

<https://doi.org/10.31861/mediaforum.2024.15.228-236>

УДК: 324 (342.8)

© Ірина Кіянка¹

ПОПУЛІСТСЬКІ СЛОГАНИ У ВИБОРЧІЙ ПРЕЗИДЕНТСЬКІЙ КАМПАНІЇ США: КЕЙС 2024

228
—
У статті проаналізовано популістські слогани у виборчій президентській кампанії США – 2024 року. Автор акцентує увагу на основних меседжах кандидатів у президенти США. Одним з яких є важлива місія політики США – «Америка понад усе». А це свідчить про популістську риторичку лідерів виборчих перегонів і її методи введення зустрічей з виборцями. Важливим акцентом виборчої президентської кампанії у США – 2024 було активне використання усіх електронних ресурсів: Тік-Ток, Вайберу, інстаграму, що дало можливість охопити широке коло електорату і пропагувати свої головні меседжі. А також відіграли масові зустрічі з різними верствами населення (лікарі, вчителі, студенти, підприємці, фермери), і кожен мав свій головний сигнал щодо виборчої риторички.

Беручи до уваги динаміку виборчої кампанії, слід віддати належне піар-кампаніям та менеджерам Д. Трампа, які вдало будували зустрічі лідера в різних штатах країни, задаючи тон зібрань і відразу робили «short message» для подальших зустрічей. А тим паче, ці зустрічі демонстрували жвавого лідера, який здатний вивести США на новий рівень довіри до світу. Тільки одне озвучення, що президент може закінчити війну в Україні за 24 години мало шалений резонанс в різних спільнотах. І знову важливий аргумент для американців – це міграційна політика, яка протягом останніх років зазнала кризи і потребувала негайного вирішення. Цей простий комплекс рішень подобався пересічному виборцю, який звик голосувати за допомогою гаджетів і ніхто не відміняв шоу «Хліба і видовищ», які завжди в тренді. Саме й таку риторичку вибрав Д. Трамп, який з першого дня свого президен-

¹ Доктор політичних наук, професор кафедри міжнародних відносин і дипломатичної служби Львівського національного університету імені Івана Франка, E-mail: kiyanka@i.ua; <https://orcid.org/0000-0002-3100-7796>.

ства підписав сотню актів, згідно яких і вказується рух політики, а тим паче і геополітики. Це свідчить про залежність держав від волі вузької групи людей-лідерів, які наділені владою більшості, а саме демократичним шляхом – виборчим голосом. Ніколи в історії настільки потужна влада не була сконцентрована в руках однієї людини, притому настільки далекої від демократичних поглядів. Важливим є й той факт, що опонувати їм не можуть ні власна партія, ні демократи, які програли вибори і на сьогодні дезорієнтовані.

Ключові слова: вибори, популізм, виборча система, політичні трансформації, політична еліта, ЗМІ, громадянське суспільство.

Populist Slogans in the US Presidential Election Campaign: 2024 Case

The article analyzes populist slogans in the 2024 US presidential election campaign. It is worth focusing on the main messages of the US presidential candidates. One of them is the important mission of US policy – “America First.” This indicates the populist rhetoric of the leaders of the election race and their methods of meeting with voters. An important emphasis of the 2014 US presidential election campaign was the active use of all electronic resources: TikTok, Viber, Instagram, which made it possible to reach a wide range of electorate and promote their main messages. They also held mass meetings with various segments of the population (doctors, teachers, students, entrepreneurs, farmers), and each had its own main message regarding the election rhetoric.

Taking into account the dynamics of the election campaign, we should pay tribute to the PR campaigns and managers of D. Trump, who successfully organized the leader’s meetings in different states of the country, setting the tone for the meetings and immediately making a “short message” for further meetings. Moreover, these meetings demonstrated a lively leader who is able to take the United States to a new level of trust in the world. Just the mere statement that the president could end the war in Ukraine in 24 hours had a huge resonance in various communities. Once again, an important argument for Americans is migration policy, which has been in crisis in recent years and needed to be addressed immediately.

This simple set of solutions appealed to the average voter, who is used to voting with gadgets and no one has canceled the “Bread and Circuses” show, which is always in trend. This was the rhetoric chosen by D. Trump, who from the first day of his presidency signed a hundred acts that determine the course of politics, and even more so geopolitics. This demonstrates the dependence of

states on the will of a narrow group of people-leaders who are endowed with majority power, namely, through democratic means, the electoral vote. Never in history has such a powerful power been concentrated in the hands of one person, and one who is so far from democratic views. Another important fact is that neither their own party nor the Democrats, who lost the election and are now disoriented, can oppose them.

Keywords: *elections, populism, electoral system, political transformations, political elite, media, civil society.*

Постановка наукової проблеми. Популізм – це стиль комунікації, що вирізняється різкою критикою політичних еліт, орієнтацією на «народ» і акцентом на прямих, емоційних закликах. У сучасній американській політиці популізм зазнав значних трансформацій, і передвиборчі кампанії 2024 року стали зразком використання цього стилю. Трамп апелював до почуттів виборців через соціальні мережі, тоді як Гарріс зосередилася на темах рівноправності, соціальної справедливості та інклюзивності.

230

— Трамп використовував «Твіттер» для швидкої комунікації з виборцями. На відміну від традиційних форм спілкування, соціальні мережі дозволили йому звертатися до аудиторії напряму, обминаючи журналістські фільтри й контроль. Наприклад, за даними Центру дослідження політичних комунікацій (Pew Research Center), ще в 2019 році Трамп відправив понад 11 000 твітів за період президентства, з яких значна частина містила критичні або цинічні висловлювання на адресу опонентів, ЗМІ або окремих інституцій (How Trump Reshaped ..., 2019).

Трамп активно використовував «Твіттер» для дискредитації Камали Гарріс і Джо Байдена, називаючи їх «радикальними соціалістами» та «загрозою для Америки» (Sarat, 2023). Наприклад, Трамп дуже часто заявляв, що Гарріс буде «катастрофою для країни», а її соціальні реформи лише посилять «хаос і безлад» (Trump calls Harris, 2024). Такі заяви викликали резонанс серед консервативних виборців, створюючи образ Гарріс як кандидата, який підтримує радикальні зміни, неприйнятні для частини американців.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значну увагу зацентовано на матеріалах зарубіжної преси, а саме англomовних джерелах: Л. Джекобсона, А. Дюрке, Б. Коула, Л. Кашінського, А. Сарат, М. Хаберман та інших авторів. Одним із головних прийомів Трампа

була дискредитація медіа через постійне вживання терміну «фейкові новини» (fake news). Він активно використовував цей термін у своїх твітах, звинувачуючи медіа в упередженості та поширенні неправдивої інформації. Такі заяви підривали довіру до медіа та зміцнювали позиції Трампа як єдиного «джерела правди» для його прихильників.

Мета статті – дослідити проблематику популістських слоганів у виборчій президентській кампанії США – 2024 р., і їх вплив на публічну політику країни. Слід врахувати й той момент, що Д. Трамп часто використовував вирази, які створювали чітке протиставлення «народу» і «еліти». Наприклад, у твітах він називав своїх прихильників «істинними патріотами», тоді як його опоненти або критики постійно асоціювалися з «ворогами Америки» або «ліберальною елітою» (Cole, 2019). Цей прийом створював серед його виборців відчуття солідарності й належності до спільноти, що протистоїть впливу великих корпорацій та ЗМІ.

Виклад основного матеріалу. Під час передвиборчої кампанії 2024 року Дональд Трамп і Джо Байден обмінювалися різкими, а іноді й цинічними коментарями, особливо у соціальних мережах. Один із таких прикладів стався, коли Байден нібито назвав прихильників Трампа «сміттям», що викликало значний резонанс. У відповідь на це Трамп провів публічну акцію – він сів у сміттєвоз на тлі своїх прихильників, коментуючи, що «250 мільйонів людей не є сміттям» (Kashinsky, 2024). Попри те, що населення США становить близько 345 мільйонів, Трамп заявив про величезну підтримку, яку він, на його думку, має, використовуючи цей вчинок як символ критики на адресу адміністрації Байдена і намагаючись відзначити «цінність» своїх прихильників через символічну інсталяцію в сміттєвозі

Крім того, Д. Трамп неодноразово використовував аналогії, що пов'язані з роботою у фастфуді, щоб підкреслити свою близькість до «простого народу». В одному з таких інцидентів він був помічений у McDonald's у формі працівника, заявляючи, що розуміє трудові будні звичайних американців і навіть підкреслював, що Камала Гарріс теж працювала у мережі швидкого харчування під час навчання у коледжі (Knight, 2024). Цей крок став ще одним елементом його стратегії, спрямованої на зміну власного іміджу як «людини з народу» та відвертого критика політичної еліти.

Такі жести, хоч і мали розважальний характер, слугували цілком серйозною метою: Трамп намагався акцентувати розрив між своєю «простотою» та «елітарністю» адміністрації Байдена та Гарріс.

Як було зауважено, у передвиборчій кампанії 2024 року Дональд Трамп далі активно використовує соціальну платформу X (раніше відому як Twitter), яку зараз очолює Ілон Маск. Після відновлення свого акаунту, Трамп використав його для висловлення цинічних коментарів і критики на адресу чинного президента Джо Байдена та віцепрезидента Камали Гарріс. У серії дописів та інтерв'ю на X він намагався позиціонувати себе як «голос народу», тоді як Маск підтримує цю платформу як засіб для «свободи слова», сприяючи широкому розповсюдженню поглядів Трампа (Trump declares, 2016).

232 — Наприклад, у серпні 2024 року Д. Трамп та І. Маск провели спільне інтерв'ю на X, яке було позначене технічними проблемами, проте дало Трампу платформу для критики Гарріс та її політики (Jones, T. 2024). Маск також висловив підтримку Трампу через свої численні публікації та фінансову допомогу про-Трампівському політичному комітету, що сприяє його передвиборчій кампанії (Durkee, 2024). Маск також надав Трампу можливість поширювати свої погляди серед мільйонів підписників X, перетворюючи платформу на своєрідний рупор для риторики Трампа і подекуди його теорій змови щодо виборів, що підсилює його популістичний меседж і критику чинної адміністрації.

Камала Гарріс хоч і використовувала більш помірковану риторику, все ж іноді зверталася до популістичних елементів. Її кампанія робила акцент на соціальній рівноправності, соціальній справедливості та захисті меншин, що резонувало з більш прогресивним електоратом. Наприклад, у промовах Гарріс часто звучали заклики до «справедливого суспільства», де кожен матиме рівні можливості, незалежно від раси, статі чи доходу (Singh, 2021).

Цей стиль вирізнявся прагненням об'єднати електорат навколо спільних цінностей, а не створенням чітких поділів. Наприклад, на одному з виступів Гарріс наголосила: «Справжня Америка – це місце, де ми турбуємося про ближнього і працюємо заради кращого майбутнього для всіх» – позиція, що полярно відрізнялася від розколюючої риторики Трампа (Full Transcript of Kamala Harris's. 2024).

Цинічний стиль Д. Трампа сприяв залученню його основної аудиторії, яка сприймала його як «справжнього» кандидата, що говорить

«правду». Його риторика зміцнювала почуття невдоволення серед консервативних виборців і підривала довіру до традиційних медіа та інших політиків. Це дало можливість Трампу не лише втримати лояльних виборців, але й активізувати їхню участь у виборах.

У своїй кампанії 2024 року Камала Гарріс та Дональд Трамп активно використовують популістичні заяви, особливо орієнтуючись на економічні питання, що сильно хвилюють виборців.

К. Гарріс розгорнула кампанію з акцентом на економічні ініціативи, зокрема, питання доступного житла та контролю цін. Вона пообіцяла побудувати три мільйони нових будинків і впровадити податкові пільги для забудовників. Кампанія також включала пропозицію знизити вартість продовольства шляхом заборони «надмірного зростання цін», що зокрема стосується великого бізнесу, такого як м'ясопереробна галузь, який Гарріс звинуватила у штучному підвищенні цін (Owens, 2024). Це спрямовано на молодих виборців, для яких доступність житла та інфляція є важливими питаннями, але популістичні обіцянки Гарріс можуть викликати побоювання серед економістів, оскільки їх реалізація потребує значних фінансових ресурсів. Трамп, в свою чергу, критикував цей підхід як «комуністичний» та таким, що призведе до дефіциту товарів та ще більшого зростання цін.

Дональд Трамп вдався до агресивної риторики та економічних обіцянок, які обмежуються загальними заявами, без конкретних планів, що характерно для популістичної стратегії. Однією з його гучних заяв стала обіцянка усунути всі «коштовні, що вбивають робочі місця» регуляції для зниження цін та інфляції (Jacobson, 2024). Однак, ця пропозиція лишається в загальних рисах. Також Трамп з іронією підкреслив свою позицію, натякаючи на уявний образ робітника в McDonald's як «символа простих американців», що може викликати симпатію його прихильників. Такі образи, як сміттєвоз, який символізував реакцію на заяву Байдена щодо «сміття серед його прихильників», підсилюють цинічну риторику Трампа, роблячи його образ ближчим для звичайного виборця.

Роль Твіттера, під керівництвом Ілона Маска, стала важливою платформою для просування популістичних повідомлень Трампа. Маск відкрито підтримує свободу слова та зняв обмеження, що дозволяє Трампу активніше висловлюватися, в тому числі за допомо-

гою цинічних заяв. Це також створює платформу для маніпулювання настроями виборців і посилює популізм у кампанії.

Популістичні методи Гарріс і Трампа мають різну риторичку, але обидва намагаються викликати емоційний відгук серед виборців через економічні обіцянки та цинізм. Гарріс акцентує на захисті споживачів, тоді як Трамп орієнтується на скорочення регуляцій і дотепність, що приваблює тих, хто розчарований у бюрократії і державних установах.

Вибори 2024 року в США характеризуються активною та суперечливою боротьбою між популістичними стратегіями Дональда Трампа і Камали Гарріс, що підсилили розкол у суспільстві. Обидва кандидати прагнули завоювати довіру різних соціальних груп через економічні обіцянки та цинічну риторичку, яка посилила емоційний ефект кампанії. Такі виборчі кампанії характерні для сильних харизматичних лідерів, які маю свою аудиторію і вдало використовують весь арсенал піар-заходів.

234

— Камала Гарріс фокусувала свою увагу на соціальних проблемах, особливо на питанні доступного житла, подоланні інфляції та підвищенні якості життя молодих виборців. Її обіцянки щодо економічної підтримки, зокрема обмеження цін і збільшення доступного житла, спрямовані на підсилення демократичної платформи та залучення молодіжного електорату, котрий часто стикається з проблемами житла і високими цінами (Garcia, 2024).

Дональд Трамп апелював до середнього класу і консервативного електорату, часто критикуючи чинну адміністрацію за економічні проблеми та зростання інфляції, обіцяючи зниження регуляцій та цін. Його використання соціальних медіа та підтримка з боку Ілона Маска підсилюють його популістичний образ, а саркастичні й цинічні повідомлення додають йому популярності серед виборців, розчарованих політичною елітою.

Тому й опитування, змагання між кандидатами залишалися напруженими до кінця кампанії, але з вагомою перевагою Д. Трампа у певних штатах завдяки його активній присутності в соціальних мережах і цинічному стилю комунікації. При цьому Гарріс намагалася зберегти підтримку молодих та прогресивних виборців, але стикнулася з викликами, пов'язаними з непопулярністю певних аспектів політики Байдена і тому зазнала поразки.

Висновки. Враховуючи поляризацію суспільства, так як і очікувалося, що результати були прогнозовані незважаючи, на коливання у різних штатах країни. Швидше за все, фінальний результат значною мірою залежав від явки виборців, особливо серед молоді та тих, хто раніше не голосував. У випадку високої явки молодих виборців К. Гарріс мала б сильні шанси, але так як домінують виборці середнього віку, що підтримують економічні обіцянки Д.Трампа, його перемога виглядала й очевидною. Тим паче, виборча риторика Трампа була яскравою, сегментованою і харизматичною.

References:

1. Cole, B. 2019. Donald Trump on Liberal Elites: 'I'm Smarter than Them, I Went to the Best Schools'. Says He Has 'A Much More Beautiful House' / Brendan Cole // Newsweek. <https://www.newsweek.com/donald-trump-liberal-elites-smarter-schools-beautiful-house-1379578>.

2. Durkee, A. 2024. Elon Musk Is Now Trump's 2nd-Biggest Financial Backer: Donates Nearly \$120 Million To Super PAC. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/alisondurkee/2024/10/24/elon-musk-donates-another-436-million-to-pro-trump-america-pac/>.

3. Garcia, E. 2024. Harris takes a populist tone on the economy. Will it help with young voters? Independent. <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/kamala-harris-economy-young-voters-b2597625.html>.

4. Full Transcript of Kamala Harris's Democratic Convention Speech. 2024. <https://www.nytimes.com/2024/08/23/us/politics/kamala-harris-speech-transcript.html>.

5. Jacobson, L. 2024. Donald Trump's 2024 campaign promises: Here's his vision for a second term / L. Jacobson, I. McKinney. Politifact. <https://www.politifact.com/article/2024/sep/30/donald-trumps-2024-campaign-promises-heres-his-vis/>.

6. Jones, T. 2024. Donald Trump returned to X and Elon Musk greeted him with open arms Poynter. <https://www.poynter.org/commentary/2024/elon-musk-donald-trump-interview-x-twitter-ddos/>.

7. How Trump Reshaped the Presidency in Over 11,000 Tweets. 2019 / [M. D. Shear, M. Haberman, N. Confessore etc.]. The New York Times.2019. <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidential.html>.

8. Kashinsky, L. 2024. Trump. A garbage truck. A bright-orange vest. It's only Wednesday. Politico. <https://www.politico.com/live-updates/2024/10/30/2024-elections-live-coverage-updates-analysis/trash-talk-00186417>.

9. Knight, H. 2024. Kamala Harris and McDonald's: A College Job, and a Trump Attack. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2024/10/20/us/politics/kamala-harris-mcdonalds-work-trump.html>.

10. Sarat, A. 2023. Opinion. Why Donald Trump Says His Enemies Are 'Communists' Politico. <https://www.politico.com/news/magazine/2023/06/22/donald-trump-red-scare-communism-00102990>.

11. Singh, P. 2021. Regardless of colour or gender...: Kamala Harris on gender, racial equality. Hindustan Times. <https://www.hindustantimes.com/world-news/regardless-of-colour-or-gender-kamala-harris-on-gender-racial-equality-101610507552123.html>.

236 — 12. Trump calls Harris a 'disaster' as he concludes final day of campaigning. 2024. AlJazeera. <https://www.aljazeera.com/news/2024/11/5/trump-calls-harris-a-disaster-as-he-concludes-final-day-of-campaigning>.

13. Trump declares himself 'voice' of the people. 2016. abc10. <https://www.abc10.com/article/news/politics/national-politics/trump-declares-himself-voice-of-the-people/65-279381355>.

14. Owens, N. 2024. The meat industry reacts to Harris' plan to ban 'price gouging'. Agriculture Dive. <https://www.agriculturedive.com/news/the-meat-industry-reacts-to-harris-plan-to-ban-price-gouging/724599/>.