидатів і на цій основі зробити свій вибір. Для самого кандидата і його команди виборча кампанія швидше є певними цілеспрямованими послідовними зусиллями, які здійснюються упродовж визначеного законодавством відрізка часу, з метою мобілізувати підтримку кандидата виборцями і забезпечити його перемогу у день виборів. Методи, тактики та стратегії, які використовують кандидати є досить різноманітними та місцями неординарними.

Останні президентські вибори в США, які пройшли в 2016 році, по праву вважаються безпрецедентним явищем в історії країни. Оскільки, до влади, усупереч волі американського політичного істеблішменту, прийшов бізнесмен і шоумен, що раніше не займав жодних державних посад. Вибори характеризувалися гострою боротьбою впродовж усього дворічного електорального циклу, створенням ажіотажу у американських громадян ще на етапі праймеріз. Перемога Дональда Трампа стала сенсацією, що розколола американське суспільство на принципових супротивників і прибічників нового президента. Оцінюючи характер виборчої кампанії в США, іноземні ЗМІ називали президентську гонку найтривалішою, дорожчою і бруднішою в історії, тому ця тема є надзвичайно актуальною.

Стратегії та тактики виборчих кампаній напряду зіштовхуються один з одним та мають чітке вираження в дебатах. Дебати для кандидатів є великою можливістю донести свої передвиборні програми до виборців,

показати різницю між ідеями кандидатів по соціальним, політичним, економічним питанням, що цікавить населення. Дебати стали обов'язковою частиною виборчих кампаній в США починаючи ще з 1934 року.

Однією з перших стратегій, що була використана у президентській гонці, стала «Стратегія на пониження», що базувалася на дискредитації суперника. Висловлювалася негативна думка про ситуацію, проте, без прямих звинувачень опонента. Наприклад, Д.Трамп: «Те, що відбулося з нашими робочими місцями та нашою країною, нашою економікою – подивіться, ми винні \$20 трильйонів. Ми не можемо зробити це ще раз»[3].

Наступна тактика – обвинувачення. Негативна думка о ситуації, до якої опонент має відношення, тип самим його звинувачує. При цьому звинувачення можуть бути без доказів, та не мати прямого відношення до опонента. Наступна тактика – тактика безособового звинувачення. Вона використовується негативних ситуаціях не конкретно кандидата, а на цілу групу людей, до якого належить суперник. Таким чином, створюється ефект розділення на два табори «своїх» та «чужих». Така тактика сприяє почуттю єдності та належності до однієї групи людей, до якої звертався кандидат. Д.Трамп: «Коля я дивлюсь на усі речі, які я бачу та увесь потенціал який має наша країна, в нас є великий потенціал, бізнес це, чи торгівля. В минулому році в нас був торговий дефіцит майже на \$800 мільярдів. Іншими словами, торгуючи з іншими країнами. У нас був дефіцит у розмірі \$800 мільярдів. Важко повірити» [4].

Тактика образ була використана з метою звинуватити та образити суперника без доказів та факту тих самих указаних негативних рис. Д.Трамп використав цю тактику: «Проблема в тому, що ти говориш, але ти нічого не робиш, Хілларі. Не робиш. Так само, як коли ти керувала Державним департаментом, \$6 мільярдів було втрачено. Як можна було втратити \$6 мільярдів? Ти керувала Державним департаментом. Вони не знають куди. Їх просто немає. \$6 мільярдів. Якщо ти станеш президентом, ця країна буде у повному безладі. Повір мені.»[4].

Тактика загроз використовувалася задля нанесення враження та залякування суперника, натякання на проблеми с законом, коли опонент займе президентський пост. Д. Трамп: «Ніколи не думав, що скажу це, але я збираюсь сказати це, та я дуже не хочу це казати, але якщо я отримаю перемогу, я збираюсь приказати генеральному прокурору дослідити твою справу. Ніколи не було такої кількості брехні, ніколи не було нічого подібного, та ми заведемо спеціального обвинувача»[3]. Також він часто користувався тактикою спонукування. Для даної тактики характерне часте використання слова «ми».

Широко розповсюдженні повтори, оклики та риторичні питання, як спосіб для вираження експресивності. Вони втягають адресатів і створюють видимість активної співучасті останніх в тому чи іншому політичному процесі. Так само, в передвиборних політичних промовах, здійснюються прийоми прихованої, альтернативної інтерпретації дійсності, використовуючи при цьому: метафори, порівняння, алюзії, евфемізми і інші стилістичні засоби. На прикладі виступу

Д. Трамп можна розглянути метафору, як різновид стилістичних засобів, що використовуються, кандидатами, в передвиборних промовах.

Ядром стратегії команди Д. Трампа було активне використання образу нової незалежної людини, що йде на пост лідера країни. Не будучи професійним політиком, Д. Трамп мав стовідсоткову пізнаваність в якості бізнесмена-магната. Імідж кандидата будувався навколо ідеї, що якщо він досяг успіху в бізнесі, то, отже, він здатний добитися таких же успіхів у політиці.

Визначивши для кандидата «позитивний» образ сильної особистості і нової людини для управління країною, стратегам Д. Трампа лише залишалось займатися його просуванням на політичній арені. Для цієї мети обрали його ж особисті якості: безпосередність, прямолінійність, різкість заяв, скандальність та таке інше. Ці якості сприяли майже безперервному створенню інформаційних приводів навколо його персони і внаслідок цього підвищенню інтересу до кандидата в ЗМІ. У липні 2016 року кількість його згадок в ЗМІ досягло 86,2 млн. [2].

Оскільки згадки кандидата носили найчастіше негативний характер, конкуренти створювали Д. Трампу антиобраз, використовуючи прийом зниження образу. Так, Х. Клінтон запевняла виборців, що він не має досвіду в політичному управлінні та досяг успіху в бізнесі завдяки капіталом свого батька, нестриманий і радикальний Д. Трамп не той, хто потрібен країні в якості президента. Однак, нападки на Д. Трампа мали ефект посилення його позитивного образу, оскільки на тлі негативного досвіду управління урядом Демократичної партії ці звинувачення виглядали в очах виборців як перевага.

Таким чином, Дональду Трампу вдалося відносно втілити комплексну модель стратегії, яка увібрала в себе іміджеве позиціонування, проблемне позиціонування, позиціонування по відношенню до конкурентів, а також модель домінуючого стереотипу. Негативна модель стратегії з боку опонентів, яка працювала проти Д. Трампа, в результаті не виправдала себе в повній мірі, а навпаки, ситуативно подіяла на його користь.

#### Список використаних джерел

1. Золотухін Є. Політичний маркетинг: багатозначність поняття. *Політичний менеджмент*, 2007. №5. С. 13 – 23.

2. Хімченко О.Г. Проектування стратегії та такими виборчих кампаній: навчальний посібник. Миколаїв: Ганна Гінкул, 2003. 128 с.

3. «Thefinal Trump-Clinton presidentialdebate transcript, annotated». URL: [http://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?destination=%2fnews%2fthefix%2fwp%2f2016%2f10%2f19%2fthe-final-trump-clinton-debate-transcript-annotated%2f%3f&utm\\_term=.991ff8fa2d31](http://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?destination=%2fnews%2fthefix%2fwp%2f2016%2f10%2f19%2fthe-final-trump-clinton-debate-transcript-annotated%2f%3f&utm_term=.991ff8fa2d31) (дата звернення: 15.11.2018).

4. «Thefirst Trump-Clinton presidentialdebate transcript, annotated». URL: [http://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?destination=%2fnews%2fthefix%2fwp%2f2016%2f09%2f26%2fthe-first-trump-clinton-presidentialdebate-transcript-annotated%2f%3f&utm\\_term=.66206704789e](http://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?destination=%2fnews%2fthefix%2fwp%2f2016%2f09%2f26%2fthe-first-trump-clinton-presidentialdebate-transcript-annotated%2f%3f&utm_term=.66206704789e) (дата звернення: 15.11.2018).

*Науковий керівник: М.А. Светлакова, кандидат політичних наук,  
старший викладач кафедри міжнародних відносин та зовнішньої політики,  
Маріупольський державний університет*





УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

Південноукраїнський національний  
педагогічний університет  
імені К.Д. Ушинського

V Всеукраїнська наукова конференція  
студентів і молодих вчених

**СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОСТІ**

20 березня 2020 р.



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені К.Д. УШИНСЬКОГО, м. ОДЕСА

---

*V Всеукраїнська наукова конференція  
студентів і молодих вчених*

## **СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОСТІ**

Тези доповідей

20 березня 2020 р.

Дніпро  
2020

### Організаційний комітет:

*Г.П. Щедрова*, доктор політичних наук, професор (голова оргкомітету);  
*Г.В. Щолокова*, кандидат політичних наук, доцент (заступник голови);  
*А.О. Перфільєва*, кандидат політичних наук, доцент;  
*Р.М. Ключник*, кандидат політичних наук;  
*В.І. Пащенко*, кандидат політичних наук, доцент.

С 66 Соціально-політичні проблеми сучасності: V Всеукраїнська наукова конференція студентів і молодих вчених: тези доповідей, Дніпро, 20 березня 2020 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2020. – 136 с.

ISBN 978-966-434-483-5

Збірник містить тези доповідей учасників V Всеукраїнської наукової конференції студентів і молодих вчених «Соціально-політичні проблеми сучасності». Тези доповідей представлені у чотирьох секціях: теорія та історія політичної науки; політичні інститути та процеси; міжнародні відносини; політична журналістика.

УДК 32:316

Відповідальна за випуск: *Г.В. Щолокова*, кандидат політичних наук, доцент,  
в.о. завідувача кафедри політології та міжнародних відносин.

*Організаційний комітет не завжди поділяє думки авторів і не несе відповідальності за фактичні помилки, яких вони припустилися.*

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ 1. ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ПОЛІТИЧНОЇ НАУКИ .....</b>	<b>5</b>
<b>Щедрова Г.П.</b> Довіра як наслідок політичного вибору .....	5
<b>Барикін О.І.</b> Поняття «політика» у вченні Макса Вебера .....	8
<b>Алавердян В.М.</b> Легітимність політичної влади .....	11
<b>Васильєв Є.Г., Светлакова М.А.</b> Становлення транзитології як галузі політичної науки .....	14
<b>Костира А.Д.</b> Політична культура .....	17
<b>Дроботун В.М.</b> Вплив політики на мову .....	19
<b>Величко Б.О.</b> Політика та релігія.....	21
<b>Савенко М.О.</b> Премія Юхана Шютте за досягнення в політичних науках .....	23
<b>СЕКЦІЯ 2. ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ.....</b>	<b>26</b>
<b>Щедрова Г.П.</b> Мультибрендинг як феномен української політики.....	26
<b>Медяник В.Ю.</b> Пріоритетні напрями безпекової політики Дніпропетровщини в сучасних умовах .....	32
<b>Дмитренко Д.О.</b> Лібертаріанські партії в Скандинавських країнах.....	35
<b>Вайєр А.М.</b> Застосування виборчих технологій в Україні.....	39
<b>Сич В.С.</b> Ліві погляди та проблема агрегації інтересів українського суспільства.....	40
<b>Сімонян А.В.</b> Моніторинг інформаційного простору громадськими радами .....	42
<b>Мілінчук Д.О.</b> Особливості політичного лідерства Володимира Зеленського.....	44
<b>Невесела К.О.</b> Форма правління в Україні: еволюційний аспект .....	46
<b>Неделько Л.О.</b> Державна ідеологія в Україні .....	48
<b>Павленко Є.Р.</b> Дослідження політичних цінностей та антицинностей в сучасній Україні .....	51
<b>Семенюта А.Д.</b> Політичний дискурс сучасності: до постановки проблеми.....	54
<b>Московченко В.А., Светлакова М.А.</b> Стратегії побудови виборчої кампанії президентських виборів у США (на прикладі Дональда Трампа) .....	57
<b>Яцишина В.О.</b> Секуляризація в процесі індустріалізації суспільства ...	60
<b>Тітов І.О.</b> Політична культура як чинник формування сталого демократії та громадянської свідомості .....	62
<b>Рожкова К.В.</b> Політичне лідерство в Україні (на прикладі В. Зеленського) .....	64
<b>Кормич М.О.</b> Формальне та неформальне лідерство в сучасній Україні .....	65
<b>Бугайчук Є.В.</b> Криза системи рекрутування у сучасних практиках політичного лідерства.....	67
<b>Архіпова А.Д.</b> Тенденції формування політичної еліти в Україні.....	69
<b>Науменко С.В.</b> Особливості осмислення феномена політичної еліти в історії політичної думки: погляди Платона.....	70
<b>Ігнатенко В.В.</b> Телевізійні та інтернет-комунікації в політиці.....	72



<b>Марковська Я.Е.</b> Політична еліта як суб'єкт політичних процесів у сучасній Україні .....	75
<b>Лаврухіна В.В.</b> Політичний вимір Чорнобильської катастрофи.....	76
<b>Пашенко В.І.</b> Авторитарні режими на пострадянському просторі .....	78
<b>СЕКЦІЯ 3. МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ.....</b>	<b>80</b>
<b>Щолокова Г.В.</b> Розвиток ЄС на сучасному етапі: міграційні виклики ..	80
<b>Ключник Р.М.</b> Міграційна політика Великої Британії: основні тенденції..	81
<b>Перфільєва А.О.</b> Релігійний чинник політичного процесу глобального світу .....	83
<b>Грачевська Т.О.</b> Культурна присутність України в Європі: особливості діяльності Українського інституту в Лондоні .....	85
<b>Неділько Л.О.</b> Міграційні процеси в сучасному світі.....	88
<b>Беленко І.В.</b> Трансформація політичних систем африканських країн – членів Співдружності націй .....	89
<b>Меньшакова Д.О.</b> Діджиталізація і кібер-загрози в галузі ядерної безпеки Франції.....	92
<b>Чичкан А.Р.</b> Чинники міжнародного тероризму в сучасних умовах .....	95
<b>Філіпов С.М.</b> Актуальність використання концепції ментального простору у дослідженнях міжнародних відносин.....	96
<b>Ніколаєва Д.О.</b> Стратегічний альянс Анкара-Доха: переваги та ризики партнерства в контексті претензій Туреччини на лідерство у Близькосхідному регіоні .....	98
<b>Неділько Л.О.</b> Бачення молоддю геополітичного значення угоди про асоціацію України з Європейським Союзом.....	102
<b>Денисенко М.С., Чорна А.С.</b> Наслідки Брексіту для Шотландії та Північної Ірландії .....	104
<b>Лісний Д.В.</b> Геополітика Китаю .....	105
<b>Матухно Г.Р.</b> Вплив державної молодіжної політики на стан зовнішньополітичного іміджу України.....	107
<b>Анучіна О.О.</b> Національні інтереси політики США як механізм формування геополітичного іміджу.....	110
<b>Наумкіна С.М., Тимошенко О.С.</b> Політичний реалізм як основа розуміння міжнародних процесів .....	112
<b>Кокорєв О.В.</b> Деструктивні неформальні інститути в країнах Балтії: вплив на стійкість ЄС .....	114
<b>Перевозчикова А.С.</b> Політичний популізм як явище світової політики .....	117
<b>СЕКЦІЯ 4. ПОЛІТИЧНА ЖУРНАЛІСТИКА.....</b>	<b>121</b>
<b>Mytsko I.</b> The paradoxes of social media .....	121
<b>Аветісян А.А.</b> Політична коректність у сучасній журналістиці .....	123
<b>Теслюк О.О.</b> Журналістська етика: політичний вимір .....	126
<b>Каспарова К.О.</b> Політична журналістика в Україні: стан та перспективи .....	127
<b>Мороз Д.С.</b> Дезінформація в Україні та світі.....	129
<b>Неділько Л.О.</b> Використання телеграм-каналів у політичному процесі .....	132