

Міністерство освіти і науки України
Національний університет "Острозька академія"
Навчально-науковий інститут лінгвістики
Кафедра англійської філології

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему:

Медіація політичних текстів

(на основі передвиборчої кампанії Камали Гарріс)

Виконала: студентка II курсу, групи ЗМА-2

спеціальності: 035 Філологія

спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури

(переклад включно), перша - англійська

Білоус Софія Миколаївна

Керівник: кандидат філологічних наук,

доцент Коцюк Леся Миколаївна

Рецензент _____
науковий ступінь, звання, прізвище, ім'я, по батькові

Роботу розглянуто і допущено до захисту
на засіданні кафедри англійської філології
протокол № ____ від “ ____ ” _____ 2025 р.
Зав. Кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог - 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МЕДІАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТІВ	7
1.1 Сутність політичної комунікації в сучасному інформаційному суспільстві	7
1.2 Поняття медіації: міждисциплінарний підхід	10
1.3 Риторичні, прагматичні та лінгвістичні стратегії в політичному дискурсі	14
Висновки до розділу 1	24
РОЗДІЛ 2 МЕДІАЦІЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ У США: ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ	26
2.1 Структура та функції політичного дискурсу в американському передвиборчому контексті	26
2.2 Роль ЗМІ та соціальних медіа в медіації політичних повідомлень	35
Висновки до розділу 2	44
РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТІВ У КАМΠΑНІЇ КАМАЛИ ГАРРІС	45
3.1 Політичний імідж Камали Гарріс: стратегія самопрезентації	45
3.2 Лінгвістичні та риторичні особливості публічних виступів і заяв Камали Гарріс	54
3.3 Механізми медіації в передвиборчому дискурсі Камали Гарріс	69
Висновки до розділу 3	77
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	85
СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ	90
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ	90
СПИСОК ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ	91

ВСТУП

У XXI столітті політична комунікація переживає глибокі зміни, спричинені стрімким розвитком цифрових технологій і переосмисленням самої природи взаємодії між владою та суспільством. Класичні канали поширення політичної інформації – телебачення, радіо, друковані медіа – поступово втрачають статус головних джерел впливу. Їхнє місце займають інтерактивні, мультимедійні та соціально зорієнтовані форми спілкування, що дозволяють аудиторії не лише споживати, а й співтворити політичний дискурс.

У цьому новому комунікативному середовищі особливого значення набуває поняття медіації політичного дискурсу – процесу, у межах якого політичне повідомлення зазнає змістових, мовних і стилістичних трансформацій залежно від каналу комунікації, типу аудиторії та стратегічної мети. Медіація постає не як технічна адаптація тексту, а як зміна самої структури висловлювання, його інтонації, образності та навіть ціннісної основи. Саме через ці механізми політична мова набуває нових смислів, а політична дія – нового рівня символічного впливу.

Актуальність дослідження медіації у політичному дискурсі зумовлена її впливом на соціальні, культурні й ідеологічні процеси. Медіація показує, як мовні засоби формують громадську думку, конструюють політичний імідж та вплітають висловлювання у ширший культурний контекст. У виборчих кампаніях цей механізм особливо помітний, адже політичне повідомлення набуває стратегічності та емоційної спрямованості.

Дискурс Камали Гарріс – першої жінки, афроамериканки та особи південноазійського походження на посаді віцепрезидентки США – є прикладом нової риторичної парадигми. Її політичне мовлення поєднує аналітичність з особистою інтонацією, офіційність – із щирістю, а символічність – із практичними меседжами. Гарріс упевнено працює з етосом, пафосом і логосом, переходячи від аргументативності до довірливого тону, що створює ефект діалогу з аудиторією.

Її риторика існує на межі офіційності та відкритості, владності та людяності, національних меседжів і особистих історій. Передвиборчі звернення Гарріс демонструють модель політичної комунікації, у якій пріоритет надається довірі та співучасті, а не декларативності.

У цьому контексті медіація постає як механізм адаптації політичного змісту до каналу, контексту та адресата. Вона охоплює емоційне, стилістичне й інтонаційне налаштування висловлювання. Аналіз дискурсу Гарріс дає змогу простежити, як політичне мовлення переходить від директивності до партнерського спілкування.

Особливої ваги набуває й проблема політичного лідерства в цифрову добу. Розмивання традиційних авторитетів, поява «емоційної політики» та зростання ролі горизонтальних взаємодій формують запит на нові форми репутаційного управління. У цих умовах риторика Гарріс уособлює перехід до лідерства, заснованого на принципах інклюзії, рівності та суспільної емпатії.

Вивчення медіації у її дискурсі відкриває перспективи для політлінгвістики, медіалінгвістики й критичного дискурс-аналізу. Воно дозволяє глибше зрозуміти, як сучасні політики поєднують стратегічне переконання з людяністю тону та вибудовують комунікацію, зорієнтовану на співтворення смислів з аудиторією.

Ступінь наукової розробленості теми. Проблематика політичної комунікації широко висвітлена у працях таких українських дослідників, як М. Карпенко [11], О. Зернецький [9], Ю. Бокоч [4], О. Остапенко [20], а також у роботах іноземних науковців: Л. Фрідман [39], М. Кастельс [31], Ю. Габермас [40], Б. МакНейр [50]. Однак дослідження, присвячені аналізу механізмів медіації передвиборчого дискурсу на прикладі окремих політичних фігур (зокрема Камали Гарріс), на сьогодні є поодинокими, що засвідчує наукову новизну і недостатню розробленість даної тематики.

Метою роботи є комплексне дослідження механізмів медіації політичного дискурсу на матеріалі передвиборчих виступів Камали Гарріс.

Для реалізації цієї мети були поставлені такі **завдання**:

- з'ясувати сутність політичної комунікації в умовах цифрової епохи;
- окреслити міждисциплінарні засади поняття «медіація»;
- визначити риторичні, прагматичні та лінгвістичні стратегії в політичному дискурсі;
- проаналізувати особливості медіації політичних текстів у передвиборчій кампанії Камали Гарріс;
- охарактеризувати іміджеву, лінгвостилістичну та медійну складову комунікації Гарріс.

Об'єктом дослідження є політичний дискурс у США в період передвиборчих кампаній.

Предметом дослідження є механізми медіації політичних текстів, що реалізуються у виступах Камали Гарріс (2020–2024 рр.), зокрема на рівні лексики, риторичних стратегій, синтаксису та цифрової репрезентації.

Матеріал дослідження. Матеріалом для дослідження стали автентичні транскрипти публічних виступів Камали Гарріс у період її віцепрезидентства та передвиборчої кампанії. До аналізу залучено тексти, опубліковані на офіційних урядових ресурсах США, а також у провідних національних медіа. Окрему групу становлять матеріали з цифрових платформ, які дозволили простежити особливості сторітелінгу, мовної стилістики та медіації в умовах соціальних мереж.

Методи дослідження. У цьому дослідженні політичного мовлення К. Гарріс поєднано кілька підходів, щоб не просто описати її стиль, а зрозуміти, як вона говорить із людьми – щиро, впевнено й по-людськи. Дескриптивний метод допоміг розглянути найдрібніші деталі її мови: добір слів, інтонацію, темп, навіть паузи, що надають промова тепло й довіри. Дискурс-аналіз дав змогу побачити, як у її висловах переплітаються голос влади й голос громадян, як політика перетворюється на розмову, а не на монолог. Фреймовий аналіз відкрив, які образи постійно з'являються у її промовах – надія, єдність, гідність, спільна мета. А критичний дискурс-аналіз дозволив зазирнути ще глибше: побачити, як через мову К. Гарріс не просто впливає, а створює простір

взаємоповаги, де слово стає дією. Разом ці методи допомогли відчутти її риторику як живу, людяну і справжню – таку, що торкається не лише розуму, а й серця.

Наукова новизна дослідження. Наукова новизна полягає у спробі всебічного аналізу політичного дискурсу Камали Гарріс як прикладу стратегічної медіації у виборчій кампанії, з акцентом на риторичні, лінгвістичні та цифрові механізми впливу. Уперше здійснено розгорнуту класифікацію лінгвостилістичних прийомів у її промовах на основі реального корпусу виступів.

Практична значущість. Результати дослідження мають прикладне значення та можуть бути ефективно використані в різних галузях гуманітарного знання і професійної практики. Зокрема, вони становлять цінність для освітнього процесу у вищій школі, зокрема в курсах політлінгвістики, медіалінгвістики, комунікативістики та дискурс-аналізу, де вивчаються механізми взаємодії мови й влади, мови й медіа, мови й суспільства. Запропонований аналіз риторичних і лінгвістичних стратегій Камали Гарріс також може бути використаний як аналітична база для підготовки політичних комунікацій, зокрема у створенні аналітичних звітів, виборчих кампаній, стратегічних повідомлень та іміджевих виступів політиків.

Структура дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, кожен з яких поділено на підрозділи, загальних висновків і списку використаних джерел (78 позицій). У першому розділі подано теоретичні засади політичної комунікації та поняття медіації в сучасному інформаційному суспільстві. У другому розділі розглянуто особливості американського політичного дискурсу та способи його трансформації в умовах медіації. У третьому розділі здійснено практичний аналіз мовних, риторичних і комунікативних стратегій у передвиборчому дискурсі Камали Гарріс.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МЕДІАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТІВ

1.1 Сутність політичної комунікації в сучасному інформаційному суспільстві

Політична комунікація посідає центральне місце в житті демократичних суспільств, адже саме через неї відбувається постійний діалог між владою, політичними структурами, медіа та громадянами. В умовах інформаційного вибуху та технологічної динаміки цей процес набуває нових форматів, каналів і змістових вимірів. Йдеться не просто про обмін повідомленнями політичного характеру, а про багаторівневу систему взаємодії, що формує уявлення людей про політичну реальність, визначає способи ухвалення рішень, впливає на громадські настрої та легітимність влади.

У сучасному інформаційному просторі політична комунікація постає як стратегічно вибудована мережа взаємозв'язків між політичними акторами, засобами масової інформації та суспільством. Вона виконує низку важливих функцій: передає знання й цінності, інтерпретує події, моделює соціальні очікування. На думку М. Карпенка, саме політична комунікація стає основним механізмом легітимації влади, консолідації суспільної думки та формування моделей політичної поведінки [11, с. 57]. Її сила полягає в тому, що інформація перетворюється на інструмент впливу, а емоційне сприйняття подій дедалі частіше визначає реакції громадян сильніше, ніж логічні аргументи чи раціональні оцінки.

Згідно з Л. Фрідманом, політична комунікація сьогодні є «медіасередовищем дій», у якому політики виступають радше як комунікатори, ніж як законодавці чи лідери думок у класичному сенсі [39, с. 82]. Політична реальність конструюється через наративи, образи, гасла, а не лише через змістовну політику. Особливо важливою є роль візуальних медіа, соціальних мереж, мемів, які дозволяють не лише поширювати повідомлення, а й

формувати «нову публічність» – простір, де аудиторія не просто споживає, а й активно коментує та продукує політичний контент [32, с. 33].

Інформаційне суспільство вирізняється надзвичайною швидкістю змін, безперервним потоком комунікацій і зростаючим впливом цифрових алгоритмів, які дедалі частіше визначають, що саме стає предметом політичного обговорення. Як зазначає О. Зернецький, процес цифровізації політичної сфери призвів до стирання меж між приватним і публічним простором: політичні повідомлення тепер інтегровані у звичний медіапотік, змішуючись із розважальним контентом і набуваючи рис «перформативної політики» [9, с. 102].

За цих обставин трансформується сама природа політичного впливу. Серед нових агентів комунікації зростає значення тих, хто не має офіційного статусу, але володіє довірою аудиторії – мікроінфлюенсерів, блогерів, громадських активістів. Їхня діяльність ґрунтується не стільки на формальних політичних повноваженнях, скільки на здатності швидко реагувати на інформаційні події та формувати суспільні настрої. Як наслідок, медійний простір стає поліцентричним, а публічна думка – чутливішою до емоційних, ніж до раціональних аргументів [48, с. 62].

Особливістю сучасної політичної комунікації є також те, що вона здійснюється не лише через мовні повідомлення, а й через символи, візуальні образи, тілесні жести, музичний супровід – тобто через мультимедіальну, емоціогенну форму, що апелює до підсвідомих механізмів сприйняття [24, с. 45]. Політичне повідомлення дедалі частіше набуває форми шоу, гри, драматичного сюжету. Це породжує нову комунікаційну реальність, у якій політика стає медіапродуктом, що існує за законами видовища [35, с. 61].

За визначенням Ю. Бокоча, політична комунікація охоплює всі процеси передачі та обміну політично значущою інформацією, які надають політичній діяльності структурованого змісту та сприяють формуванню публічного дискурсу [4, с. 47].

О. Остапенко наголошує, що політична комунікація виконує не лише внутрішньосупільну функцію узгодження інтересів, а й стає важливим чинником міжнародних відносин, забезпечуючи зв'язок між соціальними системами різного рівня [20, с. 108]. Її зміст та ефективність великою мірою залежать від умов, у яких вона реалізується, від рівня розвитку демократії, свободи слова, а також від технічних засобів передавання інформації. Ю. Ганжуров підкреслює, що політична комунікація являє собою складний інформаційний обмін між різними елементами політичної системи, спрямований на підтримання її стабільності та адаптації до змін [6, с. 47]. Вона є не лише реакцією на політичні події, а й інструментом їхнього конструювання в публічному просторі.

Іноземні дослідники також активно вивчають сутність і динаміку політичної комунікації. Зокрема, М. Кастельс у своїй праці *Communication Power* зазначає, що в інформаційну епоху комунікативні мережі є основою нової форми влади – мережевої влади, яка визначається здатністю формувати публічне уявлення про події та рішення [31, с. 72]. Ще раніше Г. Лассуелл, один із основоположників теорії політичної комунікації, окреслив її як процес передачі політичних символів та значень, які безпосередньо впливають на громадську думку та поведінку індивідів [44]. Ця класична концепція залишається актуальною, оскільки політична комунікація не лише передає зміст, але й формує смисли.

Т. Ніколс звертає увагу на проблему девальвації експертності у цифрову епоху. За його словами, політична комунікація стикається з викликом поширення «інформаційного егоцентризму», коли кожна думка вважається рівноцінною, незалежно від її обґрунтованості [52, с. 84]. Це призводить до зниження рівня політичної грамотності населення та ускладнює досягнення суспільного консенсусу.

Отже, сучасна політична комунікація в міжнародному вимірі постає як складна, багатоформатна та суперечлива сфера, в якій перехрещуються інтереси політичних суб'єктів, медіа-структур і громадян.

1.2 Поняття медіації: міждисциплінарний підхід

Медіація, або посередництво, як спосіб мирного розв'язання конфліктів, має давнє коріння й супроводжує людство впродовж усієї історії. Конфліктність притаманна будь-якому суспільству, тому потреба в примиренні завжди була актуальною. Уже в біблійних оповідях згадуються випадки, коли третя сторона втручалася, щоб відновити злагоду між людьми – це й стало основою сучасного розуміння медіації.

У різних культурах з'являлися власні форми посередництва. Африканські племена залучали старійшин, чиє слово мало силу закону. У Китаї медіація спиралася на конфуціанський принцип гармонії, а в юдейських громадах її здійснювали рабини, які керувалися етичними та релігійними нормами.

Найбільшого розвитку посередництво набуло в античному світі. У Греції та Римі воно поступово перетворилося на соціальний інститут, де посередники, обрані за мудрість і неупередженість, допомагали знайти справедливе рішення, здатне зберегти мир і рівновагу в суспільстві.

У римському праві термінологія для позначення посередника була надзвичайно багатою – вживалися слова *internuncius*, *intercessor*, *conciliator*, *interpres*, *mediator* та інші. Це засвідчує, наскільки розвиненим був інститут посередництва у правовій культурі Риму. Вже в часи кодифікації Юстиніана (530–533 рр. н.е.) медіація була частиною юридичної практики, що свідчить про її високий ступінь формалізації та соціальної значущості [5, с. 176].

У традиційних і обцинних суспільствах медіація мала неповторні риси. Посередником зазвичай ставала людина, що користувалася довірою громади. Це міг бути староста, шаман чи духовний лідер. Його авторитет ґрунтувався не лише на досвіді, а й на моральних якостях, походженні та здатності втілювати спільні цінності. Саме тому медіатор сприймався як хранитель порядку й справедливості.

Традиційна медіація була відкритою. Її здійснювали прилюдно, у присутності членів родини, старійшин і сусідів. Це був не лише спосіб розв'язати суперечку, а й колективний акт відновлення гармонії в громаді. Посередник діяв не як суддя, а як носій етичних норм, покликаний зберегти злагоду між людьми.

Еволюція медіації показує її універсальність. Вона змінювалася разом із суспільством, але ніколи не втрачала своєї сутності – служити миру та взаєморозумінню. Від обрядових практик давнини до правових механізмів сучасності, посередництво залишалося важливим інструментом стабільності.

У наш час медіація визнана дієвим способом розв'язання спорів. Її офіційне становлення відбулося у США в 1960–1970-х роках. Причиною стала перевантаженість судів і надмірна тривалість судових процесів. Новий підхід передбачав добровільність, нейтральність і конфіденційність, що зробило медіацію швидкою та ефективною альтернативою судовому розгляду [73].

Із часом медіаційна практика продемонструвала свою ефективність у багатьох правових системах світу, що сприяло її поширенню далеко за межі США. Зокрема, цей механізм набув широкого застосування у Великій Британії, Канаді, Австралії, а також у низці країн Європейського Союзу – Австрії, Нідерландах, Італії, Німеччині, де медіація була інкорпорована в законодавчі рамки й активно застосовується як у приватноправових, так і публічно-правових спорах [73].

Попри міжнародне визнання, у вітчизняному законодавстві поняття «медіація» досі не має чіткого юридичного закріплення, що ускладнює її повноцінне правозастосування. Ця прогалина в нормативному полі зумовлює появу різних тлумачень змісту поняття «медіація» у вітчизняній науковій літературі. Наприклад, О. Белінська розглядає медіацію як добровільний і конфіденційний процес вирішення конфлікту, в межах якого нейтральна третя сторона – медіатор – допомагає сторонам конфлікту шляхом структурованих переговорів дійти спільного, взаємоприйнятного рішення [2, с. 158–159].

Дещо вужчий підхід пропонує І. Присяжнюк, яка акцентує на тому, що медіація є саме досудовою формою врегулювання спорів, при цьому медіатор виступає не арбітром, а посередником, що допомагає сторонам узгодити прийнятне для обох рішення [74].

За даними дослідження З. Красіловської, активне впровадження інструментів медіації в Україні розпочалося у середині 1990-х років, коли було створено перші медіаційні центри, зокрема в Одесі (1997 рік), які стали платформами для поширення медіаційної культури та підготовки фахівців у цій сфері [18, с. 8].

Ю. Притика у своїй монографії визначає медіацію як специфічну форму ведення переговорів, у межах якої сторони прагнуть досягти угоди за посередництва третьої нейтральної особи. Особливістю цієї форми є те, що медіатор не має повноважень для ухвалення рішень – його роль полягає у полегшенні комунікації, пошуку спільних інтересів та створенні сприятливого середовища для вироблення конструктивного рішення [22, с. 46].

Медіація постає як гнучкий і динамічний суспільний інститут, що стрімко розширює свої межі. Вона вимагає не лише глибокого міжгалузевого осмислення, а й чіткого правового закріплення. Її результативність підтверджують як міжнародні практики, так і локальні ініціативи, які доводять здатність цього механізму забезпечувати стабільність і взаєморозуміння.

В українському контексті медіація перебуває на етапі становлення. Науковці й практики досі шукають узгоджене визначення цього поняття. Проте в усіх підходах зберігається спільне ядро: добровільність участі, безсторонність посередника й орієнтація на потреби сторін. Саме ці засади забезпечують довіру до процесу та його ефективність.

У сучасному академічному дискурсі термін «медіація» трактується багатовимірно. Його застосовують не лише у правознавстві, а й у соціології, психології, комунікаційних студіях і конфліктології. Медіація розглядається як взаємодія, у якій сторони прагнуть порозуміння за допомогою третьої нейтральної особи – медіатора. Вона не обмежується технікою розв'язання

суперечок, а перетворюється на культурний спосіб ведення діалогу, що базується на повазі, рівноправності й прагненні до згоди.

Згідно з підходом українського науковця О. Бандурки, медіація – це особлива форма комунікації, спрямована на досягнення згоди між сторонами через діалог і взаємне розуміння [1, с. 12]. Автор наголошує на її гуманістичному характері та потенціалі для відновлення порушених соціальних зв'язків. У подібному ключі І. Іванова вважає медіацію інструментом регулювання міжособистісних і міжгрупових відносин, що забезпечує зниження напруженості та підвищення соціальної згуртованості [10, с. 45].

На думку Т. Комарової, медіація поєднує елементи правового, етичного та комунікативного впливу, тому її застосування виходить за межі суто юридичного поля і охоплює сфери освіти, бізнесу, політики [17, с. 87]. У цьому контексті медіація постає як міждисциплінарне поняття, здатне адаптуватися до різноманітних соціальних ситуацій. В. Головченко наголошує, що ефективна медіація можлива лише за умови розвитку комунікативної культури учасників процесу та належної підготовки медіатора, який має бути одночасно психологом, комунікатором і фасилітатором [7, с. 64].

Психологічний вимір медіації детально розкриває Л. Тимошенко, підкреслюючи, що ключову роль у цьому процесі відіграють емпатія, здатність до активного слухання, емоційна саморегуляція та створення атмосфери довіри [25].

Іноземні дослідники також наголошують на комплексному характері медіації. Так, К. Муніє вважає, що медіація – це форма керованого діалогу, яка забезпечує можливість трансформації конфлікту через перехід від конфронтації до співпраці [51, с. 11]. За словами С. Кобб, медіація – це дискурсивна практика, що формує нові наративи про конфлікт і дозволяє сторонам переосмислити власні позиції [34, с. 21].

М. Прайор вивчає політичну медіацію як механізм модерації ідеологічних протистоянь у медіапросторі та зазначає, що медіація знижує поляризацію, сприяє компромісу й відновленню публічного дискурсу [55, с. 30]. Своєю

чергою, американський психолог Д. Шапіро вважає медіацію формою управління емоціями у конфлікті, яка дає змогу уникнути ескалації та зберегти взаємну гідність сторін [57, с. 83].

У контексті освіти Р. Тейлор підкреслює, що шкільна медіація є ефективним інструментом формування навичок ненасильницького спілкування та вирішення конфліктів серед молоді, розвиваючи у них толерантність і відповідальність [59].

Медіація, як міждисциплінарне явище, що поєднує комунікативні, психологічні, правові й соціальні підходи, постає ефективним засобом розв'язання конфліктів, формування культури діалогу та зміцнення взаєморозуміння в демократичному суспільстві.

1.3 Риторичні, прагматичні та лінгвістичні стратегії в політичному дискурсі

Політичний дискурс як важливий інструмент реалізації влади передбачає використання комплексного набору стратегій, серед яких провідну роль відіграють риторичні, прагматичні та лінгвістичні.

На думку української дослідниці М. Коваль, політичний дискурс є поліфункціональним, тобто виконує одночасно декілька комунікативних, соціальних і психологічних функцій, серед яких особливо важливими є ідеологічна та маніпулятивна [14, с. 55]. Ідеологічна функція полягає в тому, що через дискурс транслуються певні суспільно значущі цінності, переконання та погляди, які відображають політичну позицію конкретного суб'єкта – партії, лідера або інституції. За допомогою риторичних фреймів, концептів, ключових слів і символів політики формують в уявленні аудиторії образи «свого» та «чужого», пропонують інтерпретацію подій та конструюють бажану картину реальності.

Маніпулятивний потенціал політичного дискурсу є однією з його найтонших і водночас найнебезпечніших характеристик. Його сутність полягає у прихованому впливі на свідомість, емоційний стан і поведінку адресата. На

відміну від відвертого переконання, маніпуляція діє опосередковано, використовуючи мову як інструмент ненав'язливого контролю над сприйняттям і мисленням аудиторії.

Маніпуляція у політичному дискурсі реалізується передусім через емоційне навантаження мови. Використання лексики з позитивним або негативним відтінком, непрямих оцінок, натяків чи заміни понять створює потрібне для комунікатора враження. Так, переозначення війни як «спеціальної операції» або «боротьби за мир» змінює саме сприйняття подій, формуючи у масовій свідомості відчуття правомірності дій влади.

Маніпулятивний ефект підсилюють образні засоби – метафори, кліше, протиставлення, риторичні повтори. Вони апелюють до підсвідомих структур мислення, викликають відчуття «зрозумілості» повідомлення, хоча насправді спрощують складні політичні процеси до емоційно зручних схем. Коли політик говорить про «захист традиційних цінностей» або «боротьбу зі злом», він не лише формує етичну рамку, а й звужує спектр можливих інтерпретацій. Емоція витісняє аргумент, а переконання вибудовується не через логіку, а через почуття.

У такому контексті мовленнєва стратегія постає як складний механізм, що поєднує когнітивні, комунікативні та психологічні рівні впливу. Вона – не випадковий набір засобів, а ретельно вибудовувана система дій, спрямованих на досягнення певної мети: переконати, мобілізувати, дискредитувати або нейтралізувати опонента. Стратегія в політичному мовленні є «алгоритмом впливу», який активується з урахуванням контексту, ситуації та аудиторії [11, с. 112].

Ефективність стратегії залежить від багатьох чинників – ролі комунікантів, соціального статусу адресата, каналу передачі інформації, жанру повідомлення, культурних традицій спільноти. Політик у своїх висловлюваннях завжди враховує очікування виборців, рівень їхньої довіри, мовні звички та навіть тип мислення, характерний для певного соціального прошарку. Тому

стратегія завжди є адаптивною – вона змінюється залежно від часу, ситуації та реакції аудиторії.

Отже, мовленнєва стратегія в політичному дискурсі – це не просто спосіб висловлення думки. Це інтелектуальний інструмент керування увагою та емоціями публіки, за допомогою якого створюється і підтримується політична реальність. Її головна мета – вплив, а засіб цього впливу – слово, що здатне і переконати, і замаскувати, і нав'язати потрібний спосіб бачення світу.

Наприклад, під час передвиборчої кампанії політик може застосовувати стратегію самопросування, яка включає тактики самопредставлення, демонстрації досягнень, створення позитивного іміджу через метафоричні структури («я – гарант стабільності», «команда змін» тощо). У той же час, у контексті політичного конфлікту або інформаційної війни реалізується стратегія дискредитації, яка будується на тактиках поляризації, маргіналізації опонента, підсилення негативних асоціацій.

Політичний дискурс функціонує як багатовимірний інструмент боротьби за владу, а не як нейтральний обмін інформацією. Його структура передбачає цілеспрямований вплив на колективну свідомість, коли добір мовних і риторичних засобів стає елементом ретельно спланованої стратегії. Політик ніколи не говорить випадково – кожне слово, інтонація, пауза або метафора працюють на досягнення певної мети: зміцнення довіри, консолідацію електорату чи делегітимацію опонента. Цей вплив не є прямолінійним: він враховує як раціональну, так і емоційно-психологічну реакцію слухача, апелює до уявлень про цінності, мораль, національну ідентичність.

Як наголошує Т. Яценко, риторичні стратегії в політичному дискурсі виконують не лише функцію впорядкування висловлювання, а й виступають потужним засобом емоційного та ідеологічного тиску на аудиторію [28, с. 65]. Науковиця підкреслює, що сучасні політики володіють широким арсеналом риторичних прийомів, які дають змогу варіювати інтонацію, змінювати рівень емоційного напруження та створювати ілюзію близькості з виборцем. Вміле

використання таких прийомів формує довірливу атмосферу, посилює переконливість і стимулює емоційну мобілізацію громадян.

Одним із найпоширеніших напрямів риторичних стратегій є апеляція до патріотичних і моральних цінностей. Звернення до історичної пам'яті, національних символів, релігійних мотивів або родинних чеснот слугує засобом формування спільної ідентичності та морального зв'язку між політиком і виборцем. Такі елементи часто проявляються у промовах через наголошення на єдності народу, самопожертві, боротьбі за свободу, захисті дітей, віри чи традицій. Вони створюють емоційне тло, на якому політичні меседжі сприймаються не як абстрактні гасла, а як продовження глибинних культурних цінностей суспільства. За допомогою цих засобів політик не просто інформує – він конструює морально навантажену реальність, у якій його позиція здається природною, а опозиційна – загрозливою.

У цьому сенсі риторика виконує не лише комунікативну, а й світоглядну функцію. Вона структурує сприйняття політичного простору, задаючи межі дозволеного і бажаного. Саме тому політичний дискурс має значний потенціал впливу – він не лише формує уявлення про те, що є істинним, а й визначає, що є морально правильним.

Водночас прагматичний аспект політичного дискурсу виявляється не менш важливим. Як зазначає О. Козлова, прагматичні стратегії становлять складну систему мовленнєвої поведінки, спрямовану на забезпечення ефективної взаємодії з аудиторією [15]. Йдеться не просто про донесення інформації, а про організацію комунікаційного процесу так, щоб він максимально відповідав очікуванням, установкам і емоційному стану виборців. На думку дослідниці, політичний дискурс не існує поза прагматичним контекстом, адже кожне висловлювання має конкретну мету, визначену ситуацією спілкування, адресатом і соціальними умовами.

О. Козлова наголошує, що прагматичні стратегії в політиці включають як прямі мовленнєві дії – твердження, звернення, заклики, – так і непрямі, приховані засоби впливу. Вони можуть бути реалізовані через алюзії, натяки,

імплікації або мовчазні припущення, які спрямовують інтерпретацію повідомлення в потрібне русло. Такі прийоми дозволяють політичному комунікатору залишатися зовні нейтральним, водночас коригуючи сприйняття інформації й поведінку слухача.

Отже, політичний дискурс постає як поле стратегічної мовної гри, де слово має силу не лише переконувати, а й формувати ідеологічну реальність. Його ефективність ґрунтується на поєднанні риторичних і прагматичних засобів, які разом створюють цілісний механізм впливу – розумового, емоційного та ціннісного. Саме у цій здатності непомітно керувати свідомістю аудиторії й полягає його справжня комунікативна влада.

У межах прагматичного аналізу політичного дискурсу особливу увагу заслуговують опосередковані мовні засоби впливу, які не мають прямого експліцитного вираження, проте відіграють ключову роль у формуванні смислового та емоційного сприйняття повідомлення з боку аудиторії. До таких засобів належать імпліцитні значення, натяки та алюзії, а також приховані погрози чи обіцянки. Вони дозволяють політичному мовцю здійснювати вплив на когнітивному, емоційному й поведінковому рівнях без відкритого проголошення своїх намірів [15, с. 43].

Одним із найтонших способів впливу в політичному дискурсі є створення прихованих смислів – імпліцитів (*implicatures*). Політик не завжди говорить прямо. Часто він залишає простір для домислів, і саме це робить його слова ефективними. Прихований зміст формується через контекст, інтонацію, навіть паузу чи порядок фраз. Завдяки такій двозначності мовець може водночас сказати і не сказати, створити враження відвертості, але не нести відповідальності за пряму заяву. Імпліцитність дозволяє адаптувати послання до різних груп виборців, залишаючи кожній можливість почути у словах політика саме те, що вона хоче почути.

Не менш дієвими є натяки й алюзії (*hints and allusions*). Вони апелюють до спільної пам'яті, знайомих історичних чи культурних образів, що живуть у колективній свідомості. Коли політик згадує «боротьбу за свободу» або

«повернення справедливості», слухач уже наповнює ці фрази власним змістом. У цьому й полягає сила алюзії – вона не нав’язує, а пробуджує. Такі звернення створюють відчуття єдності, «спільної мови» між лідером і народом. Як зауважує Г. Лакофф (Lakoff), алюзія працює тому, що активує звичні для суспільства моделі мислення, і тоді емоція випереджає раціональне сприйняття [76, с. 214].

Окрему групу становлять приховані погрози та обіцянки (*veiled threats and promises*). Як наголошує О. Козлова, це, мабуть, найпотужніший засіб впливу, адже він керує очікуваннями людей, не називаючи речі прямо [15]. Політик може говорити про «спільну відповідальність» чи «неминучість наслідків», і аудиторія розуміє натяк без додаткових пояснень. Так створюється ефект контролю – виборець реагує не на факт, а на емоційне передчуття, яке підштовхує його до певних дій.

Такі непрямі прагматичні стратегії дають можливість діяти гнучко. Вони дозволяють уникати конфронтації, залишаючи простір для тлумачень і водночас керуючи сприйняттям інформації. Ця форма комунікації особливо ефективна у кризових ситуаціях, коли суспільство вразливе й емоційно напружене. Політик може виглядати обережним, навіть нейтральним, але його слова формують потрібний настрій – тривогу, довіру, надію або страх.

Комбінація імпліцитних натяків, алюзій і непрямих заяв створює багаторівневу систему прихованого впливу. Вона дозволяє політику залишатися у межах коректності, проте контролювати тон і напрям публічного дискурсу. У результаті формується емоційно насичена, але м’яко керована реальність, у якій виборець почувається співучасником, а не об’єктом маніпуляції.

Ефективність політичної комунікації залежить не від логіки аргументів, а від уміння політика впливати на спосіб інтерпретації його слів. Суть полягає не у фактах, а в тому, як їх подано – через підтекст, інтонацію, культурні асоціації чи навіть замовчування. Саме тому прагматичні стратегії стали одним із головних інструментів переконання в сучасній політичній риториці.

Цю думку розвиває українська дослідниця Н. Полюга, яка розглядає мову

політики як живий організм, що здатен не лише передавати зміст, а й формувати нову реальність. На її думку, лінгвістичні стратегії в політичному дискурсі – це не просто набір технік, а складна система знаків і символів, через яку політик творить власний світ і запрошує аудиторію в нього увійти. Вона розглядає мову політики не лише як засіб комунікації, а як інструмент символічного моделювання соціальної реальності. На її думку, політичне мовлення є засобом формування уявлень про світ, де за допомогою мовних засобів формуються ідентичності, конструюються уявні вороги та закріплюються системи цінностей. У цьому процесі, як зазначає дослідниця, вирішальну роль відіграють чотири основні стратегії: номінація, оцінка, протиставлення та емоційна актуалізація [21, с. 43].

Підсумовуючи, Н. Полюга наголошує на тому, що згадані стратегії не існують ізольовано. Вони взаємодіють і переплітаються, формуючи цілісний дискурсивний вплив, спрямований на:

- моделювання бажаного образу дійсності (через номінацію);
- стимулювання емоційної оцінки (через оцінку та емоційну актуалізацію);
- створення ефекту протилежності, що полегшує соціальне позиціонування (через протиставлення).

Усе це в сукупності дозволяє політичним акторам не лише комунікувати з електоратом, а й активно впливати на його світогляд, ідентичність та поведінкові установки, що набуває особливої значущості в умовах гіперполяризованого інформаційного середовища сучасності.

Завдяки їхній комбінації політики можуть ефективно формувати образи «своїх» і «чужих», посилювати колективну ідентичність, мобілізувати підтримку та легітимізувати власні дії в очах суспільства.

На думку Л. Лисиченко, сучасне політичне мовлення набуває особливих рис у зв'язку з впливом цифрового комунікативного середовища, зокрема соціальних мереж, які змінюють як швидкість поширення інформації, так і формати політичної комунікації. У своїй праці дослідниця зазначає, що

лінгвістичні прийоми в політичному дискурсі сьогодні виконують не лише інформаційну функцію, а й ідеологічно закріплювальну, стаючи механізмами впливу, конструювання масової свідомості та нормалізації політичних смислів [19, с. 44].

Одним із найпомітніших і водночас найефективніших інструментів мовного впливу в політичному дискурсі є повторюваність (репетиція). Її сутність полягає у багаторазовому використанні тих самих лексем, висловів або риторичних формул, які з часом перетворюються на своєрідні вербальні маркери політичної ідентичності. Повторення не просто дублює зміст – воно закріплює його у свідомості реципієнта, створює ілюзію очевидності та природності висловленого. Через багаторазове відтворення в медіа, промовах, постерах і цифрових повідомленнях політичний меседж поступово переходить із площини інформування до площини переконання. Психологічно це сприймається як підтвердження правдивості: те, що звучить часто, здається знайомим, а знайоме – достовірним.

Репетиція виконує також когнітивну функцію – вона спрощує складну політичну інформацію, зводячи її до короткої й запам'ятовуваної формули. Саме тому у передвиборчих кампаніях часто з'являються короткі гасла на кшталт *Change we can believe in* чи *Make America great again*, які втілюють цілу ідеологію у декількох словах. Повторення створює ритм, який сприймається майже фізично, – і цей ритм працює як вербальний «якір», що повертає слухача до потрібного смислу.

Не менш важливим прийомом, на який звертає увагу Л. Лисиченко, є формульність – використання стандартизованих, легко впізнаваних мовних конструкцій [19]. Такі мовні кліше відзначаються простотою синтаксису, ритмічною організацією та високим ступенем варіативності, що робить їх зручними для відтворення іншими мовцями. Формульні вислови – це своєрідні «мовні матриці», які легко масштабуються у різних контекстах: від офіційних виступів до дописів у соціальних мережах. Вони мають яскраву інтонацію, афористичну побудову й часто набувають ознак гасла або прислів'я. Саме ця

властивість забезпечує їм довге життя у публічному просторі – від телеефірів до мемів і народних цитат. У сучасній цифровій культурі така формульність стає не лише засобом переконання, а й способом перетворення політичного висловлювання на елемент масової культури.

Цікавим аспектом формульності є її ритмічність: симетрична структура фрази, повтор звуків чи наголосів створюють відчуття завершеності, а тому – переконливості. Вислів, який «добре звучить», легше поширюється і сприймається як авторитетний. Політичні спічрайтери давно помітили цю закономірність і використовують її як засіб підвищення емоційної привабливості промови.

Ще одним дієвим інструментом є цитування – техніка, яку Л. Лисиченко розглядає як форму ідеологічної легітимації [19]. Політичний мовець посиляється на авторитетні джерела – державні документи, класичну літературу, біблійні тексти або висловлювання відомих діячів – щоб надати своїй позиції додаткової ваги. Таке цитування виконує функцію «запозиченого авторитету»: довіра до відомого джерела автоматично переноситься на мовця. Наприклад, звернення до Конституції чи слів історичних лідерів формує у свідомості виборця відчуття спадкоємності, стабільності, історичної правоти.

У цифровому середовищі цитати набувають нового життя. Вони швидко поширюються в соціальних мережах, трансформуються у візуальні пости, меми, короткі відеоформати. Таким чином, цитата перестає бути статичним елементом і стає частиною динамічного медіаобігу. Вона може видозмінюватися, інтерпретуватися, і навіть втрачати первісний зміст, проте її головна функція – емоційне впізнавання – зберігається. Це і є процес «повторного кодування» політичного сенсу, коли зміст висловлювання живе далі, адаптуючись до нового інформаційного контексту.

Отже, повторюваність, формульність і цитування становлять ядро лінгвістичних стратегій, що забезпечують довготривалий ефект політичного впливу. Вони формують колективну пам'ять виборців, надають політичним повідомленням ритм, структуру й емоційний відтінок. Ці засоби дозволяють

політичному дискурсу існувати не лише як комунікативна подія, а як культурний феномен, що постійно відтворюється в публічному просторі.

С. Лейх у своїй праці підкреслює, що сучасна політична риторика все частіше апелює до емоцій виборців, а не до раціональних аргументів. На її думку, у фокусі політичної комунікації опиняється емоційний компонент (pathos), який використовується з метою мобілізації, переконання та емоційного залучення аудиторії. Особливо дієвими у цьому контексті є так звані «емоційні тригери» - слова, образи або риторичні конструкції, які викликають у виборця сильні афективні реакції, зокрема страх, гордість або обурення [45].

Британський лінгвіст Дж. Чартеріс-Блек у своїй відомій праці *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor* [33] трактує метафору не як декоративний елемент мовлення, а як фундаментальний інструмент політичного переконання. Учений доводить, що метафора є не просто засобом прикрашання тексту, а потужним механізмом когнітивного впливу, який дозволяє політикам структурувати хаотичну реальність і подавати її у вигляді цілісних, зрозумілих образів. Вона допомагає упорядковувати інформаційний простір, зменшувати складність політичних процесів і робити їх доступними для масової свідомості.

У цьому контексті метафора постає як невід’ємна складова політичного впливу – вона з’єднує раціональне й емоційне, мову й ідеологію, зміст і форму. Саме тому, на думку Дж. Чартеріса-Блека, ефективний політичний оратор – це не просто майстер переконання, а творець концептуальних карт, через які суспільство сприймає реальність.

Політична риторика – це не лише інструмент впливу, а процес конструювання реальності, в якому політик формує не просто аргументи, а ментальні сценарії, що визначають, як аудиторія мислить, реагує і діє. Це робить фреймовий підхід надзвичайно ефективним у розумінні маніпулятивного потенціалу політичного дискурсу [42].

Ш. Лонг у своїх дослідженнях зосереджується на ролі візуальної та цифрової комунікації у політичному дискурсі. Він зазначає, що в епоху соціальних мереж і цифрових платформ політичне повідомлення дедалі частіше

набуває форми не довгого тексту, а компактного, візуально привабливого контенту – такого як меми, гасла, графіка, сторіс, GIF-файли, відеофрагменти з промов тощо [46]. Згідно з Ш. Лонгом, текстово-візуальна комунікація у політиці виконує три ключові функції:

1. Емоційне залучення (emotional appeal).
2. Миттєве розпізнавання сенсу (rapid decoding).
3. Вірусність і поширення (shareability and virality).

Отже, риторичні, прагматичні та лінгвістичні стратегії функціонують як багаторівнева система впливу в політичному дискурсі. У сучасних умовах вони все частіше взаємодіють із візуальними, цифровими та соціокультурними чинниками, формуючи гнучкі ідеологічні наративи, здатні адаптуватися до змін політичного середовища.

Висновки до розділу 1

Політична комунікація сьогодні – це вже не просто офіційні заяви чи пресконференції. Це живий процес спілкування між владою й людьми, який пронизує всі сфери нашого життя – від телеефірів до коротких відео в соцмережах. Вона формує наші емоції, реакції, уявлення про світ і навіть наше відчуття справедливості. У добу цифрових технологій політичні меседжі поширюються миттєво: один пост може викликати бурю обговорень, змінити настрої суспільства, вплинути на вибори. Людина вже не просто слухач – вона співрозмовник. Вона коментує, ділиться, сперечається, творить власний зміст. Саме ця відкритість і швидкість роблять політичну комунікацію неймовірно впливовою, але й уразливою.

Сьогодні поняття медіації виходить далеко за межі судової зали. Воно стало способом говорити, домовлятися, чути одне одного навіть у політичних суперечках. Медіація – це не лише процедура, а культура діалогу. Вона вчить не доводити, а розуміти. У політиці це проявляється в умінні знаходити точки дотику, шукати спільну мову навіть тоді, коли позиції здаються протилежними. У цифровому просторі роль медіатора нерідко бере на себе журналіст, блогер

або навіть звичайний користувач, який пояснює складні речі просто, без агресії, допомагаючи іншим побачити ситуацію з різних боків.

Медіаційна логіка – це логіка людяності. Вона ґрунтується на емпатії, готовності вислухати, визнати емоції іншого, не принижуючи його. Там, де раніше панували суперечка і тиск, сьогодні все частіше з’являється діалог. Саме ця зміна – від протистояння до порозуміння – робить сучасну політичну комунікацію справді демократичною.

Політичне мовлення у цьому процесі має величезну силу. Одне слово може надихнути або зруйнувати довіру. Тон, пауза, навіть погляд – усе має значення. Риторика політика – це не просто набір фраз, а мистецтво торкнутися людських почуттів. Через емоції він вибудовує контакт, переконує, мобілізує. Через мову він формує картину світу – де є добро і зло, правда й неправда, ми і вони. Повтори, метафори, яскраві образи – усе це працює, бо торкається не розуму, а серця.

Політичний дискурс у цифрову добу – це жива тканина суспільного діалогу. Він не замкнений у стінах парламентів чи студій – він живе в коментарях, у коротких відео, у мемах. Це простір, де люди сперечаються, шукають правду, іноді помиляються, але головне – не мовчать. І саме тут народжується справжня демократія – у здатності чути, реагувати, домовлятися.

Поєднання політичної комунікації, медіації та дискурсивних стратегій сьогодні відкриває нове бачення політики – більш людяне, більш чесне, ближче до емоцій і реального життя. Адже політика перестає бути абстрактною. Вона стає розмовою між людьми, які хочуть зрозуміти одне одного – попри страх, втому чи розчарування. І, можливо, саме в цьому – у простій людській здатності говорити й слухати – криється справжня сила політичної комунікації.

РОЗДІЛ 2

МЕДІАЦІЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ У США: ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ

2.1 Структура та функції політичного дискурсу в американському передвиборчому контексті

Політичний дискурс як різновид комунікації має багаторівневу структуру. На мовному (лінгвістичному) рівні він характеризується добором лексики, синтаксичними конструкціями, стилістичними прийомами і риторичними фігурами, що служать цілям переконання [75]. Політики майстерно маніпулюють мовою, уникаючи надміру абстрактних чи технічних виразів; навпаки, часто використовуються зрозумілі масовій аудиторії слова, гасла, повтори, емоційно забарвлена лексика та тропи (метафори, гіперболи, епітети) для посилення впливу [78]. Наприклад, у політичних промовах традиційними є тріади – повтори по три елементи, що підсилюють меседж, або риторичні запитання, які привертають увагу публіки. На рівні дискурсивної організації (макрорівні) політичний виступ зазвичай має композиційну структуру: вступ (звернення до аудиторії, встановлення контакту, часто – особиста історія чи захоплюючий приклад), основну частину (виклад проблем, цілей, політичних позицій) та висновок (заклик до дії, повтор ключового гасла, апеляція до емоцій).

Риторичні рівні включають аргументаційні стратегії – апеляцію до логіки (logos), до емоцій (pathos) та до власної репутації (ethos) за класичною традицією Аристотеля [23]. Так, політик може наводити статистику і факти для логічного обґрунтування, викликати співчуття чи обурення розповідями про людські долі, а також підкреслювати власний досвід чи моральні якості, щоб завоювати довіру. Отже, структура політичного дискурсу поєднує мовну форму (словесне вираження) і риторичну функціональність (організацію змісту та способів переконання) в єдине ціле, спрямоване на досягнення комунікативної мети.

Політичний дискурс виконує низку важливих функцій у суспільстві, що відображають його роль у формуванні громадської думки та мобілізації громадян [54]. Основні функції політичного дискурсу можна підсумувати так:

Ідеологічна (ідейна) – полягає у трансляції системи цінностей, ідей та переконань, легітимації певної ідеології. Політичний дискурс формує колективні світоглядні наративи, визначає «свій» і «чужий» образи, конструює образи ворога чи союзника, тим самим зміцнюючи ідентичність прихильників певної ідеї. Н. Шевчук підкреслює існування складної ідеологічної системи політичного дискурсу – впорядкованої сукупності смислів, спрямованої на боротьбу за владу [26]. Отже, ідеологічна функція забезпечує сенсове наповнення політики: мова політиків не просто інформує, а навчає аудиторію, як інтерпретувати дійсність згідно з певною доктриною (консервативною, ліберальною, популістською тощо).

Персуазивна (переконувальна) – центральна функція, яка полягає у впливі на погляди й оцінки аудиторії та схилянні її до підтримки політика чи ухвалення потрібного рішення [26]. Мова в політиці є інструментом влади, адже «будь-яка політична дія готується, супроводжується і контролюється мовою» [53]. Через дискурс політик прагне змінити установки виборців – переконати в правильності своєї програми, змусити сумніватися у конкуренті, стимулювати бажану поведінку (голосування, участь в акціях). Як зазначає К. Шаффнер, переконування – це основне призначення політичної мови [75]. Ця функція тісно пов'язана з наступними, більш спеціалізованими функціями.

Маніпулятивна (сугестивна) – полягає у прихованому психологічному впливі, коли за допомогою мовних засобів адресант нав'язує адресатові певні установки, не завжди усвідомлювані останнім. Ю. Яворська зазначає, що всі різновиди впливу у політичному дискурсі зрештою спрямовані на маніпуляцію свідомістю аудиторії [27, с. 75]. Маніпулятивна функція проявляється у використанні евфемізмів (пом'якшення неприємних фактів), імплікатур (прихованих натяків) та однобічної інтерпретації подій. Наприклад, політик може перебільшувати загрози або винуватити зовнішні сили у внутрішніх

проблемах, аби викликати страх і тим самим спонукати публіку прийняти його «захисні» заходи. Маніпуляція відрізняється від відкритого переконання тим, що діє приховано, часто апелюючи до підсвідомих емоційних тригерів та стереотипів, а не до раціональної оцінки. Саме тому ця функція є предметом критичного аналізу: дослідники (наприклад, Т. ван Дейк) розглядають маніпуляцію як зловживання владою через дискурс, коли еліти спотворюють реальність у власних інтересах.

Мобілізаційна (спонукальна) – її суть у тому, щоб спонукати аудиторію до конкретних дій або поведінки. Політичний дискурс не лише формує думки, а й закликає до дії: проголосувати, вийти на протест, підтримати реформу тощо.

Н. Шевчук визначає спонукальну функцію як безпосередній заклик електорату до певних дій [26, с. 263]. Наприклад, у передвиборчих промовах кандидати часто вживають імперативні конструкції: *Join us in this fight, Go vote, Stand with me* – тим самим прямо мобілізуючи прихильників. Мобілізаційний аспект тісно пов'язаний з емоційним піднесенням: через натхненну риторику, патріотичні гасла чи образ спільного ворога політик прагне згуртувати людей і перевести їх енергію в колективну дію (мітинг, кампанія). Особливо яскраво ця функція проявляється у передвиборчих масових заходах (мітингах, ралі), де слово політика прямо переростає в організовану активність аудиторії (скандування гасел, волонтерство у кампанії тощо).

Легітимаційна (легітимуюча) – полягає у виправданні, обґрунтуванні влади або політичних рішень, утвердженні їх правомірності в очах суспільства. Політичний дискурс використовується для того, щоб створити чи зміцнити довіру до політичних інститутів та лідерів [75]. За допомогою мови лідери пояснюють необхідність своїх дій, апелюють до закону, моралі або волі народу, щоб надати своїм рішенням суспільного схвалення.

Інформативна – забезпечує передачу фактів, даних, повідомлень про події та плани. Хоча політична комунікація рідко буває нейтральною, елемент інформування присутній: виборцям повідомляють програми партій, роз'яснюють положення закону, звітують про стан справ. Наприклад, під час

кампанії політик може наводити статистику безробіття чи інші цифри – формально інформуючи, але водночас добираючи саме ті факти, що вигідні для його позиції. Інформативна функція часто переплітається з переконувальною: добір і подача інформації здійснюється так, щоб підтримати аргументи політика. Тим не менш, без інформаційного компоненту дискурс втратив би реалістичність – аудиторія очікує певних даних і новин, на основі яких робить висновки.

Експресивна – полягає у вираженні емоцій, почуттів, суб'єктивного ставлення, збудженні емоцій адресата [26]. Політик через мову може демонструвати гнів, обурення, натхнення, співчуття – що справляє емоційний вплив на публіку. Експресивна функція тісно служить переконанню: наприклад, відверто емоційний тон виступу здатен резонувати з почуттями виборців більше, ніж сухий раціональний аналіз. У передвиборчому дискурсі широко застосовується емоційна риторика: оповіді про страждання людей (для виклику співчуття), обурені вигуки про несправедливість (для викликання гніву) або натхненні візії майбутнього (для породження надії). Емоційні тригери – страх, гнів, гордість, надія – є важелями політичного впливу. Дослідники зазначають, що апеляція до емоцій – ключовий елемент політичного переконання поряд з логікою. Отже, експресивна функція доповнює інші, надаючи дискурсу психологічної переконливості.

Комунікативна (контактна) – забезпечує встановлення і підтримання зв'язку між політиком і аудиторією, взаєморозуміння та діалог. Це метафункція, яка виявляється у тому, що політична мова структурує спільний простір смислів, створює ілюзію особистого звернення до кожного громадянина, інтеракцію. Ю. Хабермас вказував на важливість комунікативної дії – політичний дискурс виконує інтегративну роль, зближуючи владу і суспільство у сфері публічної комунікації. Наприклад, використання займенників *ми* (inclusive we) – типова стратегія встановлення єдності з аудиторією. Цей прийом сигналізує спільність інтересів політика і виборців, знімає дистанцію між ними. Контактна функція проявляється і в реакції політика на зворотній

зв'язок – під час дебатів чи прес-конференцій, де відбувається двостороння комунікація. В сучасну епоху соціальних мереж комунікативна функція розширюється: лідери безпосередньо взаємодіють з громадянами у Twitter, Facebook, створюючи ефект прямого діалогу.

Політичний дискурс у США – це жива, динамічна система спілкування, у якій слова мають силу формувати реальність. Він поєднує риторику, емоції, медіа та стратегію, щоб переконати, об'єднати чи надихнути виборців. Під час виборчих кампаній ця система набуває особливої енергії – політики говорять простіше, ближче, людяніше, шукаючи зв'язок із кожним. Камала Гарріс стала прикладом такого підходу. Її мова поєднує рішучість і теплоту, офіційність і щирість. Вона говорить не лише про політику, а про людські почуття – гідність, справедливість, рівність. Гарріс звертається до спільних цінностей, до ідеї єдності, до того, що «Америка – це ми всі, різні, але рівні». Її виступи, твіти й дебати звучать не як гасла, а як розмова з людьми, які хочуть змін. Саме тому її риторика сприймається не як політична гра, а як спроба відновити довіру між владою і суспільством. У своїй промові на Національному з'їзді Демократичної партії у серпні 2020 року вона заявила: *We're at an inflection point. The constant chaos leaves us adrift. But we can do better and rebuild unity* [67], чітко окреслюючи курс на спільне майбутнє. Її меседж *I promise to be a president for all Americans* транслює ідею служіння нації як єдиному цілому, а часте використання інклюзивного ми (*We, as a nation, are better than this, We share the same hopes*) виконує функцію ідентифікації виборців із наративом єдності та національного відродження. У промовах Гарріс спільні цінності – справедливість, гідність, чесність, турбота про родину та державу – стають об'єднувальним чинником американського електорату, що цілковито відповідає загальній риториці кампанії *battle for the soul of the nation*.

Риторика Камали Гарріс побудована на чесності, спокої й гідності. Вона послідовно протиставляє себе політиці брехні, наголошуючи: *Let's speak truth*. Ці слова стають для неї не просто риторичним прийомом, а моральною позицією. Під час виступу на NAACP вона прямо заявила: *Let's speak truth here*

today – this president isn't trying to make America great; he's trying to make America hate [67]. Цей вислів – короткий, емоційний і точний – став одним із найсильніших моментів її кампанії. Гарріс не кричить і не звинувачує – вона спокійно ставить наголос на правді. У дебатах вона нагадує: *We need a president who speaks truth*, а коли Пенс намагався її перебити, просто сказала: *Mr. Vice President, I'm speaking*. Ця фраза миттєво стала символом жіночої сили та самоповаги. Її риторика проста, але глибока: говорити правду, спиратися на факти, не дозволяти перебивати – ось що робить Гарріс переконливою. Вона говорить з гідністю і з повагою до людей, до науки, до самої ідеї правди. І саме тому її слова звучать по-справжньому людяно.

Камала Гарріс також активно використовує особистий наратив для встановлення зв'язку з аудиторією та репрезентації цінностей. Її біографія – дитина іммігрантів (мати – індійка, батько – ямаець), вихована в афроамериканській культурі Окленда, прокурорка, сенаторка – стала джерелом численних історій у промовах. На з'їзді Демократичної партії 2020 року вона розповіла про свою матір і провела паралелі з видатними темношкірими жінками, які торували їй шлях: *Women like Mary Church Terrell, Mary McLeod Bethune... we all stand on their shoulders* [68]. Таким чином, вона вписує свою особисту історію в колективну пам'ять боротьби за права.

Цей риторичний прийом виконує ідеологічну функцію – легітимацію її кандидатури як логічного продовження історичного шляху до рівності, а також емоційно-мобілізаційну – виклик натхнення та гордості за прогрес. У межах так званого «феміністичного стилю» в політиці (за Б. Доу і М. Тонн), Гарріс вдало поєднує особистий досвід, емпатію та суспільне служіння. Вона розповідала, як у дитинстві брала участь у маршах за права людини, або як спостерігала несправедливість у судах, що спонукало її стати прокуроркою. Такі історії формують образ політика, близького до народу.

У своїй промові на Демократичному національному з'їзді 2020 року вона заявила: *Donald Trump's failure of leadership has cost lives and livelihoods*, після чого аргументовано перераховувала наслідки неефективної реакції на пандемію

COVID-19. Особливо сильне враження справила її фраза: *I know a predator when I see one* [68], яка пролунала у контексті захисту жертв сексуального насильства й натякала на Трампа, проти якого висувались численні звинувачення у домаганнях. Такий імпліцитний меседж – без прямої згадки, але з очевидною адресацією – є прикладом риторичної стратегії непрямого удару: натяк важче спростувати, і водночас він ефективно доносить сенс до аудиторії. У ЗМІ ця фраза отримала характеристики «тонко завуальованої атаки», що дозволило Гарріс зберегти образ позитивної, стриманої кандидатки, водночас влучаючи по слабких місцях опонента.

Під час дебатів і в інтерв'ю вона ефективно використовує техніку спростування неправди: не підвищуючи голос, а спокійно й упевнено наводить контраргументи. Наприклад, на дебатах із Майком Пенсом, коли той знову озвучив твердження про заборону фрекінгу, Гарріс усміхнулася й відповіла: *Joe Biden will not ban fracking – that's a fact. So, on to the next* [68]. Така реакція – спокійна, лаконічна, без зайвих емоцій – викликає довіру й підкреслює професіоналізм. Її тон нагадує суддівський: вона констатує факт і переходить до наступного питання, уникаючи конфронтації й зберігаючи авторитет.

Дослідники відзначають, що юридичний бекграунд Гарріс став частиною її політичного бренду. У рекламних роликах її кампанії робився акцент на здатності «притягнути до відповідальності» – навіть президента США – й на тому, що вона «працює заради людей». Її слоган *For the People* походить із судової формули прокурора: *I represent the people* (Я представляю народ) [62]. Цей девіз Камала Гарріс послідовно повторювала на офіційних заходах, зокрема на ДНК-2020, демонструючи свою прив'язаність до принципу служіння громаді.

Для Камали Гарріс розмова про расизм і рівність – це не частина політичного сценарію, а відверта розповідь про власний досвід. Вона не грає роль і не читає з папірця – говорить так, ніби звертається до кожного особисто. Після загибелі Джорджа Флойда, коли Америка кипіла від болю і гніву, Гарріс не відсторонилася, не шукала зручних слів. Вона сказала просто: *Let's be clear:*

there is no vaccine for racism. We've gotta do the work [64]. У цих словах – правда без прикрас. Расизм, за її словами, не можна «вилікувати» одним рішенням чи законом. Він, як вірус, живе в суспільстві, і кожен має зробити свій внесок, щоб його подолати. Гарріс не обіцяла миттєвих змін – вона закликала до дії, до терплячої, щоденної праці. Саме тому її почули. Її фраза стала не просто цитатою, а живим символом відповідальності й людяності.

Гарріс пов'язала цю тему зі своїм особистим досвідом та досвідом спільнот: згадувала, як жінки на кшталт її матері та інші активістки боролися за рівність, як сама вона працювала над реформами поліції. Таким чином, вона виконує функцію легітимації свого політичного порядку денного через моральний авторитет і апеляцію до спільних цінностей. Її мова щодо расизму відрізняється від багатьох політиків тим, що вона говорить про це прямо й емоційно, але без радикалізму: *Racism, sexism, anti-Semitism, homophobia, transphobia are real in America*, – констатувала вона, додаючи: *We are better than this* [62].

Такий підхід – відверте визнання системних проблем із одночасною пропозицією надії на зміни – резонував з широкою аудиторією, яка прагнула суспільної стабілізації після конфліктного дискурсу адміністрації Трампа. З точки зору прагматичних функцій мовлення, Гарріс реалізує експресивну функцію (висловлює обурення несправедливістю, співчуття постраждалим) та мобілізаційну (закликає до спільної праці заради змін). Коли вона каже: *We've got to do the work to fulfill that promise of equal justice under law* [62], – це звернення не лише інформативне, а й глибоко емоційне, апелює до конституційного ідеалу рівності перед законом.

Така риторика стилістично й концептуально близька до ораторського стилю Барака Обами. Не випадково багато хто сприймав Камалу Гарріс як спадкоємицю його політичної риторики, зокрема у сфері расового порозуміння. Наприклад, в одній зі своїх промов вона наголосила: *Black lives matter, and we will make sure they finally matter to everyone*, водночас звернувшись і до білих громадян: *That doesn't mean anyone is against you, it means we are for all of us*

[67]. Цей баланс – підтримка конкретної справедливості без відчуження інших груп – був делікатною, але ключовою задачею її передвиборчої комунікації, з якою вона загалом упоралася завдяки виваженому тону, інклюзивній риторичній особистому моральному авторитету.

Тон Камали Гарріс під час передвиборчих виступів – спокійний, рівний, але впевнений. Вона не кричить, не драматизує, не розігрує емоції, як це часто робив Дональд Трамп. Її сила – у стриманості. Гарріс говорить так, що хочеться слухати: голос теплий, інтонації плавні, але в кожному реченні – твердість і переконання. Вона вміє тримати зал, не тиснучи, а залучаючи. Іноді дозволяє собі усміхнутися, пожартувати про щось просте – про улюблену страву, яку готує на вихідних, або про музику, яку вмикає зранку. Такі дрібні моменти розряджають напруження, роблять її ближчою. У цьому й полягає її риторична майстерність: за людяністю і доброзичливістю стоїть сила, яку не потрібно доводити криком.

Водночас у теледебатному форматі вона продемонструвала зразок холодної впевненості: її спокійна усмішка, навіть коли опонент її перебивав, та чемне звертання «пан віцепрезидент» показали контроль над емоціями, що було розцінено як сила характеру. Це цікавий контрапункт: в культурі, де емоційна жінка часто стереотипно сприймається як «істерична» чи «слабка», Гарріс зуміла бути емоційною там, де це викликає емпатію, і стриманою там, де це демонструє силу – баланс, якого непросто досягти (і який, на думку деяких політологів, не вдалося, скажімо, Гіллари Клінтон у 2016, яка виглядала «холодною» для масового виборця).

У прагматичному аспекті риторика Гарріс реалізує весь спектр функцій політичного дискурсу – ідеологічну, персуазивну, мобілізаційну, експресивну, легітимаційну, комунікативну та частково маніпулятивну. Вона вміло структурує свої повідомлення відповідно до очікувань аудиторії, послідовно підкріплює свої тези посиланнями на факти й авторитетні джерела, а також створює ефект емоційного залучення через персоніфікований підхід. Хоча в її виступах присутні елементи стратегічного фреймування та імпліцитного

впливу, їхня форма відповідає етичним нормам демократичного дискурсу. Таким чином, її передвиборча риторика є прикладом модернізованої, інклюзивної політичної комунікації, яка поєднує переконання через принципи з дієвим персональним впливом.

2.2 Роль ЗМІ та соціальних медіа в медіації політичних повідомлень

У сучасному політичному дискурсі комунікація між владою та суспільством дедалі частіше відбувається опосередковано – через медіа, які виступають не лише каналами передачі інформації, а й активними учасниками комунікативного процесу. У такому контексті поняття медіації набуває розширеного значення: йдеться про інтерпретацію та ретрансляцію політичних повідомлень засобами масової інформації, які виконують функцію посередника між політичними акторами та громадськістю.

На думку Т. Комарової, медіація є міждисциплінарним феноменом, що охоплює правовий, етичний та комунікативний виміри і виходить за межі виключно юридичного поля, актуалізуючись також у політичній сфері [17, с. 88]. Відтак, у політичному контексті медіація постає як процес адаптації та тлумачення політичних повідомлень для широкої аудиторії, здійснюваний через медіа-платформи.

Дослідник В. Головченко акцентує на важливості комунікативної культури учасників процесу медіації, зазначаючи, що ефективне посередництво можливе лише за умови відповідального ставлення до змісту повідомлення з боку всіх сторін. Медіа, як інституціолізований медіатор, покликане не лише передавати інформацію, а й сприяти встановленню взаєморозуміння між владою та громадськістю [7, с. 64].

У цьому контексті роль традиційних ЗМІ (телебачення, преси, радіо) як посередників є особливо значущою. Вони не лише передають висловлювання політиків, а й здійснюють редакторський відбір, редагування та фреймування інформації. Згідно з класичними теоріями мас-медіа, журналісти виконують

функцію «воротарів» (gatekeepers), які вирішують, яка інформація потрапить до інформаційного простору, в якій формі й з яким смисловим акцентом [58, с. 84].

ЗМІ таким чином беруть участь у формуванні громадського порядку денного, фокусуючи увагу суспільства на визначених темах і проблемах. Як зазначає М. МакКомбс, саме засоби масової інформації значною мірою визначають, які питання суспільство вважатиме актуальними, акцентуючи увагу аудиторії на тих чи інших темах [49, с. 66].

Крім відбору новин, важливою є і практика фреймування, що передбачає виділення певних аспектів події та їхнє смислове акцентування з метою формування певного сприйняття інформації. Як зауважує Р. Ентман, фреймування – це стратегічний добір інформаційних акцентів, які формують рамки тлумачення подій у свідомості громадян [37, с. 22].

У результаті такого впливу одне й те саме висловлювання політика може бути інтерпретовано як прагнення до реформ або як прояв популізму – залежно від того, в якому фреймі воно подається. ЗМІ також здійснюють трансформацію повідомлень через скорочення, вставлення коментарів експертів або візуальне оформлення. Усе це впливає на те, як саме буде сприйнято початкове політичне послання.

Як підкреслює І. Проноза, у сучасному інформаційному суспільстві медіа не обмежуються роллю передавачів новин – вони дедалі більше впливають на формування громадської думки через інтерпретацію фактів і подій у вигідному для певних акторів ключі [23, с. 75].

На початку XXI століття стрімко зросло значення соціальних медіа – цифрових платформ, таких як Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok тощо, які кардинально трансформували процес медіації політичного дискурсу. Завдяки таким каналам, як Twitter або YouTube, політики отримали інструменти для безпосереднього донесення своїх меседжів до аудиторії у формі текстових дописів, відеозвернень чи прямих трансляцій. Мануель Кастельс зазначає, що в умовах мережевого суспільства контроль над інформаційними потоками стає ключовим ресурсом політичної влади [31]. У цьому контексті соціальні медіа

стали платформою, де політики можуть самотійно формувати публічний образ, ініціювати обговорення та задавати тон суспільному дискурсу.

Особливістю цифрової медіації є її висока швидкість та потенційно необмежене охоплення. Інформація, оприлюднена онлайн, миттєво стає доступною для мільйонів користувачів і може швидко поширюватися завдяки механізмам репостів, шерінгів і хештегів. Як підкреслює Л. Лисиченко, у цифровому середовищі змінюються не лише темпи поширення інформації, а й самі формати політичної комунікації: зростає значення візуального контенту, скорочених формулювань і інтерактивних моделей взаємодії [19, с. 42].

Однією з найпомітніших рис сучасного політичного спілкування в інтернеті є те, що воно більше не має чіткої межі між «владою» і «громадянами». Соцмережі зняли цей бар'єр. Тепер люди не просто читають політичні заяви — вони одразу реагують, коментують, сперечаються, поширюють або навіть створюють власні версії повідомлень. Кожен користувач стає частиною великої розмови. У цьому середовищі аудиторія перетворюється з пасивного спостерігача на активного співтворця: додає емоції, жарти, меми, іноді навіть переписує меседжі під себе. Так народжується жива, динамічна політична комунікація, де офіційні заяви політиків отримують друге життя у тисячах голосів звичайних користувачів.

З одного боку, така горизонтальна модель комунікації сприяє демократизації інформаційного простору. Як зауважує Зізі Папахаріссі, у цифрову добу виникають так звані «афективні публіки» — спільноти, об'єднані не лише політичними переконаннями, а й емоціями, які формуються навколо певних подій чи наративів [53, с. 83]. З іншого боку, така комунікація ускладнює контроль за достовірністю інформації. У мережевому середовищі з мінімальною модерацією поширюється велика кількість неперевіраних або маніпулятивних повідомлень, що призводить до утворення так званих «інформаційних бульбашок», де користувачі споживають переважно той контент, який підтверджує їхні власні переконання.

Попри ці ризики, соціальні мережі відіграють важливу роль у залученні нових категорій громадян до політичного процесу, особливо молоді. За результатами сучасних досліджень, дедалі більше молодих людей сприймають соціальні медіа як основне джерело політичної інформації. Так, майже половина молодих американців віком від 18 до 29 років отримують політичні новини через TikTok, що свідчить про ефективність нових форматів комунікації у процесі мобілізації виборців [77].

Важливою особливістю цифрової медіації стало поєднання традиційних і новітніх каналів комунікації. Публічні виступи Гарріс та її участь у телеефірах супроводжувалися активною присутністю в соціальних мережах, зокрема у Twitter та Instagram Live, що забезпечувало багаторівневу комунікацію з виборцями. За визначенням Е. Чадвіка, така гібридна модель, коли інформація циркулює між старими й новими медіа, утворює «гібридну медіасистему», яка дозволяє взаємне підсилення різних комунікаційних каналів [32, с. 57]. У випадку кампанії Камали Гарріс цей підхід дав змогу забезпечити широкий інформаційний охоплення: меседжі, артикульовані на публічних заходах, миттєво поширювалися в соціальних мережах, обговорювалися, модифікувалися та знову потрапляли у традиційний медіаобіг у вигляді репортажів про реакцію аудиторії.

Серед визначальних аспектів цифрової медіації варто виокремити фреймування, селективну презентацію та персоналізацію політичних повідомлень. Як посередники, медіа формують специфічний погляд на політичні події, висвітлюючи окремі елементи багатовимірної процесу. Так, телевізійні новини нерідко зосереджуються лише на певному суперечливому висловлюванні політика, ігноруючи інші компоненти його виступу, що створює спотворене уявлення в аудиторії. Медіа також активно персоналізують політичний дискурс, переміщаючи акцент з ідеологічних та програмних аспектів на характеристики особистості політичного актора [43, с. 22]. У результаті публічний політичний простір набуває рис змагання між індивідуальними образами, а не між програмами чи баченнями розвитку.

Персоналізоване фреймування було особливо характерним у медіа-подачі кампанії Камали Гарріс. ЗМІ акцентували на її походженні, професійному досвіді, расовій та гендерній ідентичності, що сприяло підвищенню суспільного інтересу, але водночас могло знецінити увагу до змісту її політичних ініціатив. У соціальних медіа додаткову роль у фреймуванні відіграє сама аудиторія: користувачі активно виривають із загального контексту окремі фрази, формуючи так звані «саундбайти» – короткі емоційні цитати, що легко тиражуються. Такий формат сприяє кліповому сприйняттю інформації та змушує політиків адаптувати свої меседжі до формату кількох афористичних речень. Комунікаційна стратегія Гарріс враховувала цю тенденцію: її штаб робив ставку на гасла типу *For the People* або влучні формулювання, які могли стати вірусними в онлайн-просторі.

Як слушно зазначає О. Семків, політична риторика ХХІ століття дедалі більше тяжіє до емоційності, символізму та візуалізації, внаслідок чого політичні повідомлення починають набувати рис видовищного жанру [24, с. 45]. Телебачення як традиційний канал комунікації відіграє ключову роль у створенні емоційного впливу за допомогою зображення: крупні плани політиків, емоційно забарвлені сцени, візуальні ефекти підсилюють сприйняття меседжів на чуттєвому рівні. У друкованих та онлайн-виданнях емоційне фреймування реалізується переважно через заголовки та лексичні акценти, що викликають почуття тривоги, захоплення чи обурення («скандал», «перемога», «криза» тощо).

Особливу роль відіграють соціальні мережі, які забезпечують негайну емоційну реакцію аудиторії через інструменти взаємодії (реакції, емодзі, коментарі). У цьому контексті політики свідомо продукують контент, який спричиняє сильний емоційний відгук – від обурення до натхнення. Як довів Т. Брадер у результаті емпіричних досліджень, емоційні апеляції – зокрема страх і ентузіазм – здатні істотно впливати на політичні уподобання виборців та їхню участь у виборчому процесі [30, с. 81].

Медіа відіграють провідну роль у трансляції цінностей. Через політичні повідомлення у ЗМІ поширюються такі базові категорії, як демократія, рівність, безпека, гідність. Камала Гарріс послідовно позиціонувала себе як захисниця прогресивних, ліберальних цінностей – рівноправ'я, правди, об'єднання. У медійному дискурсі її образ подавався як уособлення цих цінностей, часто в контрасті з опонентами, чия риторика тяжіла до консервативних або ізоляціоністських уявлень.

Медіа у сучасному демократичному суспільстві виступають не просто каналами поширення політичної інформації, а активними учасниками комунікативного процесу. Вони не лише доносять меседжі політиків до громадськості, а й трансформують ці повідомлення через процеси відбору, інтерпретації, фреймування та емоційної репрезентації. Як справедливо зауважує М. Карпенко, у сучасному інформаційному просторі політична комунікація набуває рис ресурсу влади, де інформація стає інструментом управління громадською думкою, а емоції часто переважають над раціональним осмисленням [11, с. 56].

Медіа одночасно є посередником і суддею політичної комунікації – вони з'єднують політиків із громадянами, формують і тлумачать смисли, впливаючи на суспільну думку та беручи на себе відповідальність за правдивість і якість інформації в епоху цифрового перевантаження.

Дискурс Камали Гарріс у цифровому просторі живе та змінюється: офіційні промови набувають нових відтінків, коли їх підхоплюють і переформатовують користувачі. Медіа й аудиторія виокремлюють яскраві цитати, додають до них іронію чи гумор, перетворюють на короткі кліпові повідомлення та меми. У виборчий період це особливо помітно. Так, після оголошення Джо Байдена про зняття кандидатури й підтримку Гарріс у липні 2024 року стрічки соцмереж швидко наповнилися «кокосовою» символікою та роликами з її реплікою: «Ви думаєте, що ви щойно впали з кокосового дерева?». Первісно ця фраза прозвучала в промові 2023 року як тепле, напівжартівливе застереження – Гарріс, посилаючись на мамину настанову, закликала молодь

усвідомлювати свій контекст. У мережі ж слова про «кокосове дерево» стали саундбайтом: їх вирізали з промови, накладали на популярні треки, супроводжували емодзі кокоса й пальми. Серйозне повідомлення перетворилося на вірусний жарт і водночас на знак прихильності до кандидатки.

Інший показовий сюжет – *brat*-меми. Влітку 2024 року, на тлі хвилі попкультури довкола образу *brat summer*, користувачі почали поєднувати фразу про «кокосове дерево» та інші вислови Гарріс із танцювальними реміксами, а її штаб навіть зіграв із цим настроєм у візуальному оформленні. Так з'явився легкий, ігровий шар інтерпретацій, що наближав політика до молодшої аудиторії.

Типовою практикою стало «витягування» афористичних фраз із первісного контексту та їх обігрування. Реакція на *You think you just fell out of a coconut tree?* переросла у флешмоби з хештегами, де під відомі мелодії підставляли її слова. Подібний шлях пройшла й фраза *We did it, Joe* – вона швидко стала ґрунтом для мемів і жартівливих рімейків, закріпивши за Гарріс статус культурного маркера. Такі «саундбайти» легко тиражуються й працюють і як дотепні слогани, і як маркери підтримки – залежно від того, як їх переосмислює спільнота.

Традиційні ЗМІ охоче підкреслюють унікальність бекграунду Гарріс, а соціальні платформи додають до цього «людяний» фрейм – усмішки, танці, неофіційну інтонацію. Така персоналізація збільшує залучення, але змушує політиків стискати аргументи до коротких, виразних меседжів. Гарріс це враховує: використовує формули, розраховані на швидке впізнавання й «вірусність», які легко цитувати і повторювати.

Мережева культура заохочує гру й сміх. Іронічні ремікси на промови Гарріс не нівелюють зміст, а підсилюють емоційний відгук. Так утворюються «афективні публіки» – спільноти, об'єднані спільним настроєм і співпереживанням. Вони не лише поширюють контент, а й співстворять його: роблять фан-ілюстрації, танцювальні пародії, графічні меми. Емодзі, невеликі жарти, короткі відео – усе це працює як м'які підсилювачі повідомлення,

зміцнюючи позитивний образ Гарріс і водночас залучаючи ширшу аудиторію, яка зазвичай тримається осторонь політики.

У підсумку медіаційні процеси помітно змінюють риторику Камали Гарріс у цифровому середовищі. Офіційні заяви перестають бути статичними: їх фреймують журналісти, емоційно переосмислює аудиторія, а інтернет-культура повторно кодує в комічній або афективній формі. Зміни видно в усьому – від тону та інтонації до появи «саундбайтів» і нових смислових шарів. Жива реакція користувачів і вірусне поширення роблять цю риторику гнучкою та адаптивною до запитів різних груп виборців.

У сучасному цифровому середовищі політичне повідомлення зазнає багаторівневої медіації, у межах якої офіційно виголошена промова трансформується у множину альтернативних інтерпретацій. Соціальні платформи – TikTok, Instagram, Twitter/X – створюють умови для фрагментації висловлювання, його повторного озвучення, жанрового переформатування та іронізації. У результаті зазнає змін не лише форма, а й смисловий вектор політичного тексту. За таких умов аудиторія перестає бути пасивним адресатом і перетворюється на співтворця нового комунікативного продукту, здатного суттєво впливати на політичні інтерпретації та громадське сприйняття.

Показовим прикладом є інтернет-реакція на висловлювання *We are not going back* із промови К. Гарріс, виголошеної на Atlanta Democratic Rally у 2023 році [67]. Емоційно напружений фрагмент був швидко вирізаний і почав циркулювати в TikTok та Instagram Reels у вигляді коротких роликів із музичними накладеннями, ритмічними перебивками та сатиричними підписами. У цифровому середовищі сформувалися три основні підтипи його медіації: підтримувальний, у якому висловлювання виконувало мобілізаційну функцію; іронічний, що використовував його як комічну реакцію на повсякденні ситуації; критичний, у межах якого змінювали темп чи інтонацію фрази, створюючи ефект пародійного дистанціювання. Сукупність цих інтерпретацій демонструє віддалення цифрового контенту від первісного політичного задуму та формування множинних паралельних смислових ліній.

Аналогічні процеси спостерігаються у випадку з висловом *Let us speak truth*, використаним К. Гарріс у промові 2024 року. Завдяки структурній лаконічності, ритмічності та імперативній тональності ця фраза швидко набула популярності у Twitter/X і почала функціонувати як автономний комунікативний маркер. Користувачі створювали графічні повідомлення зі стилізацією фрази під афористичний вислів, опоненти супроводжували її сатиричними ремарками, а аналітичні сторінки інтерпретували через інфографіку. Такі трансформації підтверджують тенденцію до перетворення коротких політичних формул на самостійні знакові одиниці цифрової культури.

Виразно проявляється медіаційний потенціал платформи TikTok, яка спрямовує увагу насамперед на невербальні та паралінгвістичні аспекти комунікації. Один із найпоширеніших вірусних епізодів – фрагмент дебатів 2024 року, де К. Гарріс стримано усміхається та промовляє *I think the American people deserve better* [67]. Цей момент був адаптований у форматах *lip-sync* відео, реакційних роликів та гумористичних монтажів із музичними ефектами. Основний акцент у таких випадках робиться на інтонаційному малюнку, жестах і міміці, що у цифровому просторі часто набувають вагомішого впливу, ніж вербальний зміст політичного висловлювання.

Медіація політичного контенту в Instagram здебільшого реалізується через статичні меми, серед яких домінують двопанельні зображення. Ліворуч, як правило, розміщується фотографія К. Гарріс, а праворуч – іронічно переформатована або контекстуально зміщена цитата. Так, поєднання формули *We will fight for every family* з підписом *student loan memes* демонструє механізм зниження пафосності висловлювання й перенесення його у буденну площину, ближчу до досвіду молодшої аудиторії.

Аналіз зазначених кейсів дозволяє виокремити три провідні механізми цифрової медіації політичного дискурсу. Передусім це ритмізація та стислий емоційний вираз, що забезпечують швидке поширення фрази та її перетворення на меметичний елемент. Другою характерною ознакою є зростання ролі візуальних і невербальних компонентів, у межах яких міміка, жести та

інтонаційні нюанси впливають на сприйняття не менше, ніж вербальний зміст. Третьою рисою виступає інтерпретаційна множинність, що надає одному висловлюванню можливість функціонувати одночасно в підтримувальних, критичних та гумористичних контекстах.

У підсумку цифрове середовище породжує нову модель функціонування політичного тексту, у якій політик втрачає монополію на семантичний контроль власних слів, а аудиторія набуває ролі активного інтерпретатора та співтворця значень. Така трансформація відображає глибинні зміни в характері політичної взаємодії та засвідчує зсув від лінійної комунікації до багатоголосої мережевої динаміки, властивій сучасному інформаційному суспільству.

Висновки до розділу 2

Сьогодні політика звучить інакше. Вона вже не про гасла і лозунги, які повторюють у телестудіях. Вона про голос людини, яка говорить просто й по-справжньому. Про те, що болить, що надихає, що хвилює. Коли політик виходить до людей, він уже не лише представляє партію – він показує себе, свою людяність, свою вразливість. І саме це сьогодні викликає довіру більше, ніж сотні виступів із трибуни.

Передвиборчий дискурс перетворився на діалог. Не монолог зверху вниз, а розмову – пряму, відверту, місцями навіть емоційну. Політики вчаться слухати, а не лише говорити. Вони шукають слова, які торкаються, а не переконують. У час, коли люди втомилися від політичної гри, щирість стає найсильнішою риторикою.

Соціальні мережі зробили цей процес ще ближчим. Тепер політик може звернутися до мільйонів, сидячи за кухонним столом, а виборець – відповісти йому одним коментарем. Це вже не сцена і не мітинг – це жива розмова. У ній є жарти, емоції, навіть помилки. Але саме це й робить її справжньою.

Медіа в цій новій політичній реальності стали не просто каналами інформації – вони перетворилися на дзеркало суспільства. Вони показують не лише події, а й реакції, настрої, живі емоції людей. Кожен репост, кожен мем,

кожен коментар стає частиною політичної гри. І тепер головне – не гучність промови, а людяність, яку вона несе. Політика більше не про владу, а про довіру. Не про формули, а про те, щоб бути почутим – по-справжньому.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТІВ У КАМΠΑНІЇ КАМАЛИ ГАРРІС

3.1 Політичний імідж Камали Гарріс: стратегія самопрезентації

Політичний образ Камали Гарріс не виник зненацька – він зростав разом із її кар’єрою, поступово нашаровуючись досвідом і публічними смислами. Нині це складна багаторівнева репрезентація, у якій природно переплітаються особистісні риси, професійні здобутки та символічні маркери, важливі для різних спільнот. Гарріс свідомо працює з цими ресурсами: біографією, етнічним корінням, гендерною ідентичністю, практикою державної служби. По суті, вона трансформує приватну історію на інструмент політичної комунікації. І саме тому її образ упізнаваний і переконливий – як для виборців у США, так і для аудиторій за межами країни.

Від самого початку політичної кар’єри Камала Гарріс акцентує на своєму статусі доньки іммігрантів. У багатьох публічних виступах вона наголошує: *I stand before you as the daughter of immigrants – a proud Black woman and Indian-American* [67]. Це висловлювання не лише утверджує її багатокультурну ідентичність, а й закладає основи для діалогу з американцями, які також є представниками діаспор або мають досвід міграції. У її мемуарах *The Truths We Hold* вона детально описує своє дитинство, виховане в атмосфері двох потужних культурних традицій – індійської з боку матері та західноіндійської з боку батька. Таке самоусвідомлення дає змогу Гарріс сформулювати універсальний політичний меседж про повагу до різноманіття й рівні можливості для всіх.

Особливе місце в іміджі Камали Гарріс посідає її професійна траєкторія: вона стала першою жінкою, першою афроамериканкою та першою представницею південноазійського походження, яка обіймала посаду генерального прокурора штату Каліфорнія. У її виступах ця частина біографії завжди представлена через призму служіння закону та суспільним інтересам. У

промові 19 серпня 2020 року вона заявила: *I've fought for children and survivors of sexual assault, for people who've been cheated, for the victims of crime, and for those who need help* [68]. Таким чином, вона позиціонує себе не просто як юристку, а як адвокатку соціальної справедливості, що послідовно захищає інтереси вразливих категорій населення.

Особливістю риторичної стратегії Гарріс є використання родинної тематики як засобу персоналізації політичного дискурсу. Вона неодноразово згадує свою матір, Шаямалу Гопалан, як моральний орієнтир і джерело натхнення: *My mother taught me that service to others gives life purpose and meaning* [68]. Такі висловлювання виконують кілька функцій: по-перше, вони формують емоційний зв'язок з аудиторією; по-друге, підкреслюють виховання в традиції громадянської відповідальності; по-третє, демонструють, що навіть найвищі політичні посади не відривають людину від базових людських цінностей.

Аналіз медійних репрезентацій Камали Гарріс переконливо свідчить: її публічний образ формується за принципами інтерсекційності – поєднання расової, етнічної, гендерної та професійної ідентичностей. У цьому підході немає випадковості. Навпаки, саме така багатовимірність надає її постаті переконливості та автентичності. Завдяки їй Гарріс виглядає не віддаленою політикинею, а людиною, здатною віддзеркалити досвід і потреби різних спільнот. Водночас ця стратегія допомагає їй будувати зв'язок із суспільством, що постійно змінюється. Показово, що її відкритість до різних груп і здатність говорити універсальною мовою цінностей наближають її до сучасної американської реальності – багатокультурної, гендерно чутливої та орієнтованої на соціальну справедливість. Гарріс у цьому сенсі не лише політична фігура, а й відображення країни, яка вчиться бачити силу у власному розмаїтті.

Камала Гарріс у своїй публічній комунікації використовує широкий арсенал вербальних стратегій, які не лише передають її політичну позицію, але й відображають її багаторівневу ідентичність як жінки, афроамериканки, представниці азійської діаспори та юристки. Вона цілеспрямовано формує свою

риторику як поєднання феміністичної, антидискримінаційної та демократичної стилістики, уникаючи шаблонної політичної мови на користь більш живого, персоналізованого висловлювання. Як зазначає лінгвістка Ніколь Голлідей, мовлення Гарріс є унікальним міксом стилістичних маркерів, притаманних чорношкірим жінкам, північно-каліфорнійському мовленню та політичному дискурсу ліберального спектру [61].

Однією з найпомітніших характеристик її вербальної стратегії є апеляція до особистого досвіду та історії походження. У своїй промові на 3'їзді Демократичної партії у 2020 році Камала Гарріс наголосила: *There's something happening all across the country—it's not about Joe or me, it's about you. It's about us. People of every age and color and creed who are yes, taking back our country. It's about our values, our hopes, and our dreams. It's about us believing in ourselves again* [67].

Цей фрагмент промови репрезентує ключові елементи її риторики: інклюзивність (вживання займенників *you, us, our*), апеляцію до національної єдності та цінностей, а також персоналізацію політичного процесу.

Феміністична риторика посідає центральне місце в її виступах. Під час інавгурації у січні 2021 року Гарріс виголосила одну з найвідоміших фраз: *While I may be the first woman in this office, I will not be the last, because every little girl watching tonight sees that this is a country of possibilities* [67].

Вона не лише артикулює свій статус першої жінки на посаді віцепрезидентки, а й трансформує цей факт у символічний меседж на підтримку жіночого лідерства. Тут Гарріс реалізує стратегію оптимістичного фреймування через узагальнення індивідуального досвіду в колективну перспективу.

Також важливу роль у її публічному мовленні відіграє стратегія наративного сторітелінгу. У ході дебатів 2020 року вона згадала, як у дитинстві їздила до школи у рамках програми *desegregation busing* – заходів із подолання расової сегрегації в системі освіти. Вона прямо звернулась до опонента: *There*

was a little girl in California who was part of the second class to integrate her public schools, and she was bused to school every day. And that little girl was me [64].

Цей уривок не лише емоційно забарвлений, а й структурно побудований як розповідь, що завершується несподіваним саморозкриттям. Така стратегія дозволяє електорату ототожнювати себе з політиком, формує довіру через демонстрацію особистої вразливості й життєвого досвіду.

Феміністичний наратив і емоційне звернення в риториці Камали Гарріс. Знаковим прикладом феміністичного звернення став її виступ 20 січня 2021 року під час інавгурації: *While I may be the first woman in this office, I will not be the last – because every little girl watching tonight sees that this is a country of possibilities [67].*

Цей вислів одразу став символічним і широко цитованим у ЗМІ та соціальних мережах, оскільки містив потужний меседж інклюзії, спадкоємності та надії.

У виступах Камали Гарріс також чітко артикуються теми гендерної справедливості, соціального захисту та репродуктивних прав. У травні 2022 року, реагуючи на загрозу скасування рішення *Roe v. Wade*, вона заявила: *This is not just about abortion. This is about freedom. It is about autonomy over one's own body. And we must all stand together to defend that [64].*

Цей фрагмент демонструє, як політикиня використовує емоційно насичену лексику для апеляції до базових цінностей – свободи, самовизначення, солідарності. Риторика Гарріс у цьому випадку є прикладом чіткого етичного позиціонування, яке підкріплюється послідовністю у публічних висловлюваннях.

Також в інтерв'ю на *The View* у 2021 році Гарріс наголосила на ролі матерів та необхідності політики, орієнтованої на підтримку робочих жінок: *We have to recognize the value of caregiving. We have to build systems where being a mother isn't a penalty in the workplace [63].*

Усе це свідчить, що феміністичний наратив у публічній риториці Камали Гарріс не є випадковим чи суто декларативним. Він виконує низку стратегічних

функцій: мобілізує електорат, формує образ політичної провидиці, укорінює ціннісні орієнтири в інформаційному полі. Емоційне звернення до жіночого досвіду, боротьби за рівність, права на автономію та гідність постає в риториці Гарріс як складова більшого проєкту – демократичного, інклюзивного й емансипативного.

У своїй інавгураційній промові 20 січня 2021 року Гарріс звернулася до публіки не тільки як політик, але й як дитина іммігрантів: *My mother, Shyamala Gopalan Harris, came here from India at the age of 19 to pursue her dream of curing cancer. She met my father, Donald Harris, who had come from Jamaica to study economics* [65].

Цей фрагмент є прикладом емоційного фреймування через біографічну оповідь. Камала Гарріс не лише констатує факт свого походження, а й надає йому символічного значення – уособлення американської мрії, у якій наполегливість і прагнення змінюють долі. В українському контексті така стратегія відповідає принципу соціальної близькості – вона викликає довіру, бо демонструє спільність базових цінностей (освіта, родина, праця).

У соціальних мережах Гарріс також систематично використовує емоційно насичені меседжі. Наприклад, у твіті до Mother's Day вона написала: *I miss my mother every day. She was fierce, proud, and generous. She taught me to fight for what's right and to serve others* [67].

Така публікація не є випадковою – вона відповідає емоційному календарю аудиторії, адже активізує універсальне почуття – любов і вдячність до батьків, і водночас – посилює імідж Гарріс як чуйної, вдячної і відповідальної людини.

Особливо цікавою в аспекті роботи з емоціями є участь Гарріс у кулінарних і лайфстайл-форматах. Наприклад, у програмі *Mind of a Chef* вона поділилася рецептом індійської страви masala dosa, одночасно згадуючи свою маму і родинні традиції: *When I cook Indian food, I feel close to my mother. It reminds me of who I am and where I come from* [64].

Подібні висловлювання реалізують емоційну автентифікацію – через етнічну їжу, мову і сімейні ритуали Гарріс формує образ політикині, яка не

відмовляється від своєї спадщини, а перетворює її на ресурс довіри та ідентичності.

Візуальний вимір політичного іміджу Камали Гарріс відіграє особливу роль у її стратегії публічної комунікації. Не лише слова, а й кожен жест, кожен погляд і вибір кольору працюють на спільну мету – створити впізнаваний образ лідерки, яка поєднує впевненість і людяність. По суті, через зовнішні деталі вона транслює внутрішню рівновагу. Одяг, міміка, пластика рухів і навіть аксесуари – це не просто атрибути, а своєрідна мова, що промовляє до аудиторії без слів.

Візуальна стилістика Гарріс витримана у межах стриманої «офісної елегантності», однак вона не зводиться до формальності. У цьому контексті показово, що кожен її публічний вихід продуманий до дрібниць: від крою костюма до кольору блузки. За зовнішньою простотою – уважно вибудований символізм. Її стиль не лише дисциплінований, а й емоційно точний: він промовляє про компетентність, спокій і довіру.

Переважно Гарріс з'являється у класичному темному брючному костюмі – здебільшого синього або чорного відтінку. Ця кольорова палітра створює відчуття стабільності й професійної зосередженості. Синій колір асоціюється з упевненістю, чорний – з авторитетом; разом вони формують образ політикині, яка володіє ситуацією. Водночас, зрештою, у таких деталях проглядається й особисте – відмова від надмірної демонстративності, прагнення до щирості, до рівноваги між владою і доступністю.

На відміну від деяких колег-демократів – скажімо, Гіллари Клінтон чи Александрії Окасіо-Кортес – Гарріс не прагне експериментів із формою. Вона обирає мінімалізм, що не обмежує, а навпаки, підсилює її присутність. Саме ця зваженість і продуманість роблять її візуальний імідж упізнаваним маркером політичного стилю, заснованого на професійності, стабільності та внутрішній гідності [66].

Водночас у певних контекстах її вибір одягу набуває символічного значення. Так, під час переможної промови після виборів 2020 року вона

з'явилася в білому костюмі з блузкою, зав'язаною у вигляді банта (pussy bow blouse) – стилістичному елементі, який асоціюється з жіночими політичними протестами та рухом за емансипацію. Білий колір костюма був навмисною алюзією на суфражистський рух – адже саме у білих вбраннях активістки виходили на марші за виборчі права жінок у США. У своїй промові того вечора Гарріс сказала: *While I may be the first woman in this office, I won't be the last* [67].

Репліка Камали Гарріс і вибір вбрання створили емоційно насичений образ політичної спадкоємиці жіночої боротьби, що виходить за межі конкретної виборчої кампанії та вписує її постать у ширший історичний контекст. Водночас вона вміє залишатися живою й доступною для публіки. Під час виступу перед студентами у Нью-Йорку 2023 року Гарріс із усмішкою процитувала свою матір: *You think you just fell out of a coconut tree?* [67]. Ця жартівлива фраза з культурним колоритом індійського походження родини миттєво стала популярною в соцмережах. Так вона постала як політикиня, яка не боїться самоіронії й уміє спілкуватися з молоддю природно й легко.

Символічні деталі також працюють на її імідж. Перлини, які Гарріс часто носить, нагадують про сестринство Alpha Kappa Alpha – перше чорне жіноче братство в США. Під час виборів 2020 року вони стали знаком солідарності, який активно підтримали жінки в соцмережах. Не менш промовистими є кольори її вбрання – синій і червоний, що водночас позначають патріотизм і належність до демократичних цінностей. Усе це формує впізнавану комунікативну стратегію, де кожен елемент – від жесту до прикраси – несе смислове навантаження.

Окремий вимір іміджу Гарріс становить поєднання ідентичності, інклюзивності та фемінізму. Її міжрасове походження і позиція жінки-лідера перетворюються на символ відкритості й соціальної справедливості. Звертаючись до молодих дівчат, вона закликає: *Dream with ambition, lead with conviction...* [67]. У цій простій фразі – щирість і віра в можливість змін, що роблять її не лише політичною фігурою, а й джерелом натхнення.

Одним із прикладів ефективного використання цифрової платформи став її виступ на YouTube, де Харріс закликала молодь до участі у виборах: *We know the power of young voices. You are the leaders we've been waiting for. So make your voice heard. Vote* [67]. У цьому короткому зверненні чітко відчитується звернення до колективної відповідальності молоді, апеляція до громадянського обов'язку та натяк на її готовність слухати й представляти інтереси нових поколінь.

Серед ключових складників іміджу Камали Гарріс можна виокремити такі елементи:

Особистісні історії та сторітелінг. Харріс послідовно використовує біографічні наративи – зокрема про своє дитинство в родині іммігрантів, досвід сегрегації та натхнення, отримане від матері-науковиці. Ці епізоди надають її виступам емоційної глибини та допомагають налагодити зв'язок з аудиторією на рівні ідентичності [77].

Феміністичний наратив. Гарріс активно апелює до ідеї жіночого лідерства, регулярно наголошуючи на своєму унікальному статусі першої жінки на посаді віцепрезидента США, яка походить з двох етнічних меншин. Її виступи супроводжуються меседжами на кшталт *I may be the first woman in this office, but I won't be the last*, що трансформує особистий успіх у колективний символ жіночої репрезентації [64].

Візуальна риторика. Одяг Гарріс відображає стриманість і водночас символізм. Так, білий костюм під час промови у 2020 році був інтерпретований як відсилання до спадку суфражистського руху. Її міміка та жести також відіграють важливу роль у комунікації: відкриті рухи, пряма постава та емоційний контакт із аудиторією формують образ рішучої, проте людяної лідерки [66].

Інклюзивність і риторика об'єднання. У своїх промовах Харріс часто використовує об'єднувальну лексику: *We are in this together, We are one nation, I serve all Americans*. Така стратегія сприяє сприйняттю її як представниці

інтересів широкого спектра громадян, незалежно від раси, віку чи соціального статусу.

Цифрова присутність. Кампанія Гарріс вирізнялася активною присутністю у соціальних мережах, зокрема в Twitter, TikTok, Instagram і YouTube. Її команда адаптовувала політичні меседжі до форматів, близьких молодіжній аудиторії: короткі відео, меми, вірусні гасла – усе це стало ефективним засобом комунікації в цифрову добу [66].

Професійний бекграунд. Її досвід роботи прокуроркою і генеральною прокуроркою Каліфорнії зміцнює імідж компетентної, принципової управлінки. Вона наголошує на важливості балансу між суворим дотриманням закону та підтримкою реабілітаційних механізмів, демонструючи прагматичний, гуманістичний підхід до правосуддя [64]. Усі ці компоненти (Див. Таблиця 3.1) в сукупності формують складний, багаторівневий політичний образ Камали Гарріс.

Таблиця 3.1

Ключові аспекти політичного іміджу Камали Гарріс

Аспект	Характеристика / Приклад
Індивідуальні історії та сторітелінг	Особистий біографічний наратив (імміграція матері, досвід сегрегації в дитинстві) для емоційного зв'язку з виборцями
Феміністична риторика	Акцент на жінках і меншинах; меседж «Я перша, але не остання»
Візуальний стиль	Стримані, але символічні костюми (білий костюм – данина суфражисткам), виразні жести
Інклюзивність	Мова звертання, що підкреслює включення всіх груп незалежно від походження
Соціальні медіа	Використання вірусних трендів, мемів, відео у Twitter, TikTok, Instagram для залучення молоді
Юридичний бекграунд	Професійна кар'єра прокурора і сенаторки як основа для формування іміджу компетентного лідера

Таким чином, імідж Гарріс витончено збалансований між новизною (першість жінки-меншини у високій політиці), традиційними лідерськими рисами (впевненість, професіоналізм) та елементами шоу (взаємодія з виборцями, соцмережами). Її публічний образ ґрунтується на реальних фактах (праці прокурором, адвоката, законодавця) і супроводжується яскравими прикладами з особистого життя (мама-іммігрантка, історія з автобусами), що робить його цілісним і переконливим для різних груп виборців.

3.2 Лінгвістичні та риторичні особливості публічних виступів і заяв Камали Гарріс

Промови віцепрезидентки США Камали Гарріс вирізняються не лише виваженістю аргументації, а й особливою риторичною енергією. Вона говорить упевнено, але з теплом, поєднуючи логіку державного мислення з інтонаціями, що викликають довіру. Її мовлення завжди структуроване, проте не позбавлене людського виміру – у ньому відчувається особистість, а не лише посада. Гарріс послідовно звертається до національних цінностей, родинних мотивів, колективної пам'яті; при цьому вона говорить не про абстрактні ідеали, а про конкретні історії – власні, сімейні, спільні для всієї країни. У цьому, по суті, і полягає її сила: у здатності оживити політичний дискурс, зробити його близьким до слухача.

Аналіз виступів – від промови в Атланті 11 січня 2022 року до звернень у Вашингтоні, Далласі й на офіційних прийомах 2023–2024 років – показує послідовність у доборі риторичних засобів. Гарріс майстерно поєднує етос, пафос і логос, створюючи багатшарову комунікацію, у якій емоційне й раціональне не конкурують, а підсилюють одне одного. Її риторика побудована так, щоб одночасно торкатися розуму й серця. Вона вибудовує аргументацію на логічних зв'язках, але завершує думку образом, який залишається у пам'яті. Саме ця ритміка – чергування інтелектуальної напруги й емоційного відлуння – робить її виступи впізнаваними та живими.

Етос Камали Гарріс – це насамперед щирість. Вона не приховує, що її політична позиція виростає з особистого досвіду – досвіду жінки, дитини іммігрантів, прокурорки, яка боролася за справедливість. Коли Гарріс говорить про рівність чи гідність, ці слова мають вагу, бо спираються на прожите. Показово, що вона часто вживає особисті звернення: *my mother taught me..., when I first walked into a courtroom..., we all deserve...* – ці фрази працюють як місток між приватним і суспільним. Через них формується її етос – образ лідерки, що не втрачає людяності.

У цьому контексті етос Гарріс є не просто риторичною стратегією, а моральним орієнтиром. Вона створює відчуття довіри не завдяки титулу, а завдяки автентичності. І саме тому її виступи, навіть політично загострені, звучать по-людськи: у них є інтонація співрозмовниці, яка розуміє, слухає й переконує без тиску, але з гідністю.

У своїй передвиборчій промові у Вашингтоні 29 жовтня 2024 року вона наголосила на мотивах, які спонукали її вступити в політичну боротьбу: *And I did this work because, for as long as I can remember, I have always had an instinct to protect – a drive to hold accountable those who use their wealth or power to take advantage of other people, the drive to protect hardworking Americans* [67].

Цей фрагмент є типовим прикладом побудови риторичної стратегії через етос: спікерка не просто перераховує факти біографії, а транслює власну моральну позицію. Вона подає себе як захисницю простих громадян, зосереджену не на особистій кар'єрі, а на захисті інтересів інших. Така стратегія посилюється подальшим визнанням власної недосконалості: *I'm not perfect. I make mistakes. But I will always tell you the truth, even if it is difficult to hear* [67]

Визнання помилок – рідкісний, але дієвий прийом у політичній риторичі, що формує довіру через автентичність.

Пафос: емоційна мобілізація слухачів. Камала Гарріс неодноразово використовує пафос як засіб викликати сильні емоції – від обурення до гордості,

від жалю до натхнення. Для цього вона звертається до глибоко особистих або символічних історій, які мають загальнолюдське значення.

Особисті історії також відіграють важливу роль. У своїй промові під час офіційного прийому прем'єр-міністра Індії Нарендри Моді, Гарріс згадує бабусю, яка завжди надихала її: *When I was a young girl, my grandmother used to tell me stories of resilience and dignity. Those stories shaped my commitment to service* [67].

Це звернення до родинних зв'язків створює ефект емоційної близькості з аудиторією.

Іншим прикладом є її виступ на тему репродуктивних прав, виголошений 25 квітня 2023 року, у якому вона рішуче засуджує обмеження прав жінок: *It is immoral. It is outrageous. That anyone would think they are in a better position to tell a woman what she can do with her body* [67].

Сильні епітети – *immoral, outrageous* – відіграють роль емоційного тригера, який мобілізує аудиторію до протесту проти несправедливості.

Логос: апеляція до фактів, логіки та статистики. Гарріс ефективно використовує логос, наводячи конкретні дані, статистику та аналітичні викладки, щоб обґрунтувати політичні ініціативи. Це формує враження раціонального, інформованого та відповідального лідера.

У своїй промові, присвяченій проблемі торгівлі людьми (25 січня 2022 року), Гарріс акцентує увагу на масштабах цієї злочинної діяльності: *Globally, human trafficking is a \$150 billion industry. It affects 25 million people worldwide – as many as one in three are under the age of 18* [67].

У цьому фрагменті ми спостерігаємо використання статистики як способу посилення логічної складової аргументації. Великі числові показники створюють уявлення про масштаб проблеми, а згадка про неповнолітніх жертв – ще й викликає додаткове моральне зобов'язання.

У промові про розвиток чистої енергетики, виголошеній 14 липня 2023 року в Салемі, Камала Гарріс говорить просто, майже розмовно, але з глибоким політичним змістом. Її слова звучать не як офіційна заява, а як звернення

людини, яка щиро розуміє щоденні турботи громадян: *When we help folks upgrade their homes and appliances, we lower the cost of electricity. That means more money in their pockets – money for groceries, for rent, for saving for college* [67]. У цій короткій фразі – ціла система координат. Гарріс говорить про енергетику не як про складну галузь, а як про щось, що безпосередньо впливає на родинний бюджет, на повсякденне життя. Вона з'єднує політику з людським досвідом, показуючи, що турбота про екологію водночас означає турботу про економічну стабільність сімей. Це і є її фірмовий стиль – поєднання державного мислення з теплом звичайної розмови.

По суті, риторика Гарріс тримається на трьох стовпах – етосі, пафосі та логосі. Вона не декларує їх прямо, але майстерно вплітає у кожен виступ. Її етос народжується з особистої історії: донька іммігрантів, юристка, політикиня, яка пройшла шлях від окружного прокурора до віцепрезидентки. Пафос відчувається в її інтонаціях – у ширості, з якою вона говорить про справедливість, рівність, гідність. А логос – у чіткій побудові аргументів, де кожне слово має вагу. Гарріс не протиставляє ці три риторичні площини, а гармонізує їх. Вона доводить, що політична переконливість починається з людяності.

Кожен її виступ – це не просто текст, а живий процес комунікації. Мова Гарріс рухається хвилями: то стримано-аналітично, то емоційно, майже сповідально. Її стиль легко впізнати за ритмом: короткі речення чергуються з довгими, логічні аргументи перериваються образами, метафорами, зверненнями. Усе це створює ефект природного мовлення – не сценічного, а справжнього. Вона говорить не до натовпу, а з людьми.

Показовим є її виступ 25 січня 2022 року, присвячений проблемі контрабанди на кордоні США: *We've seen tunnels with walls as smooth as the walls of your living room – complete with lighting and air conditioning* [67]. Це речення вражає саме простотою. Воно ламає звичну дистанцію між політикою й буденністю. Коли слухач уявляє «стіни вітальні», комфортні, знайомі, він раптом відчуває дисонанс: злочинна діяльність описана в образах домашнього

затишку. І це шокує більше, ніж будь-яка статистика. Гарріс створює візуальний образ, який спонукає не просто слухати, а співпереживати, відчувати тривогу за країну. Її метафори не прикрашають – вони пробуджують.

Коли вона говорить про єдність, тон стає теплішим, навіть урочистим. Гарріс часто звертається до девізу *E pluribus unum – out of many, one*, пояснюючи: *It's not just a motto. It's a living truth of who we are as Americans* [67]. У цих словах – не політичний лозунг, а особиста віра. Девіз оживає, перетворюючись на емоційний орієнтир: єдність – це не гасло на монеті, а реальна сила, що тримає країну разом. Вислів *a living truth* – це більше, ніж риторика. Це спроба сказати: Америка живе доти, доки її громадяни здатні відчувати себе одним цілим.

Не менш вражаючим є приклад анафори у промові 11 січня 2022 року в Атланті, присвяченій захисту виборчих прав: *We swore to preserve, protect, and defend the Constitution of the United States. And we will. We will fight. We will fight to safeguard our democracy. We will fight to secure our most fundamental freedom: the freedom to vote* [67]. Повтор *We will fight* звучить як барабанний ритм, як марш уперед. У кожному повторенні – зростання сили, переконання, готовність до дії. Це не агресія, а мобілізація. Гарріс не просто декларує політичну позицію – вона передає стан, у якому демократія стає справою кожного.

Паралелізм – ще одна з її улюблених технік. Він створює у виступах відчуття рівноваги, гармонії думки. Гарріс вибудовує фрази так, щоб слухач легко міг простежити логіку: минуле й теперішнє, труднощі й перемоги, особисте й спільне. Паралельні конструкції створюють своєрідну симетрію сенсу – вони дисциплінують мислення, але залишають простір для емоцій.

Зрештою, сила Камали Гарріс не лише в умінні говорити красиво. Вона говорить так, що її хочеться слухати. У її голосі відчувається розум, рішучість і тепло водночас. Вона не дистанціюється від аудиторії – навпаки, стає її частиною. Її промови – це розмова про країну, але в ній завжди є місце для людини. І саме тому вони залишають слід – не у протоколах, а в пам'яті.

У своїй передвиборчій заяві 29 жовтня 2024 року вона висловилася щодо відмінностей між нею та Дональдом Трампом: *On day one, if elected, Donald Trump would walk into that office with an enemies list. When elected, I will walk in with a to-do list* [67].

Цей фрагмент демонструє майстерний паралелізм: дві майже ідентичні за структурою фрази формують контраст між «ворожим» і «конструктивним» політичним підходом. Лаконізм і чіткість такої побудови підсилює вплив меседжу, роблячи його запам'ятовуваним і чітко окресленим.

У тій же промові, говорячи про інвестиції в енергетичну інфраструктуру, Гарріс продовжує цю риторичну лінію: *We must invest in jobs, invest in families, and invest in America* [67].

Симетричне повторення дієслівної фрази *invest in* у промовах Камали Гарріс має не лише стилістичний, а й емоційний ефект, адже ці слова звучать як ритмічний пульс, як упевнене нагадування про спільну мету. Повтор не втомлює – він заспокоює, переконує, створює відчуття внутрішньої гармонії. Патріотична лексика, вплетена у ці конструкції, надає фразам тепла й віри у власну країну. У такий спосіб Гарріс формує не лише політичне повідомлення, а й емоційний зв'язок між економічним розвитком, добробутом суспільства та стабільністю держави. По суті, її мова перетворює економіку на людську історію – історію спільного зростання.

Не менш виразним засобом є контраст. Гарріс користується ним майстерно – не задля протиставлення як такого, а щоб зробити межу між добром і байдужістю відчутною. Коли вона порівнює дії, що об'єднують людей, із тими, що роз'єднують, контраст працює як прожектор: він висвітлює цінності, у які вона справді вірить. Це не просто риторика боротьби, а спосіб показати, що вибір – моральний, а не лише політичний. У цих інтонаціях звучить упевненість, але без агресії: Гарріс говорить як людина, яка знає, чому її позиція має сенс. Саме завдяки такій ритмічній чіткості та етичній прозорості її виступи сприймаються не як декларації, а як запрошення до спільної дії.

У тому ж виступі 29 жовтня 2024 року вона говорить про колишнього президента США Дональда Трампа: *Someone who is unstable, obsessed with revenge, consumed with grievance, and out for unchecked power. America, that is not who we are* [67].

Це протиставлення «він» / «ми» глибоко символічне. Негативна оцінка особи поєднана з національним зверненням до колективної ідентичності (*that is not who we are*), що створює моральну межу між деструктивним і конструктивним політичним підходом. Контраст тут використовується не лише як стилістичний засіб, а й як інструмент етичного позиціювання.

Гарріс рідко використовує формальні риторичні запитання, однак постійно звертається до аудиторії через окличні конструкції та інтимні звертання. Це створює ефект діалогу, навіть у великих аудиторіях. Звернення типу: *My fellow Americans... America!* [67] використовуються не просто як вступні формули, а як засоби емоційної ідентифікації. Вони покликані мобілізувати національну спільність, нагадати слухачеві про його приналежність до демократичного тіла нації.

У тій же промові в Атланті Гарріс використовує побутовий приклад, звертаючись до життєвого досвіду слухача: *Just think of your own family, right?* [67].

Це питання має очевидно риторичний характер і слугує для перенесення політичного дискурсу в площину буденного. У такий спосіб Гарріс демонструє, що навіть складні питання політики можуть бути осмислені крізь призму щоденного досвіду, а отже – ближчі до людей.

Стилістичні прийоми, до яких звертається Камала Гарріс у своїх виступах, ніколи не виглядають випадковими чи декоративними. Кожен із них має точну функцію і власну ритміку. Метафори пробуджують уяву, допомагають побачити складні політичні явища крізь зрозумілі образи. Анафори й паралелізми впорядковують промову, надають їй темпу, ніби задають дихання. Контрасти, своєю чергою, виділяють головне, чітко розмежовують «що є» і «що має бути». А риторичні звернення, запитання, короткі вставні фрази створюють

емоційний контакт – той момент, коли слухач перестає просто слухати і починає відчувати. По суті, ці прийоми працюють не на ефект, а на зміст: вони допомагають Гарріс говорити про серйозне людською мовою.

Її промови – це завжди поєднання точності й живості. Гарріс говорить структуровано, але не сухо; чітко, проте без відчуження. У публічному просторі її мовлення вирізняється продуманою композицією, де кожен елемент – від паузи до інтонаційного підйому – має значення. Вона вміло поєднує складні синтаксичні побудови з простими, розмовними фразами, цитати з особистими зверненнями, логічні аргументи з людськими історіями. Ця багатоплановість створює ефект динаміки: текст рухається, дихає, живе.

Показово, що навіть у найформальніших виступах Гарріс зберігає інтонацію діалогу. Вона не читає промову – вона спілкується. Її синтаксис нагадує живу мову, у якій є місце і для риторичного піднесення, і для людського тону. Такий баланс робить її стиль унікальним: офіційним, але відкритим; динамічним, але щирим. Саме завдяки цій природній синтаксичній гнучкості вона не лише переконує, а й створює відчуття співприсутності – ніби говорить не зі сцени, а з кожним окремо.

Ускладнені конструкції: послідовне нарощення аргументації. Гарріс часто вдається до складнопідрядних речень з кількома рівнями підпорядкування, що дозволяє їй поступово розгортати думку, створюючи кумулятивний ефект. Така синтаксична стратегія дозволяє їй наводити причинно-наслідкові зв'язки, посилювати логічність виступу та водночас драматизувати проблему.

Яскравим прикладом є її виступ 25 квітня 2023 року на тему захисту репродуктивних прав жінок. Замість коротких і декларативних речень, вона обирає складні синтаксичні конструкції, що дозволяють наростити емоційне напруження. Зокрема, вона заявляє: *After the highest court in our land – the court of Thurgood, and RBG, and Justice Sotomayor – took a constitutional right that had been recognized from the people of America, extremist so-called leaders started passing laws to criminalize doctors, punish women, and defund reproductive health clinics. It is immoral. It is outrageous* [67].

У цьому прикладі складнопідрядна структура служить для побудови послідовної аргументації: від згадки авторитетів Верховного суду до наслідків законодавчих ініціатив. Далі слідують короткі емоційні вигуки *It is immoral. It is outrageous*, які виступають кульмінаційним риторичним ефектом – інтонаційною «крапкою» після довгої логічної побудови.

Однією з ключових особливостей виступів Камали Гарріс є активне використання звертань до аудиторії та вживання прямої мови, що створює ефект безпосереднього діалогу. Політик звертається до слухачів не узагальнено, а адресно, використовуючи займенники *you, we, my fellow Americans*, що наближує її до слухача й формує відчуття спільності.

У промові, виголошеній у Далласі 23 червня 2023 року, Гарріс говорить: *Our mother used to sit at that yellow Formica table trying to figure out how to make it all work. And I know many of you are doing the same right now. I've heard from so many of you* [67].

У цьому фрагменті ми бачимо не просто емоційне звернення до власної сімейної історії Камали Гарріс – це глибше. Її особиста розповідь поступово розгортається у спільну історію, у метафору життя мільйонів американських родин, які впізнають у ній себе. Вона говорить про свою матір, дитинство, про шлях до успіху, але за кожним «я» відчувається велике «ми». У цьому й полягає сила її оповіді: приватне стає суспільним, особисте – універсальним. Пряма мова у таких моментах – не просто цитата, а спосіб запросити слухача до діалогу. Коли звучать займенники *you, we, many of you*, створюється ілюзія живої розмови, ніби Гарріс стоїть не на трибуні, а поруч, звертаючись безпосередньо до кожного. Це не монолог, а взаємодія, де аудиторія не пасивний спостерігач, а співрозмовник.

Особливо майстерно Гарріс використовує синтаксичний паралелізм – ритмічний і логічний прийом, який упорядковує думку й водночас тримає увагу. Повторювані структури не обтяжують текст, а навпаки, створюють внутрішню музику промови. Паралельні побудови задають темп, допомагають слухачеві відчувати логіку й послідовність, навіть коли йдеться про складні політичні

концепти. У цьому контексті її синтаксис працює як диригент: він веде, але не тисне, організовує, але залишає простір для емоції. Завдяки цьому Гарріс не просто пояснює – вона переконує м'яко, природно, з відчуттям ритму і людської присутності.

Особливістю виступів Гарріс є їхня емоційна насиченість, яка виражається не лише словами, а й інтонаційною структурою, риторичними вигуками та взаємодією з публікою. Під час мітингу в Атланті, у відповідь на вигуки аудиторії *Four more years!*, вона усміхнулася й сказала: *You all are too much. But I hear you. Loud and clear* [67].

Це – приклад живої реакції, яка свідчить про комунікативну гнучкість та емоційну відкритість Гарріс. Така взаємодія розряджає офіційний тон промови та робить її більш людською.

Лексика публічних виступів Камали Гарріс має виразно маркований соціальний, етичний та політичний характер. Вона формує ціннісно-орієнтовану риторику, яка ґрунтується на принципах інклюзії, поваги до різноманіття, толерантності та глибокій відданості демократичним основам державності. У її мовленні простежується системне вживання лексем і виразів, які об'єднують людей, зменшують соціальні бар'єри, протистоять дискримінації та водночас апелюють до загальнонаціональної єдності та спадкоємності.

У промові перед Конгресом 6 квітня 2022 року вона зазначає: *In this fight, we are all in it together – not as Democrats or Republicans, but as Americans. Because when one of us is left behind, all of us are left behind* [67].

У цій цитаті Камала Гарріс говорить не просто як політик, а як людина, яка щиро прагне єдності. Її використання інклюзивних займенників *we* та *all of us* створює теплий, майже довірливий тон. Вона ніби звертається до кожного: ми всі разом, ми всі важливі. У цих простих словах підреслюється спільність і відповідальність, які не проголошуються, а природно відчуються.

Особливо виразно звучить антонімічна формула *not as Democrats or Republicans, but as Americans*. Гарріс не протиставляє – вона поєднує. Це не політичний заклик, а людський жест: спроба нагадати, що передусім усі ми

належимо до однієї історії, однієї країни, одного «ми». У цьому вислові немає гучних слів, зате є щирість. Він звучить не як гасло, а як правда, яку кожен розуміє інтуїтивно.

Повтор *all of us* стає серцевим ритмом промови. Він пульсує м'яко, але впевнено, щоразу посилюючи відчуття спільної причетності. Гарріс говорить не «для» людей, а «з» ними. Її мова не вибудовує дистанції – вона запрошує до співрозмови. І саме завдяки цій теплій інтонації, де особисте зливається з національним, Камала Гарріс постає не лише як політична лідерка, а як голос, що об'єднує й заспокоює.

Значна увага в її мовленні приділяється соціально маргіналізованим групам. У виступі на тему енергетичної справедливості (14 липня 2023 року) вона заявила: *We are investing in the communities that have long been left out – poor communities, rural communities, Native communities, and communities of color* [67].

Патріотична лексика Гарріс не є нав'язливою: у її виступах переважають слова *freedom, rights, democracy, responsibility* – концепти, які формують морально-правову основу американської ідентичності.

На відміну від багатьох політичних опонентів, Гарріс свідомо уникає гучних, популістських гасел. Її патріотизм мовно реалізується через спокійне, упевнене посилення на суспільний обов'язок, історичну відповідальність і рівність можливостей: *I have been honored to serve as Joe Biden's vice president, and I will always stand for the principles that brought us here – justice, opportunity, and equality* [67].

Лексична палітра публічних виступів Камали Гарріс відзначається надзвичайною продуманістю й внутрішньою етичною цілісністю. Її мова не виключає – вона об'єднує. Гарріс ніколи не будує ідентичність на протиставленні, не шукає ворогів, а натомість говорить про силу спільності, про «єдність у різноманітті». Коли вона каже *we are in this together*, у цих словах чується не політична формула, а щире переконання. Вона створює патріотизм нового типу – не гучний і не конфронтаційний, а теплий, усвідомлений, заснований на взаємній повазі. Її лексика – це мова довіри, що відкриває

простір для емпатії й громадянської відповідальності. Вона говорить не «для виборців», а «для людей», і саме ця різниця робить її стиль живим, сучасним і переконливим.

Втім, сила Гарріс не лише у слові. Її невербальна комунікація – окремий пласт риторичної майстерності. Жести, міміка, зоровий контакт, навіть постава – усе працює на спільну мету: створити атмосферу відкритості й довіри. Коли вона говорить, її руки рухаються природно, не театральнo, а з теплом; погляд залишається прямим, але м’яким. Ці деталі не привертають увагу самі по собі, проте саме вони формують відчуття справжності. По суті, тіло Гарріс говорить разом із нею – жести підкреслюють думку, міміка передає емоцію, а погляд підтримує зв’язок із аудиторією.

Її невербальна поведінка доповнює слова, робить їх відчутними. Вона не демонструє владу – вона її втілює спокійно, без тиску. Її усмішка – не для ефекту, а для контакту; її пауза – не порожнеча, а момент, коли думка доходить до слухача. У цьому й полягає її сила: щирість, упевненість і людяність працюють разом, створюючи імідж політика нового покоління – того, хто не лише говорить про довіру, а й утілює її кожним рухом, кожним словом, кожним поглядом.

Усі наведені приклади у *Таблиці 3.2*, взяті з автентичних стенограм і опублікованих виступів віцепрезидентки, демонструють узгоджений стиль Гарріс: поєднання логічних аргументів і особистих свідчень, емоційних закликів і переконливих фактів.

Таблиця 3.2

Комунікативні стратегії і риторичні засоби у передвиборчому дискурсі
Камали Гарріс

Приклад	Джерело прикладу	Засіб/техніка	Контекст і ефект
«And I have always had an instinct to	White House Archives. Speeches and	Етос (особистий досвід)	Стенограма виступу 29.10.2024.

protect... ...drive to protect hardworking Americans»	Remarks by Vice President Kamala Harris (2021–2024) URL: https://www.bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/ (дата звернення: 25.05.2025).		Приклади з особистого досвіду спрямовані на формування довіри: демонструють принципи і цінності політика, підкреслюють її готовність захищати звичайних людей.
«We will fight... We will fight to safeguard our democracy. We will fight to secure... the freedom to vote.»	White House Archives. Speeches and Remarks by Vice President Kamala Harris (2021–2024) URL: https://www.bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/ (дата звернення: 25.05.2025).	Анафора (повтор фрази)	Виступ 11.01.2022 (Атланта). Повтор «we will fight» наголошує рішучість захищати Конституцію й виборче право. Ця патріотична мова підсилює мотив боротьби за демократичні цінності.
«Donald Trump... would walk into that office with an enemies list. When elected, I will walk in with a to-do list»	White House Archives. Speeches and Remarks by Vice President Kamala Harris (2021–2024) URL: https://www.bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/ (дата звернення: 25.05.2025).	Паралелізм, контраст	Виступ 29.10.2024 (Вашингтон). Промовисте протиставлення планів: ворожі наміри супротивника проти прагматичного плану Гарріс. Риторичний

	звернення: 25.05.2025).		контраст «enemies list – to-do list» ефективно підкреслює різницю у стилях лідерства.
«The highest court... took a constitutional [right]... extremist so-called leaders started passing laws... It's immoral, outrageous that... they strip them of their... dignity and autonomy»	White House Archives. Speeches and Remarks by Vice President Kamala Harris (2021–2024) URL: https://www.bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/ (дата звернення: 25.05.2025).	Емоційно-моральна оцінка	Виступ 25.04.2023 (Вашингтон). Риторичний наголос на «immoral, outrageous» поєднується з детальним описом ворожих законів. Сильна негативна оцінка посилює пафос захисту прав людини.
«I trust the women of America. I trust the people of America...»	White House Archives. Speeches and Remarks by Vice President Kamala Harris (2021–2024) URL: https://www.bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/ (дата звернення: 25.05.2025).	Повтор, звернення до народу	Той самий виступ 25.04.2023. Повтор «I trust...» створює ефект залучення слухачів і демонструє безпосередню віру у громадян. Звернення «women of America», «people of America» служить лексикою інклюзії, що об'єднує аудиторію.

«...tunnels with walls as smooth as the walls of your living room... complete with lighting and air conditioning...»	White House Archives. Speeches and Remarks by Vice President Kamala Harris (2021–2024) URL: https://www.bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/ (дата звернення: 25.05.2025).	Образне порівняння (метафора)	Виступ 25.01.2022 (Вашингтон). Яскравий опис тунелів для контрабанди (зручні, як домашні) викликає сильне візуальне уявлення й емоційний дисонанс – «жахлива реальність» постає буденною.
«..nearly \$12 billion... invested in overlooked communities... It's time. It's time. It's time.»	White House Archives. Speeches and Remarks by Vice President Kamala Harris (2021–2024) URL: https://www.bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/ (дата звернення: 25.05.2025).	Анафора, емоційне повторення	Виступ 14.07.2023 (Салем, Нью-Гемпшир). Фраза з тричі повтореним «It's time» підсилює заклик до дії щодо інвестицій у незахищені райони. Повтор створює емоційне напруження, наголошує нагальність проблеми.

Завдяки широті промов і різним темам (права голосу, соціальна справедливість, економічна політика, зовнішня дипломатія тощо) помітно, що Гарріс гнучко застосовує ці риторичні засоби залежно від аудиторії і ситуації. Такі мовні та невербальні прийоми (зокрема відкриті жести, співпереживаючий тон) допомагають їй ефективно комунікувати із слухачами, підсилювати

емоційний зв'язок та підтримувати імідж лідера, який прагне єднати, захищати інтереси громадян і будувати інклюзивну «американську сім'ю».

3.3 Механізми медіації в передвиборчому дискурсі Камали Гарріс

Під механізмами медіації розуміються сукупність мовних, риторичних, стилістичних і стратегічних засобів, за допомогою яких політик вибудовує свій імідж як фігури діалогу і примирення. Йдеться про здатність одночасно звертатися до різних аудиторій, долаючи культурні, соціальні, гендерні та етнічні бар'єри. Такі механізми дозволяють політику позиціонувати себе не як представника однієї частини електорату, а як символ балансу, єдності та співпереживання – як «посередника» між владою і народом, минулим і майбутнім, «своїми» і «іншими», чоловічим і жіночим началами, білим і небілим населенням, академічною та народною традицією.

Завдяки використанню стратегій медіації Камала Гарріс формує образ політика нового типу – не конфронтаційного, а такого, що шукає діалог; не монологічного, а слухаючого; не поляризуючого, а такого, що втілює синтез розмаїття й солідарності. Саме через такий тип мовної поведінки реалізується її роль як мосту між розрізненими групами, що дає змогу не лише отримувати електоральну підтримку, а й змінювати парадигму політичного лідерства у бік гуманістичних, толерантних і комунікативно відкритих практик.

Одним із найдієвіших інструментів медіативної стратегії Камали Гарріс є мова солідарності – тепла, відкрита, людяна. Вона свідомо використовує слова, що наближають, а не віддаляють, будують діалог замість ієрархії. Найяскравіше це проявляється у вживанні займенників *we*, *us*, *our*. Гарріс говорить не «я зроблю», а «ми зробимо», не «я думаю», а «ми знаємо». Це не просто граматична форма – це політична й етична позиція. У такий спосіб вона створює відчуття спільності, ніби нагадує: лідер – це не вершина, а частина цілого.

Коли Гарріс говорить *we are in this together* або *our future depends on us*, у цих фразах немає зверхності. Є співучасть. Її мова формує простір, де політик і

громадяни перебувають на одному рівні, де замість дистанції виникає спільна відповідальність. По суті, вона розмикає традиційну вертикаль влади й замінює її горизонталлю довіри.

У цьому полягає особливість її стилю: через прості граматичні засоби Гарріс створює емоційний міст між трибуною і залом. Її слова не звучать як наказ чи декларація – радше як запрошення діяти разом. Саме тому мова солідарності в її виступах стає не риторичним прийомом, а способом мислення, утіленням ідеї, що справжнє лідерство починається з уміння сказати: ми.

Показовим є вислів Гарріс із виступу 6 квітня 2022 року: *We are all in this together – not as Democrats or Republicans, but as Americans* [67].

У наведеній цитаті особливо відчутна медіативна сила мовлення Камали Гарріс. Вона не просто говорить про єдність – вона її творить мовою. Протиставлення *Democrats or Republicans* не звучить як розділення, а, навпаки, розчиняється в ширшому понятті *Americans*. У цій простій структурі – велика ідея: політична приналежність може бути різною, але спільна ідентичність залишається однією. Гарріс м'яко зміщує акцент із протиставлення на спільність, із приналежності до партії – на приналежність до країни. Її риторика не конфронтує, а примирює, створюючи емоційно комфортний простір, де важливішими за ідеологію стають людяність, повага і почуття спільної мети.

Таке мовлення не лише апелює до загальнолюдських цінностей – воно створює відчуття безпечного діалогу. Гарріс свідомо вибудовує свій дискурс так, щоб у ньому не було «інших». Її вислови звучать як мова спільного дому, де всі різні, але кожен належить.

Важливим інструментом цієї лінгвістичної медіації стають узагальнюючі іменники – *Americans, communities, families*. Вони діють як своєрідні «вербальні парасолі», під якими можуть знайти місце представники будь-яких соціальних, культурних чи етнічних груп. Такі слова не поділяють – вони об'єднують. У них немає «своїх» і «чужих»; є спільний простір, у якому всі мають право голосу. Завдяки цьому ефекту інклюзії Гарріс досягає головного – аудиторія відчуває не відстань, а приналежність.

Показовим прикладом цієї стратегії є її виступ 22 червня 2023 року під час офіційного прийому Прем'єр-міністра Індії. Гарріс звернулася до гостей не лише як до політичних партнерів, а як до частини глобальної спільноти, підкреслюючи спільні цінності – демократію, розвиток, повагу до людської гідності. Її слова звучали без риторичного напруження, проте з глибоким змістом: єдність – це не компроміс, а вибір, який робиться з повагою до різниці.

Саме така інтонація – тепла, врівноважена, без надмірного пафосу – робить Камалу Гарріс однією з найпереконливіших медіаторів сучасного політичного дискурсу. Вона говорить не «про» народ, а «з» народом, і тому її мова не лише переконує – вона об'єднує.

In the United States, we have people of every faith – and of no faith – who live side by side. Regardless of one's belief or caste, every individual deserves dignity [67]. У цьому фрагменті простежується багатоступенева тактика примирення. По-перше, шляхом визнання іменників, що позначають різноманіття поглядів (*every faith – and of no faith*), політикиня демонструє відкритість до плюралізму. По-друге, ключова конструкція *regardless of one's belief or caste* функціонує як семантичний механізм нейтралізації відмінностей: через таку граматичну формулу відбувається умовне «стирання» меж між потенційно конфліктними групами. Це, у свою чергу, відкриває простір для ствердження універсальної цінності гідності кожної людини (*every individual deserves dignity*), що слугує базисом інклюзивної політичної етики.

Одним із найбільш ефективних механізмів медіації у публічному дискурсі Камали Гарріс є сторітелінг – розповідь про особисті чи родинні історії, що набувають статусу символічного ресурсу для формування довіри й емоційного зв'язку з аудиторією. Такий тип медіації – наративний – ґрунтується не лише на інформаційній функції, а передусім на ідентифікаційній. Через автобіографічні фрагменти мовлення створюється ефект спільного досвіду, який допомагає зруйнувати бар'єр між публічною роллю політика й приватним світом пересічного виборця.

Сторітелінг, як стратегічна форма комунікації, дозволяє Гарріс

позиціонувати себе не як відстороненого представника політичної еліти, а як людину з особистою історією, етичними переконаннями та життєвими викликами. Особисті спогади, розповіді про дитинство, сім'ю, перші кроки в професії виступають метафоричними наративами, які водночас є індивідуальними й універсальними – такими, з якими може ототожнити себе велика частина аудиторії.

Зокрема, у промові від 29 жовтня 2024 року Камала Гарріс говорить: *And I did this work because, for as long as I can remember, I have always had an instinct to protect... to hold accountable those who use their power to take advantage of others* [67].

Ця фраза має кілька рівнів медіативного впливу. По-перше, використання форми особистого минулого досвіду (*for as long as I can remember*) створює атмосферу довірливості – мовна ситуація наближається до інтимного спілкування. По-друге, лексеми *instinct to protect*, *hold accountable*, *take advantage* апелюють до моральних цінностей, які поділяють широкі верстви суспільства, незалежно від ідеологічних чи соціальних орієнтирів. По-третє, мовна структура виключає будь-яке підкреслення політичної приналежності або офіційної посади – суб'єкт висловлювання не «сенаторка» чи «віцепрезидентка», а просто я, жінка з глибоким внутрішнім покликанням до справедливості.

Цей риторичний прийом Камали Гарріс – більше, ніж мовна техніка. Це спосіб говорити з людьми про спільний досвід, перетворюючи особисте на універсальне. Вона вміє знайти у власній історії те, що відгукується в інших: боротьбу за справедливість, потребу в гідності, віру в зміни. Її автобіографічні фрагменти не звучать як самопрославлення. Вони перетворюються на дзеркало, у якому суспільство бачить себе. І в цьому – справжня сила її риторики: людяність, що не втрачається навіть серед політичних заяв.

Коли Гарріс говорить про свій шлях, вона робить це спокійно, без пафосу. Але її слова завжди мають відлуння. Вона не просто ділиться спогадами – вона будує міст між досвідом і вірою, між індивідуальним і спільним. У час, коли

політика часто здається холодною і формальною, Гарріс повертає їй емоційний вимір. Її щирість – це не стратегія, а спосіб існування в публічному просторі.

Сторітелінг для неї – не прикраса, а механізм взаєморозуміння. Вона створює простір, у якому політичне повідомлення стає особистим. Коли вона каже *my mother taught me... або we all know someone who has struggled*, аудиторія перестає бути просто масою – це люди, яких вона бачить. І кожне слово ніби промовлене безпосередньо до них.

Важливим складником її дискурсу є звернення до історичної пам'яті. Гарріс не відокремлює себе від минулого – вона вплітає його в сучасність. Вона говорить про Джона Льюїса, Мартіна Лютера Кінга, Розу Паркс, Барака Обаму не як про легенди, а як про живих попередників. Її голос ніби продовжує їхні, і це створює відчуття тяглості: демократія – не застигла цінність, а рух, який не припиняється.

Це виразно чути в її промові 11 січня 2022 року: *Selma is not just a place. It is a reminder – that every generation must defend democracy* [67]. Тут короткі речення б'ють ритмічно, майже музично. Вони прості, але в цій простоті – глибина. Сельма стає не просто місцем, а символом. А фраза *every generation must defend democracy* – закликом, що не потребує підвищеного тону. Гарріс говорить тихо, але так, що їїчують.

Такі вислови формують цілісну історичну лінію. Вона не позиціонує себе як новий початок – вона продовжує розмову, розпочату тими, хто стояв перед нею. Її постать у цьому ланцюзі природна: не герой, а спадкоємиця; не проповідниця, а голос, що зберігає пам'ять і водночас оновлює її сенси.

Цю спадкоємність посилює і гендерно-расовий вимір. Камала Гарріс – перша жінка, перша людина афроазійського походження на посаді віцепрезидентки США. Її саме існування в цьому статусі – вже політичне послання. Вона не просто символ змін, а доказ, що зміни можливі. Посилаючись на постаті борців за громадянські права, Гарріс наголошує: її успіх – не виняток, а логічне продовження американського прагнення до рівності.

Коли вона говорить про права жінок, про тілесну автономію, про вибір – її мова поєднує рішучість і теплоту. Гарріс не прагне демонструвати силу – вона її випромінює. Її інтонація гнучка: короткі фрази чергуються з розгорнутими реченнями, емоційні акценти врівноважуються логічними. Так народжується відчуття балансу – між владністю і співчуттям, між авторитетом і близькістю.

Саме у цій ритмічній гнучкості, у зміні темпів, пауз і синтаксичних ритмів відчувається її людяність. Камала Гарріс не проголошує промови – вона розмовляє. Її слова дихають, рухаються, торкаються. Вони не лише переконують, а й об'єднують. І, можливо, саме тому після її виступів залишається не лише враження від політичного змісту, а відчуття, що тебе почули – і запросили говорити далі.

У виступі 25 квітня 2023 року, присвяченому захисту репродуктивних прав, Камала Гарріс заявила: *It is immoral. It is outrageous... That anyone would think they are in a better position to tell a woman what she can do with her body* [67].

Цей фрагмент є прикладом водночас потужного політичного меседжу й особистої залученості. Використання рішучої, емоційно насиченої лексики (*immoral, outrageous*) створює ефект сили, безкомпромісності у відстоюванні прав. Водночас емоційна насиченість звернення та інтонаційна насиченість фрази не залишаються в межах суто інституційного мовлення: Гарріс постає як жінка, яка говорить не лише від імені держави, а й від імені всіх жінок, які щодня стикаються з утисками свободи вибору.

Завдяки такому риторичному підходу Камала Гарріс виступає не лише як державна діячка, що артикулює політику у сфері гендерної рівності, а й як моральний авторитет, здатний транслювати жіночий досвід на національному рівні. Гендерна медіація, яку вона реалізує у своїй риторичі, не є поступкою або компромісом між «м'якістю» і «силою» – це синтез, що задає нову парадигму політичного лідерства: етичного, чутливого, водночас рішучого й співчутливого.

У протиставі поширеній у політичному дискурсі риторичі загрози, страху або критики, Камала Гарріс обирає іншу стратегічну лінію – позитивну риторичу, яка зосереджується на перспективах, реальних діях і можливостях

для покращення життя громадян. Такий тип комунікації виконує медіативну функцію: він знижує напруження, усуває бар'єри сприйняття та вибудовує довіру через демонстрацію практичних вигод і результатів політичної діяльності.

Риторика Камали Гарріс побудована навколо відчуття можливості – віри в те, що зміни не лише потрібні, а й досяжні. У своїх виступах вона створює не суху політичну програму, а картину майбутнього, у якій кожен може впізнати себе. Її підхід ґрунтується на трьох простих, але глибоких принципах: говорити про майбутнє, показувати реальні досягнення й говорити мовою, зрозумілою для всіх.

По-перше, Гарріс завжди дивиться вперед. Її риторика не застрягає в описі проблем – вона спрямована на їх подолання. Коли вона говорить про зміни, це не утопія, а конкретний горизонт, до якого можна дійти. Вона малює майбутнє не як віддалену мрію, а як продовження сьогодення, у якому зусилля кожного мають значення.

По-друге, у центрі її промов – практичність. Гарріс не розповідає про політику у термінах абстракцій; вона говорить про те, як рішення впливають на життя звичайних людей. Про доступну освіту, справедливу оплату праці, чисте повітря, безпечні вулиці. Її слова повертають політиці людське обличчя. Кожен приклад – це маленька історія, у якій політичне перетворюється на особисте.

І нарешті, Гарріс обирає простоту. Вона говорить не складними формулами, а звичними словами, яким довіряють. Її приклади звучать знайомо: родина, яка економить на рахунках за електроенергію; студентка, яка отримує стипендію; вчитель, який може дозволити собі житло поруч зі школою. Саме через такі конкретні образи вона візуалізує майбутнє, не обіцяючи чудес, а показуючи, як крок за кроком можливе стає реальним.

Наприклад, у промові 14 липня 2023 року Гарріс наголосила: *We lower the cost of electricity... so people have more money for groceries, rent, or saving for college* [67].

Ця цитата демонструє риторику медіації через користь. Політичне рішення – зниження вартості електроенергії – подається не як економічна статистика або стратегічна ініціатива уряду, а як безпосереднє джерело поліпшення матеріального становища людей. Вислів *more money for groceries, rent, or saving for college* – це приклад чіткої, ціннісно орієнтованої комунікації, де ключовими є базові потреби: харчування, житло, освіта. Такий підхід формує відчуття доступності політики, робить її «видимою» та зрозумілою, зменшуючи відстань між прийняттям рішень і повсякденним життям виборця.

У цьому виявляється ще один аспект медіативного потенціалу позитивної риторики: вона не протиставляє, а об'єднує – не зосереджується на загрозах або протидіях, а підкреслює можливості та потенціал розвитку. Камала Гарріс говорить із позиції підтримки та конструктивізму, створюючи мову, в якій громадянин відчуває себе не об'єктом впливу політики, а її повноправним бенефіціаром. Її меседжі формують комунікативну ситуацію, у якій політика постає не як віддалена абстракція, а як набір дієвих рішень, що мають реальний ефект «тут і зараз».

Стратегія медіації через позитив у риториці Камали Гарріс – це значно більше, ніж спосіб підвищити електоральну привабливість. Вона перетворює політичну мову на простір довіри. Гарріс говорить не про боротьбу проти когось, а про спільний рух уперед. Її тон знижує напруження, відкриває шлях до діалогу, створює атмосферу, у якій навіть критичні теми звучать без агресії. Така риторика не поляризує – вона зближує. І саме в цьому її сила як лідерки: вона не лише бачить проблеми, а вміє пробудити в суспільстві готовність шукати рішення разом.

Для Гарріс позитив – не втеча від реальності, а форма відповідальності. Вона демонструє, що політика може бути не ареною суперечок, а місцем співпраці, де слова не розділяють, а зшивають суспільну тканину. Її промови не лише пояснюють, а й відновлюють – повертають людям віру в те, що зміни можливі, якщо діяти спільно.

Якщо підсумувати, риторика Камали Гарріс – це не просто набір стратегій. Це цілісний комунікативний світ, побудований на інклюзивності, емпатії, спадкоємності й оптимізмі. Вона поєднує мову факту і мову почуття, апелює і до розуму, і до серця. Її слова здатні не лише інформувати чи переконувати – вони зцілюють, підтримують, дають відчуття спільної мети.

У її дискурсі мова стає інструментом об'єднання. Вона долає поділи, нагадуючи про спільні цінності: рівність, гідність, дію, майбутнє. Гарріс говорить із довірою, ніби звертається не до виборців, а до співгромадян, до людей, із якими разом творить історію.

У добу постправди, емоційної фрагментації та суспільної втоми її риторика вирізняється здатністю повернути людяність у політичне мовлення. Вона створює простір, у якому громадянин перестає бути лише слухачем – він стає співучасником, частиною процесу, що формує демократію не зверху, а зсередини. І, можливо, саме тому голос Камали Гарріс звучить не як чергова політична промова, а як тиха, впевнена обіцянка, що спільна мова – усе ще можлива.

Висновки до розділу 3

Політичний імідж Камали Гарріс постає як результат цілісної та продуманої стратегії самопрезентації, що поєднує особистісну автентичність, професійну легітимність і символічне навантаження. Його формування базується на поєднанні кількох рівнів: біографічного, гендерного, етнічного, візуального, риторичного та медійного. Усі ці компоненти функціонують не ізольовано, а як єдина система, яка спрямована на ефективне позиціонування лідерки у складному політичному середовищі. Стратегія побудована на ціннісних орієнтирах – рівності, справедливості, правдивості, інклюзивності – і апелює до широких аудиторій через гнучку, емоційно насичену комунікацію. Гармонійне поєднання символічного і змістовного, раціонального і афективного, традиційного і новітнього створює унікальний політичний бренд,

адаптований до сучасних стандартів публічного лідерства в добу цифрової політики.

Виступи Камали Гарріс – це не просто політичні промови, а розмови, у яких відчувається життя. Її мова дихає ритмом сучасності: точна, але тепла; аргументована, але сповнена емоцій. Гарріс уміє бути переконливою без тиску й натхненною без патетики. У кожному її виступі відчувається гармонія між логікою і людяністю, між раціональністю політика і чуйністю співрозмовниці. Вона вибудовує комунікацію як партнерство, а не як звернення зверху – не нав'язує позицію, а запрошує до спільного осмислення. Її мова поєднує силу аргументів і теплоту інтонацій. Гарріс говорить не лише розумом, а й тоном, поглядом, паузою. Вона жестикулює природно, усміхається не для ефекту, а для контакту. Ці дрібні деталі створюють відчуття щирості, те саме, якого часто бракує політичному дискурсу. Коли вона виступає, зал реагує не лише на зміст, а на присутність – ту особливу енергію, що народжується, коли промовець говорить із повагою, не втрачаючи людського виміру.

Гарріс демонструє, що політика може бути співучасною, а не зверхньою. Її виступи – це не монологи, а діалоги, у яких людина, що слухає, відчуває себе почутою. У цьому полягає головний секрет її переконливості: вона не змушує вірити, вона запрошує думати разом. І саме тому її риторика створює ефект довіри – не миттєвої, а глибокої, тієї, що народжується лише тоді, коли слова збігаються з тоном, а тон – із внутрішнім змістом.

Медіативна риторика Камали Гарріс відкриває нову мову політики – мову співпереживання. Її промови не руйнують кордонів силою, а розчиняють їх розумінням. Вона говорить з людьми різного віку, походження, переконань, і кожен відчуває, що його бачать. Її стратегія проста, але потужна: замість конфлікту – контакт, замість протистояння – пошук спільного. Коли Гарріс говорить про рівність, справедливість чи майбутнє, вона не виголошує гасел. Вона малює картини, у яких кожен може знайти себе – матір, яка дбає про освіту дитини, молодь, що шукає свій шлях, людей, які прагнуть безпечного

життя. Вона не ділить суспільство, а зшиває його мову за мовою, слово за словом.

Саме тому її лідерство сприймається не як влада, а як довіра. У сучасному світі, де політика часто асоціюється з відстороненістю, Камала Гарріс повертає їй людське обличчя. Вона втілює той тип лідера, що не лише діє, а й слухає; не лише обіцяє, а й співпереживає. Її риторика поєднує силу і м'якість, твердість переконань і відкритість до діалогу. Це мова, яка не втомлює, а надихає. Мова, у якій немає поділу на «нас» і «їх». Мова, у якій демократія звучить як спільна справа, а не як лозунг. Камала Гарріс доводить, що справжня політика починається там, де є слухання, взаємна повага і віра в людину. Її голос – це не лише політичний інструмент, а нагадування: у світі, який швидко втрачає сенси, людяність досі має силу переконання.

ВИСНОВКИ

Політична комунікація у сучасному світі вже давно перестала бути просто передаванням офіційних повідомлень. Вона перетворилася на складну, живу систему взаємодії, де політики, медіа і громадяни перебувають у постійному діалозі. Йдеться не лише про обмін інформацією, а про створення спільного поля смислів – того, що формує довіру, емоційний зв'язок і відчуття причетності. У цифрову добу цей процес став ще інтенсивнішим: новини, реакції, думки і коментарі миттєво циркулюють у медійному просторі, утворюючи безперервний потік комунікацій.

Сучасна політична мова – це мова, що реагує швидко, працює з візуальними образами, персональними історіями, короткими меседжами, які легко сприймаються і запам'ятовуються. Цифрові технології змінили не лише форму, а й саму природу політичного діалогу: замість одностороннього звернення влади до громадян виникла горизонтальна мережа, де кожен може бути співучасником процесу. Політичне повідомлення тепер не просто інформує – воно спонукає до взаємодії, викликає реакцію, відкриває простір для емоцій і участі.

Категорія медіації в цьому контексті набуває нового, глибшого сенсу. Вона більше не зводиться до юридичних чи технічних процедур – це передусім людський механізм порозуміння. Медіація у політиці означає здатність чути різні голоси, знаходити спільну мову між опонентами, знижувати градус конфлікту. Вона стає простором, де замість боротьби за першість з'являється прагнення до співдії, до створення рішень, які враховують інтереси багатьох.

Сучасна політична медіація – це гуманістичний підхід до спілкування у публічній сфері. Вона не заперечує різноманіття думок, а навпаки – перетворює його на джерело розвитку. Через діалог і взаємоповагу вона змінює структуру суспільної взаємодії, повертаючи політиці її первинний зміст – служіння людям. У цьому й полягає її сила: не у прагненні переконати будь-якою ціною, а у вмінні з'єднати тих, хто звик говорити різними мовами.

Мовлення в політиці виконує не лише інформативну, а передусім

впливову функцію, поєднуючи вербальні й невербальні засоби задля створення емоційного ефекту, посилення переконливості та мобілізації громадської думки. Риторичні прийоми забезпечують емоційну насиченість виступів, прагматичні – адаптацію висловлювання до конкретної ситуації спілкування, а лінгвістичні – реалізацію ідеологічних смислів через повтор, маркування, номінацію, оцінність і опозицію.

Політичний дискурс функціонує як складна багаторівнева система, у якій мовні засоби, прагматичні цілі та соціально-культурні контексти формують спільний простір стратегічного впливу. В умовах цифрового середовища політична комунікація все частіше набуває ознак медіативного дискурсу – гнучкого, адаптивного, спрямованого на формування консенсусу або, за потреби, навмисну поляризацію через конструювання опозиційних смислів.

Інтеграція концепцій політичної комунікації, медіації та дискурсивної стратегії відкриває нові горизонти для дослідження природи політичного впливу, особливо в контексті передвиборчої риторики. Це створює надійне методологічне підґрунтя для подальшого аналізу політичних текстів у їхньому медіаційному вимірі, що й стане предметом наступних розділів роботи.

Передвиборчий політичний дискурс у демократичному контексті сучасності репрезентує складну систему комунікації, в якій перехрещуються риторичні інструменти, лінгвістичні моделі, ідеологічні конструкти й емоційно забарвлені звернення. Його організація підпорядкована стратегічній меті – вплинути на масову свідомість шляхом створення меседжів, які резонують із колективними очікуваннями, ціннісними установками та соціальними тривогами громадян. У цьому процесі політичне мовлення виконує комплексну функцію: не лише переконує та мобілізує, а й забезпечує символічне зближення з аудиторією, легітимує ухвалювані рішення, формує колективну ідентичність і транспортує ключові ідеологічні смисли.

Особливої ваги в структурі такого дискурсу набувають висловлювання з високим емоційним навантаженням – вони підсилюють відчуття причетності, сприяють формуванню емпатійного зв'язку між політиком і виборцем та

активізують громадянську участь. Під впливом трансформацій медіапростору – зокрема через стрімке зростання впливу цифрових платформ – політична риторика зазнає адаптаційних змін, що вимагають гармонійного поєднання логічної аргументації з емоційною виразністю, традиційних смислових матриць – із новими форматами комунікації.

Персоналізація політичного повідомлення, зміна темпоритму спілкування, конкуренція за увагу та емоційний відгук аудиторії спричиняють еволюцію мовленнєвих стратегій. Усе частіше ці стратегії спрямовані не лише на інформування, а й на створення умов для глибшої емоційної залученості та персонального ототожнення. За таких умов передвиборчий дискурс постає не просто як інструмент комунікації, а як простір, у якому конструюється публічна репрезентація влади, відповідальності, національного світогляду та моделі лідерства.

У політичному дискурсі XXI століття медіація набуває нових значень, виходячи за межі традиційного інформування й перетворюючись на інструмент глибокого смислового моделювання. Медіа – як класичні, так і цифрові – виступають не лише передавачами, а й активними співтворцями політичних смислів, які задають емоційні й інтерпретаційні рамки для сприйняття висловлювань. Вони адаптують, переосмислюють і реконструюють повідомлення відповідно до власних редакційних логік, технічних алгоритмів та очікувань конкретної аудиторії. У цьому середовищі ключовими стають процеси фреймування, емоційної модуляції та персоналізації, які дедалі частіше визначають не лише форму, а й суть політичної комунікації. Гібридна медіа модель, в якій взаємодіють журналістська практика й алгоритмізоване розповсюдження контенту, формує простір, де політичне змагання відбувається не лише через позиції, а й через образи, емоції та наративи. Це зрушення від логіки раціонального переконання до емоційної взаємодії докорінно трансформує характер комунікації у демократичних суспільствах.

Політичний імідж Камали Гарріс постає як результат комплексної, ретельно вибудованої стратегії самопрезентації, в основі якої – поєднання

особистісної достовірності, професійної легітимності та глибокої символічної навантаженості. Цей образ формує багатовимірну конструкцію, що охоплює біографічний досвід, гендерну ідентичність, етнокультурну належність, візуальну репрезентацію, мовно-риторичний стиль та медійне відображення. Усі ці складові взаємодіють у межах єдиної комунікативної моделі, зорієнтованої на ефективну політичну позиціювання. Стратегія ґрунтується на послідовному артикулюванні цінностей рівності, справедливості, правди та інклюзії, що дозволяє охопити широку аудиторію, залишаючись при цьому автентичною. Поєднання змістової глибини та емоційного наповнення, традиційної легітимації та сучасної візуальності створює політичний бренд, який відповідає актуальним запитам демократичного лідерства в умовах цифрової доби.

Мовно-риторичний стиль Камали Гарріс вирізняється складністю та функціональною багатовекторністю. У її виступах чітко простежується структурна збалансованість між раціональною аргументацією, емоційною виразністю та прагненням до інклюзивного діалогу. Класичні риторичні схеми переосмислюються через призму сучасної стилістики, що дозволяє досягати глибокого резонансу з аудиторією. Вербальні засоби підкріплюються невербальними компонентами – мімікою, жестами, інтонаційною подачею – що формує ефект довіри, близькості та відкритості. Публічне мовлення Гарріс функціонує як інструмент ціннісної консолідації, підтримки демократичної тяглості та утвердження лідерської моделі, здатної до відповідального управління в умовах складних соціальних викликів.

Медіативна риторика Камали Гарріс відкриває нову модель політичного мовлення – таку, що спирається на цінності порозуміння, відкритості й етичної взаємодії. Її стратегія не базується на конфронтації, а навпаки – прагне діалогу, культурного об'єднання та пошуку точок дотику між різними соціальними й ідеологічними групами. Через інтеграцію мовних, емоційних, історичних і культурних чинників вона створює комунікативний простір, у якому політик виступає як партнер, а не як домінантний гравець. У фокусі її дискурсу –

солідарність, а не поділ; емпатія, а не риторика страху. Такий підхід сприяє підвищенню довіри до політичного процесу, актуалізує значення громадянської участі та формує засади для більш сталого демократичного розвитку в умовах постправди та гіперполяризованого суспільного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бандурка О. Медіація як форма соціального діалогу. *Науковий вісник Харківського нац. ун-ту внутр. справ*. 2021. №1. С. 12-19.
2. Белінська О. В. Медіація – альтернативне вирішення спорів. *Вісник Вищої ради юстиції*. 2011. № 1. С. 158-173.
3. Бойко Ю. В., Ковальська Л. А. Соціальні мережі як зброя та інструмент впливу в умовах інформаційної війни. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету ім. В. Стуса*. 2021. № 13. С. 235-239.
4. Бокоч Ю. М. Політична комунікація в умовах інформаційного суспільства. *Вісник Львівського університету*. Серія: Міжнародні відносини. 2019. № 46. С. 47–53.
5. Бондаренко-Зелінська Н. Л. Запровадження альтернативних способів врегулювання спорів: європейський досвід для України. *Приватне право і підприємництво*. 2009. Вип. 8. С. 162-165.
6. Ганжуров Ю. Політична комунікація як предмет наукового аналізу. *Грані*. 2015. № 5(133). С. 47–52.
7. Головченко В. Комунікативна культура у процесі медіації. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Соціальні комунікації. 2023. №1. С. 64–70.
8. Громадська Н. А. Акетіна О.В. Сучасні особливості політичної комунікації та її прояви в інформаційному суспільстві. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»*. Серія : Політологія. 2014. Т. 248. № 236. С. 53-58.
9. Зернецький О. Цифрова політика: виклики та можливості. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Соціальні комунікації. 2022. №6. С. 102–110.
10. Іванова І. Соціальна функція медіації в українському суспільстві .

Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2020. №2. С. 45–51.

11. Карпенко М. Політична комунікація як чинник демократизації суспільства. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Кураса НАН України*. 2021. №5. С. 56–64.

12. Кірдан О. «Поняття «медіація» та підходи до його трактування у сучасному науковому дискурсі». *Педагогічний часопис Волині*, №2(13), 2019, с. 12–20.

13. Коваль М. Риторичні прийоми у політичному дискурсі: структура та функції. Київ: КНУ, 2021.

14. Козлова О. *Прагматика політичного мовлення*. Одеса: Астропринт, 2022.

15. Колодюк А. В. Інформаційне суспільство: сучасний стан і перспективи розвитку в Україні. *Вісник Книжкової палати*. 2005. № 7. С. 22–25.

16. Комарова Т. Медіація: сучасні теоретичні аспекти та практика застосування. *Юридичний часопис Національного університету "Острозька академія"*. 2019. №2. С. 87–92.

17. Красіловська З. В. Становлення інституту медіації в системі публічного управління: теоретико-правовий аспект : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 теорія та історія державного управління / З. В. Красіловська. Одеса : ОРІДУ НАДУ при Президентіві України, 2017. 20 с.

18. Лисиченко Л. Політична комунікація у цифрову добу: мовна перспектива. Дніпро: Монограф, 2023.

19. Остапенко О. В. Політична комунікація як фактор трансформації міжнародних відносин. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень*. 2016. № 1. С. 108–113.

20. Полюга Н. Лінгвостратегічні засоби політичної аргументації. Харків: ВНТУ, 2021.

21. Притика Ю. Д. Проблеми захисту прав учасників цивільних правовідносин у третейському суді: монографія. Київ: Ін Юре, 2006. 636 с.

22. Проноза І. І. Роль політичних комунікацій у сучасному інформаційному просторі. *Політикус*. 2021. № 3. С. 75–81.
23. Семків О. Сучасна політична риторика: візуалізація, символізм, афективність. *Гуманітарний часопис*. 2020. №4. С. 45–52.
24. Тимошенко Л. Психологія медіації: посібник. Київ: Центр психологічної медіації, 2022. 120 с.
25. Шевчук Н. В. «Особливості політичного дискурсу: зміст, функції, жанрове втілення». *Вісник НАДУ при Президентові України*, №1, 2013, с. 263–269.
26. Яворська Ю. «Прагматичні аспекти англійських евфемізмів та дисфемізмів політичного дискурсу соціальних медіа». *Молодий вчений*, №4(1), 2022, с. 76–79.
27. Яценко Т. Мова політики: риторичний вплив у постправдиву епоху. Львів: Піраміда, 2020.
28. Beniger J. R. *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1987. 512 p.
29. Brader T. *Campaigning for Hearts and Minds: How Emotional Appeals in Political Ads Work*. Chicago: University of Chicago Press, 2006.
30. Castells M. *Communication Power*. Oxford : Oxford University Press, 2009. 592 p.
31. Chadwick A. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
32. Charteris-Black J. *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor*. Palgrave Macmillan, 2014.
33. Cobb S. *Speaking of Violence: The Politics and Poetics of Narrative in Conflict Resolution*. Oxford University Press, 2019.
34. Debord G. *The Society of the Spectacle*. New York: Zone Books, 1994.

35. Dow, B. J., & Tonn, M. B. «“Feminine Style” and Political Judgment in the Rhetoric of Ann Richards». *Quarterly Journal of Speech*, 79(3), 1993, c. 286–302.
36. Entman R. *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press, 2004.
37. Fairclough, N. *Language and Power*. London: Longman, 1989.
38. Freedman L. *The Transformation of Strategic Affairs: The Future of Political Communication*. London: Routledge, 2017.
39. Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA : MIT Press, 1962. 301 p.
40. Hart C. *Discourse, Grammar and Ideology: Functional and Cognitive Perspectives*. Bloomsbury, 2018.
41. Homolar, A., & Scholz, R. «The power of Trump-speak: Populist crisis narratives and ontological security». *Cambridge Review of International Affairs*, 32(3), 2019, c. 344–364.
42. Karvonen L. *The Personalization of Politics: A Study of Parliamentary Democracies*. Colchester: ECPR Press, 2010.
43. Lasswell H. D. *The Structure and Function of Communication in Society*. Bryson L. (Ed.). *The Communication of Ideas*. New York : Institute for Religious and Social Studies, 1948. P. 37–51.
44. Leith S. *You Talkin’ to Me?: Rhetoric from Aristotle to Obama*. Profile Books, 2019.
45. Long S. *Visual Rhetoric and Political Discourse in the Digital Age*. Routledge, 2020.
46. Mancini P. *Between Commodification and Lifestyle Politics: Is There a Third Way for Political Communication?* *The International Journal of Press/Politics*. 2011. Vol. 16, No. 4. P. 448–471.
47. Margetts H. *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*. Princeton: Princeton University Press, 2018.

48. McCombs M. *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press, 2004.
49. McNair B. *An Introduction to Political Communication*. 5th ed. London : Routledge, 2011. 296 p.
50. Moonier C. *La Médiation: Un espace pour le dialogue*. Paris: L'Harmattan, 2018.
51. Nichols T. *The Death of Expertise: The Campaign Against Established Knowledge and Why It Matters*. Oxford : Oxford University Press, 2017. 272 p.
52. Papacharissi Z. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. New York: Oxford University Press, 2015.
53. Partington, A., & Taylor, C. *The Language of Persuasion in Politics: An Introduction*. New York: Routledge, 2018.
54. Prior M. *Polarization and the Politics of Personalization: Mediating Conflict in the Age of Social Media*. Cambridge University Press, 2020.
55. Schaffner, C. «Editorial: Political speeches and discourse analysis». *Current Issues in Language & Society*, 3(3), 1996, c. 201–204.
56. Shapiro D. *Negotiating the Nonnegotiable: How to Resolve Your Most Emotionally Charged Conflicts*. Viking, 2016.
57. Shoemaker P.J., Reese S.D. *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. New York: Routledge, 2014.
58. Taylor R. *Restorative Practices and Mediation in Schools: Building Safe and Respectful Learning Communities*. Routledge, 2021.
59. Winberg, O. «Insult Politics: Donald Trump, Right-Wing Populism, and Incendiary Language». *European Journal of American Studies*, 12(2), 2017.
60. Wodak R. *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. Sage, 2021.

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

61. Fatherhood Channel. Body Language and Non-Verbal Cues in Kamala Harris's Speeches URL: <https://fatherhoodchannel.com> (дата звернення: 25.05.2025).

62. Kamala Harris Official. Public Statements on Instagram, Twitter and TikTok URL: <https://www.instagram.com/kamalaharris>, <https://twitter.com/KamalaHarris>, <https://www.tiktok.com/@kamalaharris> (дата звернення: 26.07.2025).

63. NPR. Kamala Harris on the campaign trail: Full speech transcripts and analysis. National Public Radio (npr.org). URL: <https://www.npr.org> (дата звернення: 25.05.2025).

64. PBS. Kamala Harris Speeches and Political Commentary URL: <https://www.pbs.org> (дата звернення: 26.07.2025).

65. The Boston Globe. Kamala Harris's quotes that shaped her public image URL: <https://www.bostonglobe.com> (дата звернення: 25.05.2025).

66. The Guardian. Rhetoric and Positioning in Kamala Harris's Public Appearances URL: <https://www.theguardian.com> (дата звернення: 29.05.2025).

67. White House Archives. Speeches and Remarks by Vice President Kamala Harris (2021–2024) URL: <https://www.bidenwhitehouse.archives.gov/briefing-room/speeches-remarks/> (дата звернення: 25.05.2025).

68. White House. Official Speeches and Briefings by Vice President Kamala Harris URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/> (дата звернення: 29.05.2025).

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

69. Селіванова О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля. К, 2011. 844 с.

70. Єрмоленко С. Я. Сучасний словник лінгвістичних термінів. Київ: Академія, 2020. 320 с.

71. Crystal, D. Dictionary of Linguistics and Phonetics. 6th ed. Oxford: Blackwell Publishing, 2008. 529 p.

СПИСОК ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

72. Божко Я. Комунікації довгої війни: час змінюватись. URL: <https://deepstateua.com/komunikatsiyi-v-dovghii-viini-chas-zminitisia/>

73. Поліщук М. Я. Поняття медіації як альтернативного методу вирішення спорів. Держава і право. 2014. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dip_2014_65_22

74. Присяжнюк І. Запровадження медіації як форми відновного правосуддя. *Вісник Національної академії прокуратури України*. 2012. № 2. С. 65–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnapu_2012_2_14

75. Ваџа М. Internet and political communication - Macedonian case. URL: https://www.researchgate.net/publication/51937106_Internet_and_political_communication_-_Macedonian_case

76. Lakoff G. Understanding Trump. 2016. URL: <https://georgelakoff.com/2016/07/23/understanding-trump/>

77. Lee C. Kamala Harris Is Using Social Media to Reach Young Voters. *Time*. 3 вересня 2024. URL: <https://time.com/7017076/kamala-harris-memes-social-media-young-voters/>

78. Lewis J. A Short Discussion of the Internet's Effect on Politics. URL: <https://www.csis.org/analysis/short-discussion-internets-effect-politics>