

РИТОРИКА ТА PR-СТРАТЕГІЇ ПРЕЗИДЕНТА США ДОНАЛЬДА ТРАМПА У ДОПИСАХ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ TRUTH SOCIAL ТА СТАТТЯХ АМЕРИКАНСЬКИХ ЦИФРОВИХ МЕДІА

RHETORIC AND PR-STRATEGIES OF U.S. PRESIDENT DONALD TRUMP IN TRUTH SOCIAL POSTS AND AMERICAN DIGITAL MEDIA ARTICLES

Шугасв А.В.,

orcid.org/0000-0002-0008-2259

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри англійської філології та перекладу

Житомирського державного університету імені Івана Франка

У статті розглянуто риторику Дональда Трампа у соціальній мережі Truth Social як специфічний різновид сучасної політичної комунікації, що поєднує класичні риторичні топи з новітніми PR-стратегіями. Показано, що соціальні медіа стають інструментом прямого звернення до аудиторії, минаючи традиційні медіа-фільтри, що зумовлює появу нової моделі політичної риторики. Дослідження базується на когнітивно-прагматичному аналізі текстів, у яких простежується використання воєнних метафор, оцінно-експресивної лексики, гіпербол та риторичних запитань. У дописах Трампа виявлено три основні риторичні стратегії: самопіднесення, що формує образ «єдиного ефективного лідера»; делегітимацію опонентів, реалізовану через негативні когнітивні фрейми; мобілізацію електорату, яка досягається апеляціями до спільноти, патріотичної та релігійної символіки. Особлива увага приділена взаємодії етосу, пафосу та логосу: через етос Трамп конструює образ авторитетного лідера, пафос забезпечує емоційне залучення аудиторії, а логос – легітимізацію позицій за допомогою фінансових чи політичних аргументів.

У публікаціях Трампа відбувається концептуальна поляризація суспільства («ми – вони», «сила – слабкість», «правда – брехня»), що сприяє створенню бінарних схем сприйняття політичної реальності. Водночас характерна провокаційність і лінгвістична простота повідомлень забезпечують їхню вірусність і здатність до масштабного медійного відтворення. Зроблено висновок, що риторика Трампа в Truth Social є прикладом медіатизованої політичної комунікації, яка не лише інформує, а й активно конструює спільну реальність, мобілізуючи прихильників через поєднання класичних риторичних засобів і сучасних PR-технік.

Зроблено висновок, що аналіз риторики та PR-стратегій президента США Дональда Трампа дозволяє глибше зрозуміти трансформацію політичного дискурсу у добу цифрових медіа та окреслює перспективи подальших досліджень, пов'язаних із впливом соціальних мереж на політичну культуру, формування громадської думки та демократичні процеси. Стаття підтверджує, що соціальні мережі перетворюються на ключову арену для боротьби за спільну увагу, де поєднуються риторичні стратегії класичного зразка та інструменти сучасного PR.

Ключові слова: риторика, PR стратегія, медіа, делегітимація, комунікація.

The article examines Donald Trump's rhetoric on the social media platform Truth Social as a specific form of contemporary political communication that combines classical rhetorical topoi with modern PR strategies. Social media are shown to function as instruments of direct communication with the audience, bypassing traditional media filters, which gives rise to a new model of political rhetoric. The study is based on a cognitive-pragmatic analysis of Trump's posts, where the use of war metaphors, evaluative and expressive lexical units, hyperboles, and rhetorical questions is systematically identified. Three key rhetorical strategies are outlined: self-promotion, which constructs the image of Trump as the "only effective leader"; delegitimization of opponents, realized through negative cognitive frames; and electoral mobilization, achieved through appeals to community, patriotic, and religious symbolism. Particular attention is paid to the interaction of ethos, pathos, and logos: ethos is employed to strengthen Trump's credibility and authority, pathos to ensure emotional engagement of the audience, and logos to legitimize his arguments through financial and political reasoning.

Trump's posts reveal conceptual polarization of society ("us – them," "strength – weakness," "truth – lies"), which simplifies political reality into binary schemes. At the same time, the provocative tone and linguistic simplicity of his messages contribute to their virality and rapid circulation in the media sphere. The article concludes that Trump's rhetoric on Truth Social exemplifies a form of mediatized political communication that not only informs but also actively constructs social reality, mobilizing supporters through a strategic interplay of classical rhetorical techniques and contemporary PR tools.

It is concluded that the analysis of U.S. President Donald Trump's rhetoric and PR strategies makes it possible to gain a deeper understanding of the transformation of political discourse in the digital media era and outlines prospects for further research related to the impact of social networks on political culture, the shaping of public opinion, and democratic processes. The article confirms that social networks are becoming a key arena for the struggle for public attention, where classical rhetorical strategies are combined with modern PR tools.

Key words: rhetoric, PR strategy, media, delegitimization, communication.

Постановка проблеми. Риторика як наука про мистецтво переконання, починаючи з античних часів (Аристотель, Цицерон, Квінтіліан),

посідає центральне місце у вивченні політичного дискурсу. У XX–XXI ст. її аналітичний потенціал значно розширився завдяки інтеграції з комуніка-

тивістикою, медіалінгвістикою та дослідженнями у сфері паблік рилейшнз. Політичні лідери дедалі частіше використовують цифрові платформи як канали риторичної реалізації та PR-стратегії, що вимагає комплексного аналізу мовних практик у контексті новітніх медіа.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Соціальні мережі створюють умови для прямої та одночасно персоналізованої комунікації з аудиторією, що змінює як жанрову структуру політичного дискурсу, так і засоби мовної репрезентації влади. У цьому контексті постає особливий науковий інтерес до платформи Truth Social, яка стала основним майданчиком комунікації 47-го президента США Дональда Трампа. Truth Social функціонує не лише як інструмент самопрезентації політика, але й як простір риторичної мобілізації та PR-активації його електоральної бази.

У межах дослідження риторики та PR-стратегій президента США Дональда Трампа в дописах соціальної мережі Truth Social та статтях американських цифрових медіа, аналіз останніх джерел та публікацій розкриває еволюцію теоретичних підходів, що інтегрують класичні моделі критичного дискурс-аналізу з сучасними адаптаціями до цифрової ери. У роботі дослідника Ронні Шольц деталізуються риторичні прийоми (кризові нарати, апеляції до почуття невпевненості в бутті), що продовжують бути релевантними і в пізнішому корпусі текстів Трампа [11]. Розвідка Іні Джанг та ін. [12] аналізує рівень залученості користувачів до платформи Truth Social у ракурсі застосування PR-стратегій.

Постановка завдання. Актуальність статті зумовлена потребою комплексного аналізу риторичних засобів і стратегій, що забезпечують ефективність комунікативної діяльності політика в умовах цифрового середовища. Особливої уваги потребує вивчення поєднання класичних риторичних топосів із сучасними PR-техніками, спрямованими на конструювання образу «свого» лідера, поляризацію суспільного простору та делегітимацію опонентів. Метою статті є виявлення та систематизація риторичних прийомів і PR-стратегій Дональда Трампа у його дописах на платформі Truth Social, а також аналіз їхнього впливу на формування політичної комунікації в умовах соціальних медіа.

Виклад основного матеріалу. Політична риторика Дональда Трампа у дописах на платформі Truth Social демонструє характерне поєднання когнітивних схем і PR стратегій, спрямованих на мобілізацію прихильників, самопозиціонування як єдиного ефективного лідера

та делегітимацію опонентів. З позицій когнітивної лінгвістики, риторика Трампа побудована на концептуальних опозиціях «ми – вони», «сила – слабкість», «правда – брехня». У висловлюванні «*Crooked Joe Biden*» формується стійкий когнітивний фрейм «ворога», де негативна атрибуція («crooked» як метафорична ознака корумпованості) спрощує складний політичний контекст до зрозумілої бінарної схеми.

У межах прагматичного аналізу необхідно відзначити систематичне використання стратегій самопіднесення. Трамп регулярно наголошує на власній ролі: «*only TRUMP ... can do*», «*Congratulations to our great American Warriors*», «*I just signed... I am hereby instructing...*». Прагматичний ефект полягає у створенні образу президента-лідера, здатного до рішучих дій, що відрізняє його від «слабких» опонентів. Стратегія делегітимації опонентів реалізується через негативний концептуальний фрейм «*Sleepy Joe*», «*Crooked Joe*», а демократи асоціюються з корупцією («*billions stolen at USAID*»). Така риторика створює когнітивну модель, у якій будь-яка співпраця опонентів зображується як небезпечна та безплідна.

Стратегія мобілізації електорату експлікується шляхом апеляції до спільноти («*Let's go Republicans*», «*MAGA is very unforgiving*!») виконують прагматичну функцію консолідації. Використання релігійно маркованої лексики («*God Bless Texas*», «*Greatest Nation in History*») підкріплює емоційний вплив і формує відчуття сакральної місії. У свою чергу, стратегія скандалізації досягається за допомогою використання висловлювань на кшталт «*This could be the biggest scandal in history!*», які навмисно гіперболізують негативні явища. У когнітивному плані відбувається активізація сценарію «загроза – викриття – порятунк», де Трамп позиціонує себе як єдиного лідера здатного виявити та подолати «корупційне зло». Концепт «мир» у риторикі Трампа завжди супроводжується концептом «сила» («*Peace through Strength*», «*our great American Warriors*»). Це відображає когнітивний сценарій, де сила є обов'язковою умовою миру, а Трамп постає як головний гарант його досягнення.

Президент США Дональд Трамп активно використовує етос, позиціонуючи себе як сильного очільника країни, здатного вирішувати глобальні та внутрішні проблеми. Етос – це риторичний засіб, який формує довіру до автора через демонстрацію його авторитету, компетентності та моральної позиції. У дописах про Україну та міжнародні переговори Трамп наголошує на своїй ролі як посередника, який може досягти миру там,

де інші зазнали невдачі: *«Everyone is very happy about the possibility of PEACE for Ukraine»* [6]. Він підкреслює, що саме його адміністрація та особисті зусилля сприяють прогресу, що створює образ ефективного лідера.

У висловлюванні про смерть Джиммі Картера Трамп згадує *«ексклюзивний клуб»* президентів, до якого він належить, підкреслюючи свій унікальний досвід: *«Those of us who have been fortunate to have served as President understand this is a very exclusive club»* [5]. Це зміцнює його авторитет як людини, яка розуміє тягар лідерства.

Пафос використовується для виклику емоційної реакції в аудиторії. Трамп майстерно апелює до почуттів патріотизму, страху, співчуття чи обурення. У виступах про Америку та її велич Трамп використовує емоційно заряджені фрази, щоб викликати гордість. У повідомленні про стрілянину в Мангеттені та повині у Техасі Трамп висловлює співчуття, щоб показати турботу: *«My heart is with the families of the four people who were killed, including the NYPD Officer, who made the ultimate sacrifice»* [5]. Це створює образ лідера, який співпереживає народові.

Президент США послуговується фінансовими аргументами, апелюючи до економічної логіки та наголошуючи на втратах Америки: *«The United States has spent \$200 Billion Dollars more than Europe, and Europe's money is guaranteed, while the United States will get nothing back»* [5]. Висловлювання спрямоване на аудиторію, яка стурбована витратами країни на зовнішню політику.

Інформуючи про Канаду, президент використовує логічний аргумент, щоб виправдати ідею приєднання як штату: *«Without this massive subsidy, Canada ceases to exist as a viable Country»*. Хоча й висловлювання гіперболізовано, воно подається як логічний висновок. Трамп використовує низку стилістичних засобів, щоб зробити свої виступи яскравими та запам'ятовуваними. Гіпербола – один із найпоширеніших прийомів: *«The Biggest Tax Cuts in History and MASSIVE Growth»* [5]. Риторичні запитання використано для залучення цільової аудиторії та підкреслення абсурдності ситуації: *«Why didn't Sleepy Joe Biden demand Equalization?»* [1]. Це спонукає читачів погодитися з його точкою зору.

У проаналізованих постах на Truth Social Трамп інтегрує війсьні метафори (*«war on America»*, *«fight back»*), перетворюючи політичний дискурс на «мову політичної війни». Це не лише риторичний прийом (метафора як когнітивний інструмент), але й стратегія для мобілізації реципієнтів, де лінгвістична простота (перева-

жання односкладових слів) робить текст доступним для широкої аудиторії.

Мережа Truth Social дозволяє Трампу «говорити безпосередньо з американським народом», де PR фокусується на автентичності через нефільтровану мову. Пости генерують значно більше згадок у ЗМІ, ніж традиційні прес-релізи, завдяки провокаційній риторичі. Переважають короткі, вірусні дописи з емодзі та капслоком для емоційного посилення, що робить їх придатними для репостів у Fox News чи Breitbart.

Загалом, ефективність політичної комунікації будь-якого типу визначається не лише, або навіть не переважно, змістом самого повідомлення, а насамперед історичним контекстом, у якому воно з'являється, та домінуючим політичним середовищем на певний момент часу. Якість повідомлення, майстерність і витонченість його конструювання втрачають значення, якщо аудиторія не готова до сприйняття. Ці аспекти становлять концептуальні труднощі, що впливають із притаманної складності самого процесу комунікації. Вони слугують нагадуванням про те, що успішна трансляція повідомлення – чи то політичного, чи іншого характеру – не є самоочевидною, а вимагає свідомих і цілеспрямованих зусиль з боку адресанта [2, с. 29]. У цьому сенсі феномен політичних дописів Дональда Трампа у соціальних мережах ілюструє зміну парадигми комунікації: замість ретельно підготовлених промов чи прес-релізів він використовував імпульсивні, часто провокаційні повідомлення, які водночас відображають емоційний настрій частини електорату. Такі повідомлення є ефективними не завдяки формальній довершеності чи логічній аргументації, а завдяки здатності мобілізувати прихильників через апеляцію до їхніх страхів, цінностей та уявлень. Більш того, у медійному середовищі, що відзначається постійною конкуренцією за увагу, провокативність стає інструментом, який гарантує потрапляння дописів у новинні цикли та забезпечує їх постійне циркулювання у публічному просторі.

Комунікація у 21 столітті, з появою Інтернету та соціальних медіа, які об'єднують людей по всьому світу як ніколи раніше, стала значною мірою феноменом PR. Сила комунікації через усне та письмове слово, а також образи, які миттєво поширюються серед мільйонів людей у реальному часі, є більш вражаючою, ніж будь-яка окрема людина, група чи навіть нація. Фундаментально, комунікація – це процес обміну інформацією, передачі ідей та забезпечення їх розуміння іншими. Водночас вона включає розу-

міння реципієнтів у відповідь. Дійсно, розуміння є критично важливим для комунікаційного процесу. Якщо одна людина надсилає повідомлення іншій, яка його ігнорує чи неправильно інтерпретує, комунікація не відбувається. Проте у випадку, коли інтерпретована ідея корелює з тією, що була закладена адресантом, комунікацію вважають реалізованою адресантом [4, с. 77].

Грунтовне розуміння поточної ситуації дозволило Трампу та його команді розробити головну тактику, а саме: залучати громадську думку за допомогою показової поведінки (через соціальні мережі, у яких відсутні поведінкові фільтри, властиві традиційним медіа) та покладатися на те, що традиційні медіа поширюватимуть ці меседжі [7].

Зростання ролі політиків у соціальних мережах збіглося зі зниженням впливу традиційних медіа. Політики дедалі рідше користуються ними, адже тепер можуть безпосередньо комунікувати з аудиторією через інформаційні сайти державних і приватних інституцій [8]. Раніше ЗМІ встановлювали порядок денний і визначали, які новини та в якому ракурсі будуть висвітлені. Ані політичні партії, ані політики не мали повного контролю над фінальним повідомленням. Водночас соціальні мережі є чудовою комунікаційною платформою, адже там відсутній посередник, який трансформує чи кодує допис, і водночас полегшено зворотний зв'язок із аудиторією [9].

Такий зсув у комунікаційних практиках зумовив появу нової моделі політичної риторики, у якій прямий доступ до аудиторії через соціальні мережі стає ключовим інструментом формування іміджу політика та мобілізації прихильників. У випадку Дональда Трампа це виявляється у використанні риторики конфронтації та дискурсивної поляризації, що передбачає чіткий поділ суспільства на «своїх» і «чужих». Подібна стратегія відповідає концепції критичного дискурс-аналізу, згідно з якою мова політичного актора не лише відображає соціальну дійсність, але й активно її конструює [3; 10].

Публікації у Washington Post, New York Times або CNN часто починаються з цитування або коментування дописів політика, що фактично означає перенесення ініціативи у сфері визначення порядку денного з медіа до самого політичного актора. У результаті формується гібридна PR-стратегія, що поєднує персоналізовану, емоційно забарвлену мову з технологіями масового комунікативного впливу. Така стратегія є прикладом медіатизованої політичної риторики, яка одночасно існує у двох модусах: первинному (соціальна мережа Truth Social) та вторинному

(цифрові медіа, що репродукують та інтерпретують ці повідомлення).

Трамп позиціонує себе як єдиного захисника «закону і порядку», протиставляючи республіканців демократичній партії, яку він зображує як загрозу безпеці. У контексті вбивства українки в США трагедія подається не як індивідуальний випадок, а як результат політики демократів. Відбувається метафоричне перенесення: «her blood is on the hands of the Democrats». Демократи представлені у дописі платформи Truth Social як такі, що не дбають про громадянську безпеку. Подія розміщена у фреймі «хаосу та злочинності під владою демократів» проти «закону і порядку з республіканцями». Республіканці автоматично гарантують безпеку («*only Republicans will deliver it*»). На когнітивному рівні допис апелює до базових емоцій – страху, гніву, відчуття несправедливості – і переводить їх у прагматичну дію: політичну підтримку. Критичний дискурс-аналіз показує, як через мову створюється опозиція «ми проти них» (невинні жертви та республіканці проти злочинців і демократів). Когнітивно-прагматичний підхід до аналізу тексту ілюструє, як через фрейми, пресупозиції та імплікатури текст спрямовує когнітивну інтерпретацію та підштовхує до конкретної дії цільову аудиторію – голосування за республіканців.

У межах сучасної політичної комунікації дописи Дональда Трампа у Truth Social розглядають як особливий різновид публічних повідомлень, що поєднують риси традиційного політичного PR із характерними ознаками масової цифрової риторики. Кореляція між публічними комунікаційними стратегіями та вмістом таких дописів проявляється у кількох вимірах. По-перше, вони виконують функцію самостійних прес-релізів, замінюючи класичні канали інституційного інформування безпосереднім зверненням до аудиторії. По-друге, провокаційність і емоційна насиченість повідомлень сприяють їхньому швидкому поширенню в медіапросторі, що відповідає принципам пабліситі, заснованої на максимальному залученні уваги. По-третє, використання гіпербол, метафор та мовної агоністики дозволяє говорити про PR стратегії, які водночас формують образ політика й мобілізують електоральну базу.

Висновки. Таким чином, риторика Трампа у Truth Social у когнітивно-прагматичному аспекті реалізує кілька взаємопов'язаних PR-стратегій: вона спрощує складні політичні відносини до зрозумілих опозицій, активно використовує метафоризацію для делегітимації опонентів, мобілізує електорат через апеляцію до сакральних і патріо-

тичних концептів та утверджує образ Трампа як єдиного лідера, який поєднує силу й прагнення до миру. Риторика президента США в Truth Social – це скоординована лінгвістична стратегія для PR-домінування. Перспективи подальших досліджень видаються багатовекторними. Насамперед варто звернути увагу на аналіз кон-

цептуальних метафор, які структурують риторичу Дональда Трампа у Truth Social та в цифрових медіа. Важливим завданням є порівняння риторики Трампа з риторикою інших політичних лідерів у США та за їх межами, аби виявити універсальні та культурно специфічні моделі метафоризації у цифровому політичному PR.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Профіль користувача Дональда Трампа. *Truth Social*: веб-сайт. URL: <https://truthsocial.com/@realDonaldTrump> (дата звернення: 25.09.2025).
2. Brian McNair. *An introduction to political communication*. Routledge, 2018. 226 p.
3. Fairclough N. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Longman, 1995. 265 p.
4. Seitel Fraser. *The Practice of Public Relations*. Pearson, 2017. 453 p.
5. Trump touts successful Zelensky meeting. *Politico*: веб-сайт. URL: <https://www.politico.com/news/2025/08/18/zelensky-trump-oval-europe-ukraine-00513380> (дата звернення: 28.09.2025).
6. Trump says he's arranging a meeting between Zelensky after hosting Ukrainian leader. *CNBC*: веб-сайт. URL: <https://www.nbcnews.com/politics/white-house/trump-pressures-ukraine-end-war-ahead-zelensky-meeting-rcna225476> (дата звернення: 25.09.2025).
7. Simon, J. Why journalists should be afraid of Trump's media strategy. *Columbia Journalism Review*: веб-сайт. URL: https://www.cjr.org/first_person/why_journalists_should_be_afraid_of_trumps_media_strategy.php (дата звернення: 25.09.2025).
8. Salvador B., Sánchez V., J. La fotografía como documento informativo en las webs de los Ministerios Españoles: Acceso, visibilidad, funcionalidad y políticas de uso. *Revista Española de Documentación Científica*. Madrid, 2016. 134 p.
9. Túniz M., Sixto J. Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista latina de comunicación social*. Spain, 2011. 26 p.
10. van Dijk T. A. Discourse and Manipulation. *Discourse and Society*. 2006. Vol. 17, № 3. P. 359–383.
11. Ronny Scholz. The power of Trump-speak: populist crisis narratives and ontological security. *Cambridge Review of International Affairs*. 2019. Vol. 32. P. 344–364.
12. Zhang Y., Lukito J., Suk J., McGrady R. Trump, Twitter, and Truth Social: how Trump used both mainstream and alt-tech social media to drive news media attention. *Journal of Information Technology and Politics*. 2024. P. 1–14.

Дата першого надходження рукопису до видання: 26.09.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 30.10.2025

Дата публікації: 28.11.2025