**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Факультет філології, історії та політико-юридичних наук**

**Кафедра германської філології та методики викладання іноземних мов**

ОПП «Германські мови та літератури

(переклад включно)

035.041 Германські мови та літератури

(переклад включно), перша - англійська

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістр

**«Апеляція до потреб людини у промовах кандидатів у президенти США під час виборчої кампанії 2024 року»**

  Студентки

Зажитько Вероніки Олександрівни

  Науковий керівник:

Нагач Марина Володимирівна

кандидат педагогічних наук,

Рецензент: Міщенко Тетяна Віталіївна,

кандидат філологічних наук, доцент

Рецензент: Шавловська Т.С.,

кандидат філологічних наук, доцент

Ізмаїльський державний гуманітарний університет

Допущено до захисту

Завідувач кафедри, канд. пед. наук,

доцент Олена ДАВИДЕНКО

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (дата)

Ніжин – 2024

**Appealing to human needs in candidats’ speeches during 2024**

**presidential election campaign in the USA**

by

Veronica Zazhytko

A Master’s Thesis

Submitted to the Department of Germanic Philology and Foreign Language

Teaching Methodology

Nizhyn Mykola Gogol State University

In  Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Philology

December 2024

Supervised  by associate professor Maryna Nahach

**Анотація**

Дана робота присвячена аналізу тексту політичних промов кандидатів у президенти США, виголошених під час президентської кампанії 2024. Робота складається зі вступу, двох розділів (теоретичного та практичного) з висновками до них, загальних висновків та списку використаних джерел.

У вступі обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено мету, об’єкт, предмет, завдання, методи дослідження, наукову новизну, теоретичне та практичне значення даного наукового дослідження, а також, наведено результати апробації дослідження.

У першому розділі ”Теоретичні засади дослідження апеляції до потреб людини в політичних промовах” розглянуті поняття психології потреб, основні теорії про потреби людини, політичний дискурс як інструмент суспільної комунікації, а також визначення політичної промови, її структура та функції.

У другому розділі було проаналізовано тексти промов кандидатів у президенти США, виголошених під час президентської кампанії 2024. Проаналізовано промови Джо Байдена, Дональда Трампа, Камали Гарріс, Ніккі Гейлі, Вівека Рамасвамі та Роберта Ф. Кеннеді-молодшого. Виділено номінативні та дієслівні лексичні одиниці та визначено до яких потреб людини за допомогою цих лексичних одиниць апелюють кандидати.

У загальних висновках підкреслено, що апеляція до потреб людини є ключовим інструментом політичного впливу. Розглянуто номінативні та дієслівні лексичні одиниці, що акцентують на задоволенні потреб виборців — від фізіологічного благополуччя до самореалізації. Приклади з промов кандидатів демонструють, як ці одиниці слугують інструментом до апеляції потреб людини. Список використаних джерел налічує 49 найменувань.

***Ключові слова:*** *психологія потреб, потреба, апеляція до потреб, політичний дискурс, політична промова, виборча кампанія, кандидати у президенти США, 2024 рік, лексичні одиниці.*

**Abstract**

The master’s thesis analyses the text of political speeches delivered by US presidential candidates during the 2024 presidential campaign. The work consists of an introduction, two chapters (theoretical and practical) with conclusions to them, general conclusions and references.

The introduction substantiates the relevance of the research topic, defines the purpose, object, subject, tasks, research methods, scientific novelty, theoretical and practical significance of this research, and presents the results of the research testing.

In the first chapter ‘Theoretical Foundations of the Study of Appeal to Human Needs in Political Speeches’ we examine the concepts of needs psychology, basic theories about human needs, political discourse as a tool of public communication, as well as the definition of political speech, its structure and functions.

The second chapter analyses the texts of the speeches of the US presidential candidates delivered during the 2024 presidential campaign. The speeches of Joe Biden, Donald Trump, Kamala Harris, Nikki Haley, Vivek Ramaswamy, and Robert F. Kennedy Jr. were analysed. Nominative and verbal lexical items are identified and it is determined to which human needs the candidates appeal with the help of these lexical items.

The general conclusions emphasise that appealing to human needs is a key instrument of political influence. Abraham Maslow's theory of the hierarchy of needs demonstrates that the satisfaction of needs starts with the basic ones and moves to higher levels, which affects people's motivation and choice. Nominal and verbal lexical items that focus on the satisfaction of voters' needs - from physiological well-being to self-realisation - are considered. Examples from the candidates' speeches demonstrate how these units serve as a means of communication. The list of references includes 49 names.

***Keywords:*** *psychology of needs, need, appeal to needs, political discourse, political speech, election campaign, US presidential candidates, 2024, lexical items.*

ЗМІСТ

**ВСТУП**6

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АПЕЛЯЦІЇ ДО ПОТРЕБ ЛЮДИНИ В ПОЛІТИЧНИХ** **ПРОМОВАХ** 9

* 1. Психологія потреб, основні теорії та класифікація9
  2. Політичний дискурс як інструмент суспільної комунікації19
  3. Політична промова: визначення, структура та функції……………………21

Висновки до Розділу 129

**РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИЧНІ ОДИНИЦІ ЯК ІНСТРУМЕНТ АПЕЛЯЦІЇ ДО ПОТРЕБ ЛЮДИНИ** 31

2.1 Номінативні одиниці, які вказують на апеляцію до потреб людини31

2.2 Дієслівні одиниці, які вказують на апеляцію до потреб людини 48

Висновки до Розділу 262

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ** 65

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ** 67

**ВСТУП**

На сучасному етапі розвитку суспільства, особливо в умовах демократичного соціального устрою, значну роль відіграє політична комунікація. У звязку з цим інтерес до вивчення політичного дискурсу виявляють представники різних професій та наукових дисциплін – журналісти, політологи, філософи, соціологи, фахівці в галузі теорії комунікацій та лінгвісти. Політичні вибори в США завжди були та є предметом широкого суспільного інтересу як у самій країні, так і за її межами. Вибори президента США в 2024 році мають велике значення для світової політики, адже США залишаються однією з найвпливовіших країн у світі. **Актуальність** дослідження "Апеляція до потреб людини у промовах кандидатів у президенти США під час виборчої кампанії 2024 року" полягає в тому, що апеляція до потреб людини є ключовим елементом у промовах кандидатів, а використання кандидатами певних лексичних одиниць має потужний вплив на рішення виборців. Аналіз того, як кандидати використовують цей підхід у своїх промовах, може розкрити їхню спроможність залучити виборців та вплинути на їхнє рішення на виборчих дебатах. Враховуючи актуальні проблеми у світі, важливо дослідити, як кандидати висвітлюють ці питання у своїх промовах та як вони обіцяють вирішити ці проблеми.

Питанням політичного дискурсу, його мовній складовій присвячено роботи таких науковців, як Є. Шейгал, В. Шмідт та Р. Фрайтанг. Окремі різновиди політичної промови у своїх працях розглянули українські науковці Мацько Л. І., Падалко О. В., Крапива Ю. В. та Крікун Д. А. Питяння потреб людини досліджували А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Мак-Клелланд. Однак конкретної літератури, присвяченої апеляції до потреб людини у промовах під час виборчої кампанії 2024 року, досить обмежена кількість. Отже, ця тема вимагає подальшого дослідження та аналізу, особливо з урахуванням змін у політичному та соціальному контексті, які виникають з часом.

**Об'єктом дослідження** є тексти політичних промов кандидатів у президенти США, виголошених під час президентської кампанії 2024 року. **Предметом дослідження** – лексичні мовні одиниці, за допомогою яких кандидати апелювали до різного рівня потреб американського суспільства.

**Мета дослідження**: дослідити використання певних лексичних одиниць, які включають до своїх промов кандидати під час виборчої кампанії для впливу на електоральні уподобання та переконання виборців через апеляцію до їхніх потреб.

**Основні завдання** дослідження:

1. Визначити поняття «потреби», описати їх типи та підходи до їх класифікації;

2. Визначити поняття політичної промови та розглянути її як різновид політичного дискурсу;

3. Схарактеризувати специфічні ознаки, структуру та функції політичної промови;

4. Проаналізувати тексти промов кандидатів у президенти США під час

виборчої кампанії 2024 року;

5. Дослідити та описати лексичні одиниці, за допомогою яких кандидати апелювали до різного рівня потреб американського суспільства.

**Методологія дослідження.** Для виконання магістерської роботи на дану тему було застосовано різноманітні методи дослідження: описовий метод на етапі попереднього аналізу, аналітичний метод при глибокому аналізі, метод лінгвістичного аналізу тексту для виявлення значень лексичних одиниць у контексті виборчої кампанії.

**Наукова новизна** полягає в тому, що у даній роботі здійснено аналіз номінативних та дієслівних лексичних одиниць, які використовуються кандидатами у президенти США під час виборчої кампанії 2024 року, з акцентом на їхню роль у апеляції до потреб людини. Робота враховує соціально-політичний контекст 2024 року, що відрізняється від попередніх виборчих кампаній. Це дозволяє проаналізувати, як зміни в суспільних настроях та потребах виборців впливають на вибір лексики кандидатів. Таким чином, дане дослідження пропонує нові перспективи для розуміння механізмів впливу на виборців через мову.

**Теоретичне значення** магістерської роботи полягає у тому, що в ній подається опис лінгвальних засобів вербалізації різнорівневих потреб людини у сучасному суспільстві. Висновки та результати дослідження роблять певний внесок в розвиток теорії комунікації, теорії дискурсу та лексикології.

**Практичне значення** сформульованих в роботі положень та висновків визначається можливістю їх використання у курсах з лексикології англійської мови (розділах «Семасіологія» та «Словниковий склад англійської мови»), у спецкурсах з дискурсології, лінгвістики тексту, когнітивної лінгвістики й лінгвоперсонології.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження були представлені на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Арватівські читання – 2024» 17.05.2024 та VI Міжнародній науковій конференції «Наукові відкриття та фундаментальні наукові дослідження: світовий досвід» 08.11.2024.

**Публікації.** Основний зміст дослідження розкрито у статті «Лексичні одиниці як інструмент апеляції до потреб людини у політичній промові», опублікованій в збірнику «Наукові відкриття та фундаментальні наукові дослідження: світовий досвід»: матеріали міжнар. наук. конф. за 2024 рік, тезах «Політична промова як різновид суспільної комунікації», опублікованих в збірнику «Арватівські читання-2024»: матеріали всеукр. наук-практ. конф.

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, загальних висновків та списку використаної літератури. Загальний обсяг роботи становить 71 сторінку, з них 62 – основний текст. Список використаних джерел налічує 49 позицій, з них 24 – англомовні видання, 13 – науково-критичні праці 12 – довідкова література.

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АПЕЛЯЦІЇ ДО ПОТРЕБ ЛЮДИНИ В ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ**

**1.1. Психологія потреб, основні теорії та класифікація**

Психологія потреб – одна з ключових галузей психології, яка вивчає базові потреби людини та їхній вплив на поведінку і мотивацію. Розуміння та дослідження потреб є важливим аспектом для поглибленого вивчення теми цієї роботи, оскільки вони визначають дії, вибір та цілі людей, а отже, відіграють значну роль у політичних виборах. Дослідження в галузі психології потреб мають велике значення для розуміння апеляції до людських потреб у політичних промовах, а також можуть бути корисними для вирішення практичних завдань у різних сферах життя. У цьому розділі магістерської роботи проаналізовано основні теорії потреб, які допомагають краще зрозуміти природу людських потреб та їхній вплив на поведінку. Також розглядається класифікація потреб за різними критеріями, що дозволяє систематизувати цей складний психологічний аспект. Далі в роботі детально аналізуються теорії та класифікації потреб, щоб розширити наше розуміння впливу цього важливого аспекту людської психології на наше сприйняття політичних промов кандидатів у президенти США під час виборчої кампанії 2024 року.

Апеляція до потреб людини є ключовим аспектом у політичних промовах, оскільки знання про ці потреби дозволяє політикам ефективно впливати на громадську думку за допомогою грамотно продуманих промов та отримувати підтримку для своїх ідей і програм.

За А. Маслоу потреба – це стан людської особистості, що виражає необхідність у чомусь. Потреби людини включають фізіологічні, соціальні, психологічні та інші аспекти, які визначають її поведінку і вибори. Політики, які розуміють ці потреби, можуть використовувати їх для створення ефективних стратегій маніпуляції громадською думкою [5]. Наприклад, залучення до політичної кампанії емоційних аспектів, які відповідають на потребу людини в безпеці чи соціальному визнанні, може збільшити ймовірність успіху цієї кампанії. Також, використання медіа та інформаційних технологій для створення певного образу політика або партії може впливати на сприйняття громадськістю. Отже, саме з цих причин дослідження питання потреб людини та апеляції до них у політичних промовах є важливим. Апеляція до потреб людини може бути ефективним інструментом для досягнення політичних цілей, але вимагає обережного та враховуючого підходу з урахуванням етичних та моральних принципів.

Складність природи людини проявляються у структурі її потреб. Психологічне визначення цього явища може варіюватися залежно від рівня вихідних орієнтирів. Наприклад, коли йдеться про потреби організму, мова йде про необхідність у певних умовах для життя та вимоги до цих умов. Потреби також можуть бути спрямовані на здійснення дій для підтримання життєздатності організму або особистості, які людина здійснює, не завжди усвідомлюючи їх активуючий зміст [5, с. 423]. Людина завжди має бажання, які ніколи не закінчуються. Коли задовольняється одне бажання, з'являється інше, і так безкінечно. Бажання супроводжує людину все життя, і вивчення взаємозв'язків між різними мотиваціями стає важливим завданням. Нам потрібно розуміти ці взаємозв'язки глибше, щоб уникнути помилки у відокремленні різних мотиваційних аспектів один від одного [34, с. 26].

Потреби можна розглядати як внутрішні неусвідомлювані настанови людини для забезпечення своєї цілісності, яка може бути біологічною або соціальною. Деякі визначення вважають потреби основними рушійними силами дійової активності індивіда у взаємодії з навколишнім світом. Потреби є внутрішніми інтенціями людини для ствердження свого буття як "індивідуального самобуття" і розкриваються через цілеспрямовану, предметну та життєстверджуючу діяльність [5, с. 424]. Одним з перших дослідників, із праць якого стало відомо про складний світ потреб і їхній вплив на мотивацію, був Абрахам Маслоу. Теорія ієрархії потреб, розроблена Маслоу, справила значний вплив як на розвиток наукової думки в галузі мотивації, так і на розвиток практики менеджменту на основі наукового підходу до вивчення потреб, їх моніторингу і цілеспрямованого впливу на поведінку людей [10].

Теорія Маслоу про ієрархію потреб є однією з найвідоміших та впливових теорій в психології. Заснована на вивченні людських потреб та мотивації, ця теорія вказує на те, що люди постійно відчувають певні потреби, які можна об'єднати в ієрархічну структуру. Задоволення потреб починається з найнижчих рівнів і продовжується до більш високих. Маслоу вважав, що «якщо певні потреби не задоволено, це спонукає людину до дій, поки ці потреби не будуть задоволені. При цьому, коли одна потреба задоволена, на її місце приходить інша, яка стає новим мотиватором для дій. Таким чином, поведінку людини визначає найнижча незадоволена потреба ієрархічної структури» [10].

Теорія Маслоу допомагає краще розуміти, що мотивує людей до певних дій та вчинків, а також як ці потреби впливають на їхню поведінку та вибори. Важливою ідеєю теорії є те, що задоволення потреб є ключовим фактором для досягнення внутрішнього задоволення та самореалізації людини.

У своїй теорії мотивації Маслоу зазначає, що дотепер теорії мотивації незаслужено випускали з уваги два надзвичайно важливі моменти. По-перше, людина рідко буває повністю задоволеною, а якщо і буває, то на дуже короткий час, найчастіше вона лише більш-менш задоволена; по-друге, існує своєрідна ієрархія бажань, в якій одні бажання сильніші за інші [33].

У своїй роботі «Мотивація та особистість» (1954) Маслоу припустив, що всі людські потреби є вродженими, і що вони організовані в ієрархічну систему пріоритету або домінування, яка складається з п'яти рівнів [6]. Піраміда виглядає наступним чином:

1. *Фізіологічні потреби* - це базові потреби людини, пов'язані з фізіологічними функціями та виживанням. Ці потреби включають потребу в їжі та воді для належного функціонування організму, а також потребу у сні - потребу у відпочинку та сні для відновлення сил і психофізичного здоров'я. Фізичні потреби також включають потребу у вентиляції та терморегуляції - необхідність отримувати свіже повітря та забезпечувати комфортну температуру для нормальної життєдіяльності організму. Фізіологічні потреби є основою для подальшого розвитку та задоволення інших видів потреб в ієрархії Маслоу [6].

Якщо всі потреби індивіда не задоволені, якщо в організмі домінують фізіологічні потяги, то всі інші потреби можуть навіть не відчуватися людиною; в такому випадку достатньо буде сказати, що вона голодна, адже її свідомість майже повністю захоплена голодом. У такій ситуації організм спрямовує всі свої сили і можливості на втамування голоду; структура і взаємодія можливостей організму визначаються єдиною метою. Його рецептори та ефектори, його розум, пам'ять, звички - все перетворюється на інструмент для втамування голоду [20].

2. *Потреба в безпеці* - одна з ключових потреб людини, яка включає в себе відчуття безпеки, стабільності та захисту. Ця потреба знаходиться на другому рівні ієрархії потреб Абрахама Маслоу після фізіологічних потреб. Потреба в безпеці є важливою складовою психологічного та емоційного благополуччя людини. Вона включає в себе прагнення до досягнення стабільного і безпечного способу життя, що виражається в бажанні захистити себе від фізіологічних і психологічних небезпек з боку навколишнього світу [10].

Подібно до фізіологічних потреб, ці бажання можуть взяти під контроль організм. Вони можуть підпорядковувати своїй волі всі можливості організму, спрямовуючи їх на забезпечення безпеки. Так само, як і у випадку з фізіологічними потребами, рецептори, розум, пам'ять та інші здібності індивіда стають інструментами забезпечення безпеки. Для того, щоб спостерігати активні потреби на цьому рівні, потрібно звернутися до проблем представників соціально та економічно вразливих класів. Масові прояви цих потреб часто спостерігаються під час соціальних потрясінь і революційних змін. У нормальному суспільстві, у здорових людей потреба в безпеці менш виражена [34, с. 27].

3. *Потреба в любові і належності.* Після того, як потреби фізіологічного рівня та потреби рівня безпеки задоволені на достатньому рівні, актуалізується потреба у любові, прихильності та приналежності. Людина як ніколи гостро починає відчувати нестачу друзів, відсутність коханої людини, дружини чи дітей. Вона прагне теплих, дружніх відносин, їй потрібна соціальна група, яка б забезпечила її такими відносинами, сім'я, яка прийняла б її як свою. Саме ця мета стає найбільш значущою і найважливішою для людини [34, с. 29]. По-перше, задовольняти потреби у любові та належності допомагає взаємодія з іншими людьми (через спільну працю ці потреби задовольняються краще і ефективніше). По-друге, людина має потребу в знаннях про інших, як частину свого оточення. По-третє, інші люди є важливим показником розвитку конкретної особистості. Це призводить до потреби у повазі та визнанні [8].

4. *Потреба в повазі та визнанні.* Кожна людина (за рідкісним винятком) постійно потребує визнання, стабільної і, як правило, високої оцінки власних заслуг, кожен з нас потребує як поваги оточуючих людей, так і можливості поважати себе. Потреби цього рівня поділяються на два класи. До першого належать бажання і прагнення, пов'язані з поняттям «досягнення». Людина потребує відчуття власної сили, адекватності, компетентності, а також почуття впевненості, незалежності та свободи. До другого класу потреб Маслоу відносить потребу в репутації або престижі, потребу в отриманні статусу, уваги, визнання, слави: «задоволення потреби в оцінці та повазі дає людині відчуття впевненості в собі, почуття власної цінності, сили, адекватності, відчуття того, що вона є корисною і потрібною в цьому світі. Незадоволені потреби, навпаки, викликають почуття приниження, слабкості, безпорадності, які, в свою чергу, є основою для невіри у власну значущість» [34, с. 30]. Отримання поваги та визнання з боку інших є показником розвитку особистості як інформаційної системи. Людина отримує більше поваги, якщо вона має більше знань і навичок [8].

5. *Потреба в самоактуалізації (самореалізації).* Говорячи про самоактуалізацію, Маслоу має на увазі прагнення людини до самореалізації, до реалізації потенційно закладених у ній можливостей. Це прагнення можна назвати бажанням розвивати і реалізовувати свій потенціал, досягати внутрішньої гармонії і задоволення від життя. Зрозуміло, що у різних людей ця потреба виражається по-різному. Хтось хоче стати ідеальним батьком, хтось прагне досягти спортивних висот, а хтось намагається творити або винаходити. Очевидно, що музикант повинен робити музику, художник - малювати картини, а поет - писати вірші. Людина може бути тим, ким вона хоче бути. Людина відчуває, що вона повинна відповідати своїй природі [34, с. 32]. Розвиток людини оцінюється за рівнем накопичених навичок, умінь і знань [8].

А. Маслоу стверджував, що «в поведінці людини домінують потреби найнижчого незадоволеного рівня, і людина надає їм пріоритет лише тоді, коли задоволені потреби нижчого рівня» [3, с. 13]. Іншими словами, це означає, що людина починає піклуватися про свою безпеку тоді, коли задоволена найнагальніша потреба у фізичному виживанні. Бажання любові та поваги виходить на перший план, коли людина матеріально забезпечена, має захист від природних і соціальних загроз та перспективу майбутнього (сім'я, здоров'я, власність). Відповідно, питання гідності, поваги, а тим більше самореалізації не є пріоритетними без задоволення потреб попереднього рівня.

Однією з головних характеристик потреб людини є те, що кожна потреба набуває свого унікального змісту в залежності від умов та способу її задоволення. Внутрішній стан потреби сам по собі вказує на необхідність зміни цього стану, тобто на задоволення або усунення потреби. Конкретна потреба формується під впливом зовнішніх умов, які визначають стан організму, що потребує зміни. Оскільки потреби людини визначаються предметним змістом, який визначається умовами життя, то кожна потреба є виявом умов життя та простору життя загалом. Потреба спонукає організм до дії лише за умови впливу на нього певних предметів, які стають стимулами діяльності, такими як їжа, вода, повітря, відпочинок та інше, у кожній конкретній ситуації [10].

Потреби людини мають властивість виникати знову, відтворюватися. Коли людина задовольняє певну потребу, це не виключає можливість її виникнення в майбутньому в інший час або за інших умов. Особливо це стосується фізіологічних потреб, які повторюються через певні проміжки часу. Ці потреби мають свою циклічність, яка залежить від змін у стані організму або середовищі. Складніші потреби, такі як потреба у спілкуванні або накопиченні досвіду, також повторюються, але їх періоди можуть бути визначені соціально-психологічними характеристиками людини та іншими факторами. Важливо, щоб потреби постійно відтворювалися, оскільки це сприяє їхньому розвитку та збагаченню [7, с. 5].

У своїй роботі Маслоу також зазначає низку соціальних умов, необхідних для задоволення базових потреб, адже неналежне виконання цих умов може безпосередньо перешкодити задоволенню базових потреб. У ряді цих умов можна назвати: свободу слова, свободу вибору діяльності (тобто людина вільна робити все, що захоче, аби її дії не завдавали шкоди іншим людям), свободу самовираження, право на дослідницьку активність та отримання інформації, право на самозахист, а також соціальний устрій, що характеризується справедливістю, чесністю та порядком. Недотримання перерахованих умов, порушення права і свободи сприймається людиною як особиста загроза. Ці умови не можна назвати кінцевою метою, але люди часто ставлять їх в один ряд із базовими потребами. Люди запекло борються за ці права і свободи саме тому, що, втративши їх, вони ризикують втратити можливість задоволення своїх базових потреб [34, с. 38]. Маслоу також застерігає від помилкового висновку, що виникнення потреби можливе лише після стовідсоткового задоволення нижчої потреби: «Насправді, майже про будь-якого здорового представника нашого суспільства можна сказати, що він одночасно і задоволений, і незадоволений у всіх своїх базових потребах. Наше розуміння та уявлення про ієрархію потреб буде більш реалістичним, якщо ми згадаємо про поняття міри задоволеності потреб і скажемо, що нижчі потреби завжди задоволені більшою мірою, ніж вищі. Якщо з метою наочності скористатися конкретними цифрами, хай і умовними, то вийде, що в середнього громадянина фізіологічні потреби задоволені, наприклад, на 85%, потреба у безпеці задоволена на 70%, потреба у любові – на 50%, потреба у самоповазі – на 40%, а потреба у самоактуалізації – на 10%» [34, с. 39].

Продовження теорії Маслоу про потреби ми можемо побачити у дослідженні Фредеріка Герцберга та його колег. Теорія Фредеріка Герцберга про двоїстість потреб, яка була вперше представлена у його праці "The motivation to work", відкриває новий погляд на мотивацію працівників та фактори, які впливають на їхню продуктивність та задоволення від роботи. Ця теорія визначає два основних типи факторів, які впливають на мотивацію працівників: гігієнічні та мотиваційні [27, с. 5]. Герцберг стверджує, що гігієнічні фактори, такі як умови праці, заробітна плата, стосунки з керівництвом та колегами, є необхідними для задоволення базових потреб працівників. Вони можуть зменшити незадоволення працівників, але не призводять до значного покращення мотивації. Іншими словами, якщо ці фактори в порядку, то працівники будуть спокійними, але це не означає, що вони будуть ефективно працювати та досягати високих результатів.

З іншого боку, мотиваційні фактори, такі як визнання, досягнення, розвиток та важливість роботи, спонукають працівників до саморозвитку та досягнень. Ці фактори стимулюють людину до активної діяльності та прагнення до вдосконалення. Задоволення мотиваційних факторів призводить до збільшення мотивації працівників та їхнього задоволення від виконаної роботи. Отже, теорія Герцберга про двоїстість потреб показує, що для досягнення високих результатів у роботі необхідно задовольняти як гігієнічні, так і мотиваційні потреби працівників. Правильне поєднання цих факторів допоможе побудувати мотивуючу робочу середу та забезпечити успішну діяльність організації [27, с. 6-8].

Варто також зазначити теорію набутих потреб Девіда МакКлелланда. Згідно з теорією набутих потреб МакКлелланда, певні види людських потреб формуються протягом усього життя людини, починаючи з раннього дитинства. Наприклад, якщо батьки виховують дитину у самостійності та підтримують її починання, це сприяє формуванню у неї потреби в позитивних досягненнях. Також, якщо дорослі підтримують розвиток у дитини почуття лідерства в колективі, це сприяє формуванню майбутньої потреби у владі [10].

У цій теорії виділяються три групи потреб: досягнення (успіх), співучасть (причетність) і владарювання. Автор теорії акцентує увагу на цих потребах високого порядку, оскільки вважає, що потреби нижчого порядку в сучасному суспільстві переважно задоволено. За МакКлелландом, якщо ці вищі потреби розвинуті у людини, вони можуть значно впливати на її поведінку та стимулювати працездатність. Ці потреби розглядаються як набуті під впливом навчання, життєвих обставин і досвіду [10].

Перша категорія потреб, яку виділив МакКлелланд, - це потреба в досягненні. Ця потреба проявляється в бажанні людини досягати поставлених цілей більш ефективно, ніж раніше. Люди з яскраво вираженою потребою досягнення зазвичай ставлять перед собою складні цілі та завдання і хочуть визначати шляхи їх досягнення. Вони приймають рішення, беруть на себе відповідальність за свої дії і легко вирішують проблеми.

Друга категорія потреб, яку виділяє МакКлелланд, - це потреба в участі. Ця потреба проявляється в бажанні людини мати дружні стосунки з іншими. Такі люди прагнуть підтримувати дружні стосунки, бути частиною команди та брати участь у спільній діяльності. Їм важливо відчувати підтримку і розуміти, що в них зацікавлені і покликані допомогти. І третя категорія - потреба у владі, яка, на думку МакКлелланда, є однією з базових набутих потреб. Ця потреба проявляється в бажанні контролювати і впливати на інших людей, брати на себе відповідальність за їхні дії і поведінку. Людей з високим рівнем владної мотивації можна розділити на дві групи: тих, хто прагне влади заради неї самої, і тих, хто хоче використовувати владу для досягнення спільних цілей. МакКлелланд підкреслює, що всі ці потреби (досягнення, участь і домінування) є однаково важливими і взаємно впливають на поведінку людини. Наприклад, якщо керівник має високу потребу владарювання, то успішне керування може бути досягнуте лише у випадку, якщо його потреба у співучасті не є такою сильною [10].

Як зазначалося вище, людські потреби спрямовані на задоволення потреб людини на різних рівнях, починаючи від фізіологічних потреб організму і закінчуючи потребами в самореалізації та творчості на рівні особистості. Ці потреби утворюють складну систему, яка відображає всі аспекти життя людини на різних рівнях. Потреби також можна класифікувати за об'єктом задоволення (матеріальні та духовні), а також за внутрішньою чи зовнішньою сферою (індивідуальні та суспільні), хоча можливі потреби, що поєднують ознаки обох типів [7, с. 5].

В нашій роботі ми розглядаємо потреби людини в контексті політичних виборів з кількох причин. По-перше, політичні вибори - це процес, в якому люди мають можливість обирати своїх представників та впливати на прийняття рішень. Розуміння потреб і прагнень громадян допомагає політикам краще зрозуміти, які питання і проблеми є для них найбільш важливими. По-друге, розуміння потреб громадян допомагає формулювати та впроваджувати ефективні політичні стратегії та програми, які відповідають реальним потребам суспільства. Важливо також зазначити, що політичні вибори - це спосіб взаємодії громадян з політичними лідерами. Розуміння потреб інших людей допомагає будувати довіру, сприяти співпраці та конструктивному діалогу. Звертання до питання потреб людини у контексті політичних виборів є ключовим для створення ефективної та представницької політики, яка враховує інтереси та потреби всього суспільства.

Отже, потреба – це стан людської особистості, що виражає необхідність у чомусь. Теорія ієрархії потреб Абрахама Маслоу є однією з впливових теорій в психології. Ця теорія вказує на існування ієрархії потреб, починаючи від базових фізіологічних потреб до більш високих потреб у безпеці, любові та належності, поваги та самореалізації. Задоволення цих потреб є ключовим фактором для досягнення внутрішнього задоволення та самореалізації. Також важливою ідеєю теорії є те, що задоволення потреб може впливати на поведінку та вибори людини, що враховують політики для потужного впливу своїх промов на аудиторію. Теорія Герцберга про двоїстість потреб визначає два основних типи факторів, які впливають на мотивацію працівників: гігієнічні та мотиваційні. Гігієнічні фактори, такі як умови праці, заробітна плата, стосунки з керівництвом та колегами, є необхідними для задоволення базових потреб працівників. В теоріїї МакКлелланда виділяються три групи потреб: досягнення (успіх), співучасть (причетність) і владарювання. Ці потреби розглядаються як набуті під впливом навчання, життєвих обставин і досвіду Отже, потреби людини є складним і важливим аспектом її життя. Політики, які розуміють ці потреби, можуть використовувати їх для потужного впливу на громадську думку.

**1.2.** **Політичний дискурс як інструмент суспільної комунікації**

Одним із перших, хто надав слову «дискурс» термінологічного значення, був французький лінгвіст Е. Бенвеніст. Він визначив дискурс як «мовлення, привласнене мовцем». Засновником теорії дискурсу вважається швейцарський дослідник Ф. де Соссюр. Для французької лінгвістичної традиції характерним є розуміння цього слова як мовлення взагалі. Р. Барт розумів дискурс як «висловлювання», «осмислену єдність, вербальну чи візуальну». На думку Й. Фіске, дискурс - це організація мови за межами речення, «розширене» використання мови, тобто «дискурс - це мова або система образів» [12, c. 18].

E. Шейгал вважає, що під політичним дискурсом слід розуміти «будь-які мовні утворення, суб'єкт, адресат або зміст яких належить до сфери політики». На думку Н. Герасименко, політичний дискурс можна визначити як «суму мовних утворень у певному паралінгвістичному контексті - контексті політичної діяльності, політичних поглядів і переконань, включаючи її негативні прояви (ухилення від політичної діяльності, відсутність політичних переконань)» [7, с. 5].

Всі ці визначення можна віднести до більш загального розуміння політичного дискурсу, який охоплює будь-яке фактичне використання мови у сфері публічної політики. Таким чином, політичний дискурс можна описати як мовлення про політику, що складається з системи суджень, які містять політичний зміст. У вужчому розумінні політичний дискурс обмежується висловлюваннями політиків. Він включає урядові дискусії, парламентські дебати, програми політичних партій та промови урядовців. Прихильник цього підходу, нідерландський лінгвіст Т. А. ван Дейк, підкреслює, що дискурс стає політичним, коли він супроводжує певну політичну дію у відповідному політичному контексті. Таким чином, політичний дискурс формується в рамках функціонування політичних інститутів, таких як парламентські сесії, засідання уряду та партійні з'їзди [12, c. 20].

Спочатку з’ясуємо більше про поняття суспільної комунікації. Суспільна комунікація є процесом обміну інформацією, ідеями, думками та переконаннями між членами суспільства з метою спільного розв'язання проблем, формування колективних цінностей та побудови взаєморозуміння. Термін "суспільна комунікація" (або "масова комунікація") був створений разом з поняттям "мас-медіа" на початку двадцятого століття для опису нового соціального явища у світі, що базується на індустріалізмі та популярній демократії. Це була епоха міграції до міст, конфліктів та боротьби між силами змін та репресією. Масові медіа представляють організовані засоби відкритого спілкування на велику відстань з великою кількістю людей. Вони продовжують впливати на сучасне суспільство та культуру на особистому та глобальному рівнях [35, с. 20].

Розвиток масових медіа призвів до поширення форматів, які залишаються впізнаваними й сьогодні, хоча зміни стосуються масштабу та диверсифікації, а також включення телебачення. Основні аспекти суспільної комунікації, як ключового елементу суспільства, залишаються актуальними і нині: швидкість досягнення аудиторії однаковою інформацією та думками, глобальне поширення, стимулювання надій та страхів [35, с. 20].

Отже, політичний дискурс - це мовні утворення, суб'єкт, адресат або зміст яких належить до сфери політики. Суспільна комунікація - це процес обміну інформацією, ідеями, думками та переконаннями між членами суспільства з метою спільного розв'язання проблем, формування колективних цінностей та побудови взаєморозуміння.

Політична промова, як важлива складова суспільної комунікації, грає ключову роль у формуванні політичних поглядів, мобілізації громадської думки та впливу на прийняття політичних рішень. Ця форма висловлювання важлива для вираження ідей, утвердження позицій та виявлення політичних цінностей. У даному дослідженні ми розглянемо роль політичної промови як інструменту суспільної комунікації та її вплив на формування громадянського суспільства та політичної культури.

* 1. **Політична промова: визначення, структура та функції**

Політична промова є ключовим жанром політичного дискурсу, який дозволяє лідерам проявити своє лідерство та отримати визнання [13, с. 235].

Політична промова реалізується через політичний дискурс, який являє собою сукупність смислів, когнітивних та ціннісних значень, що є основою політичної культури суспільства та охоплює всі форми комунікативної активності людини, її рефлексію щодо політичного світу та своєї ролі в ньому [7, с. 5].

Дослідження політичної промови як виду суспільної комунікації та її структури є важливим для дослідження теми «Апеляція до людських потреб у промовах кандидатів у президенти США під час виборчої кампанії 2024 року»,

оскільки дослідження політичного мовлення допомагає виявити важливість використання певних лексичних одиниць та мовних засобів, які кандидати можуть використовувати для впливу на свою аудиторію. Відповідно, дослідження лексичного матеріалу також допомагає виявити прийоми маніпулювання аудиторією. Варто зазначити, що аналіз використання емоцій та апеляцій до людських потреб, дослідження структури політичної промови дозволяє виявити, як кандидати використовують емоційні аспекти та апеляції до потреб своїх виборців для привернення їхньої уваги та підтримки.

З огляду на розуміння впливу політичної промови на суспільство, дослідження цього аспекту допомагає краще зрозуміти, як політична промова може впливати на громадську думку, формувати погляди та переконання людей, а також впливати на їхню поведінку під час виборчих кампаній. Отже, дослідження політичної промови та її структури є важливим для розуміння та аналізу виборчої комунікації, особливо в контексті виборчих кампаній у США та апеляції до людських потреб у промовах кандидатів на посаду президента.

Розглянемо декілька варіантів визначення поняття «політична промова».

Л. Мацько визначає політичну промову як «заздалегідь підготовлений гострополітичний виступ з позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін» [9, с. 5].

Деніс Мак-Квейл в своїй праці «Теорія масової комунікаїї» визначає політичну промову як «коментарі з питань громадського інтересу» [37]. Політична промова є дуже широкою категорією, яка включає в себе обговорення безлічі питань, таких як податки, світові події, імміграція, охорона здоров'я, расизм, релігія та кандидати на посади, і може бути виражена в різних медіа, таких як промови, газети, картини, прапори, одяг та пісні [37].

І. Самойлова в своєму дослідженні зазначає, що політична промова - це виступ у парламенті або перед аудиторією з метою переконати слухачів у правильності певної ідеї чи дії. Для цього використовуються оригінальні пропозиції, аргументи, несподівані думки, емоційний виклад та швидка реакція. Публічний виступ стимулює творчість політиків, оскільки завжди може бути непередбачуваним. Політичні промови мають публіцистичний характер і висловлюють певну ідею чи позицію, що може викликати відсторонення від інших поглядів. Вони вимагають пафосу та різноманітних стилістичних прийомів для ефективного впливу на аудиторію [13, с. 236].

О. Падалка у своєму дослідженні щодо просодичних характеристик політичної промови акцентує увагу на комплексності та зазначає, що політична промова відноситься до інформативно-персуазивних текстів. В даному дослідженні виокремлено наступні групи політичних текстів [11, с. 67]:

1) Регулятивні (Конституція)

2) Інструментальні (плакати, листівки)

3) Інтегративні (партійні програми)

4) Інформативно-персуазивні (політична промова)

О. Й. Шейгал вважає, що однією з ключових ознак, яка дозволяє визначити жанр певної політичної промови, є основна інтенція [13, с. 236]. Ця ознака становить основу класифікації політичного дискурсу, в якій виділяються такі жанри [13, с. 237]:

1) ритуальні (інавгураційна промова, ювілейна промова, традиційне радіозвернення);

2) орієнтаційні (партійна програма, конституція, послання президента про стан у країні, звітна доповідь, указ, угода);

3) агональні (лозунг, рекламна промова, передвиборчі дебати, парламентські дебати).

О. Алексієвець зазначає, що політичну промову вирізняють такі лінгвостилістичні параметри: «…аргументативний характер розгортання тексту, об’єктно-суб’єктний спосіб організації є інформації, відверта авторська інтенція, безпосередня й постійна апеляція до адресата…» [1‚ с. 20].

Вчені розрізняють дві основні форми політичних промов: усну та письмову. Усна форма відрізняється швидким встановленням контакту між учасниками комунікації, тоді як письмова форма відрізняється своєю продуктивністю завдяки уважній організації повідомлення. Передвиборчі промови відносяться до усних форм політичних промов.

Варто зазначити, що політична промова виконує різноманітні функції, серед яких можна виділити інформаційну функцію, мобілізаційну, символічну та переконувальну [32].

*Інформаційна функція* політичної промови включає в себе передачу конкретних фактів, даних та інформації аудиторії з метою освітлення питань, що стосуються політики та суспільства. Політичний лідер може використовувати свою промову для пояснення складних аспектів законопроектів, програм або стратегій, щоб роз'яснити їх значення та вплив на громадян. Це допомагає аудиторії краще розуміти сутність політичних процесів та приймати обґрунтовані рішення [32, с. 231]. Крім того, інформаційна функція політичної промови може включати надання статистичних даних, досліджень та інших об'єктивних вказівок для підтвердження аргументів політичного лідера. Це допомагає підтримати його чи її позицію та переконати аудиторію у важливості запропонованих рішень. Чітка та достовірна інформація сприяє побудові довіри між політичним лідером та громадськістю, що є ключовим для успішної комунікації. Нарешті, інформаційна функція політичної промови може також включати розкриття нових фактів, подання перспективних ідей та висловлення конкретних пропозицій щодо подальшого розвитку країни або вирішення актуальних проблем. Це дозволяє політичному лідеру продемонструвати свою експертність та готовність до дії, що може змусити аудиторію довіряти йому чи їй як компетентному лідеру [32, с. 232].

*Мобілізаційна функція* політичної промови полягає в здатності політичного лідера збуджувати та активізувати свою аудиторію для підтримки конкретних ідей, цілей або дій. Ця функція спрямована на мобілізацію громадськості для участі у політичних процесах, виборах, акціях або протестах. Політичний лідер використовує свою промову для стимулювання емоцій, викликання певних почуттів та побудови спільної ідентичності з аудиторією з метою залучення її до активної участі у політичному процесі. Одним з ключових аспектів мобілізаційної функції політичної промови є здатність політичного лідера викликати ентузіазм та зацікавленість у громадськості стосовно певних питань чи ідей. Використовуючи риторичні прийоми, апеляції до емоцій та важливості певних цілей, лідер може збудити аудиторію до дії та мобілізувати її для підтримки своїх інтересів та переконань. Це дозволяє створити сильну політичну базу та забезпечити успішну реалізацію політичних стратегій. Крім того, мобілізаційна функція політичної промови може включати активне закликання до дії та участі громадськості у конкретних подіях чи ініціативах. Політичний лідер може використовувати свою промову для надання конкретних вказівок, запрошень на заходи або закликань до об'єднання для досягнення спільних цілей. Це сприяє активному залученню громадськості до політичного процесу та формуванню сильної політичної спільноти [32, с. 233].

*Переконувальна функція* політичної промови відіграє ключову роль у впливі на думки та переконання аудиторії з метою отримання підтримки для конкретних політичних цілей. Ця функція передбачає використання різноманітних аргументів, логічних прийомів та переконливих тез для того, щоб переконати слухачів у правильності певних ідей чи дій. Політичні лідери та спікери використовують емоційні аспекти, статистичні дані, аналогії та приклади з життя для підсилення своїх аргументів. Для успішного досягнення переконувальної мети політичної промови, важливо бути впевненим у своїх аргументах та вміти ефективно комунікувати з аудиторією. Ключовими елементами такої промови є чіткість мовлення, логічність викладу, доказова база та здатність впливати на емоції слухачів. Політичні лідери часто користуються риторичними засобами, такими як повторення, апеляція до авторитету, логічні докази та емоційне звернення, для того щоб підсилити свої аргументи та переконати аудиторію. Успішна переконувальна політична промова може мати значний вплив на громадську думку та формування політичних поглядів. Вона допомагає сприяти змінам у суспільстві, мобілізувати громадян для певних дій та стимулювати активну участь у політичних процесах [32, с. 233].

*Символічна функція* політичної промови відіграє важливу роль у підтримці та підсиленні іміджу політичного лідера або партії. Ця функція передбачає використання мовних засобів, які сприяють створенню певного образу та асоціацій у свідомості аудиторії. Політичні лідери використовують символи, метафори, аналогії та інші риторичні прийоми для того, щоб підкреслити свою авторитетність, силу, солідарність або інші важливі якості. Політична промова може стати символом певних ідеалів, цінностей або історичних подій, що сприяє формуванню позитивного іміджу політичного лідера чи партії. Використання символів у політичних промовах може сприяти побудові сприйняття лідера як сильної, довіреної та важливої фігури для суспільства. Це дозволяє створити емоційне зв'язок з аудиторією та засвоїти певні цінності чи ідеали через символи та образи. Згадування символів у політичних промовах може також мати символічне значення для самого лідера чи партії, допомагаючи позиціонувати їх у конкретному світлі та забезпечуючи сприйняття їх як представників певних цінностей або ідеалів. Символи можуть бути потужним інструментом для комунікації складних ідей та концепцій у доступному та запам'ятовувальному форматі [32, с. 235].

Стівен Лукас у своїй книзі «The art of public speaking» дає таке визначення сруктури політичної промови: «Структура політичної промови - це організація та розподіл інформації у промові з метою досягнення певних цілей, таких як переконання аудиторії, вплив на громадську думку або мобілізація підтримки. Зазвичай структура політичної промови включає вступ, основну частину з аргументами та доказами, заключення та можливо заклик до дії. Структура політичної промови має свої особливості, які допомагають політику досягати своїх цілей та впливати на аудиторію» [33].

На етапі вступу політик звертається до аудиторії, привертаючи її увагу та встановлюючи з нею контакт. Важливо вказати на актуальні проблеми чи події, які стануть центральними темами промови. Етап вступу політичної промови є дуже важливим, оскільки саме на цьому етапі політик має можливість привернути увагу аудиторії та встановити з нею контакт. Варто виділити наступні особливості цього етапу. По-перше, варто відзначити важливість правильного звернення до аудиторії. Політик повинен звертатися до аудиторії у ввічливій та доброзичливій формі, використовуючи загальноприйняті формули ввічливості. Наприклад, «Шановні гості», «Шановна аудиторія», «Шановні друзі». Далі слід подбати про встановлення контакту з аудиторією. Важливо встановити контакт з аудиторією, можливо, через загальні теми, які цікавлять більшість аудиторії. Наприклад, згадуючи поточні події чи проблеми. Не менш важливим є правильне формулювання теми. Політик повинен чітко визначити тему свого виступу, щоб аудиторія розуміла, про що саме буде йти мова. Це допоможе підготувати аудиторію до основної частини промови. Також необхідно зацікавлювати аудиторію. Важливо викликати інтерес аудиторії вже під час вступу, наприклад, шокуючим фактом, цитатою або цікавою історією [33].

Основна частина політичної промови - це ключовий етап, на якому висуваються аргументи, докази, приклади та інші елементи, що підтримують головну тезу або ідею промови. Для основної частини політичної промови важлива структура - вона має бути логічно побудована з чітким послідовним розвитком ідей. Важливо використовувати логічні аргументи та докази, щоб переконати аудиторію. Також необхідна логічна аргументація, тобто на цьому етапі важливо представити аргументи, які підтримують основну тезу промови. Це можуть бути факти, статистика, думки експертів або приклади з реального життя. Варто також згадати про емоційний вплив: для успішного досягнення цілей політичної промови важливо враховувати емоційний вплив на аудиторію. Емоційно заряджені аргументи можуть зробити промову більш запам'ятовуваною та переконливою. Використання риторичних прийомів, таких як повторення, метафори тощо, також є ключовим, оскільки вони підвищують ефективність політичної промови і роблять її більш дієвою. Звернення до аудиторії також важливе в основній частині промови, оскільки потреби та інтереси аудиторії мають бути враховані під час виголошення основної частини промови. Саме тому політики апелюють до переконань і цінностей аудиторії, щоб слухачі краще сприймали їхні ідеї [33].

Етап завершення політичної промови - це заключний етап, на якому формулюються висновки, узагальнюються основні ідеї та закріплюються у свідомості аудиторії. На цьому етапі є резюме ідеї: у заключній частині промови важливо підсумувати основні ідеї, які були представлені на початку і розвинуті в основній частині. Це допомагає аудиторії краще зрозуміти головну тезу та аргументи промови. Остання частина політичної промови часто містить заклик до дії або конкретне прохання до аудиторії. Це може бути заклик проголосувати, підтримати певну ініціативу чи змінити світогляд. Ця частина також має мотиваційний вплив: у заключній частині промови емоційний вплив може бути особливо ефективним для закріплення ідеї у свідомості аудиторії. Використання емоційно заряджених слів та образів може зробити висновок більш запам'ятовуваним. Повторення ключових моментів або фраз з основної частини промови використовується на цьому етапі, щоб допомогти закріпити їх у свідомості аудиторії. Зазвичай політичну промову прийнято завершувати сильною заключною думкою або заявою, яка залишить у слухачів позитивне враження [33].

Після дослідження структури політичної промови можна зробити висновок, що політичній промові можуть використовуватися різноманітні методи та засоби впливу, серед яких: логічні доводи, емоційний вплив, етичні аргументи, риторичні засоби, авторитетність (посилання на авторитетні джерела), заклики до дії.

Використання риторичних засобів у політичній промові є дуже ефективним методом впливу на аудиторію. Риторика - це мистецтво переконливого мовлення, яке включає в себе використання різних прийомів і засобів для того, щоб переконати слухачів у правильності своїх поглядів або дій.

У політичних промовах політики використовують різноманітні лексичні одиниці, щоб впливати на аудиторію і доносити свої ідеї. Одним з найпоширеніших прийомів є використання емоційно заряджених слів, які можуть викликати певні почуття у слухачів. Наприклад, слова "справедливість", "свобода", "зрада", "ворог" можуть активувати емоційну реакцію у аудиторії і спонукати до певних дій або підтримки певних поглядів.

Крім того, політики часто використовують терміни та фрази, які асоціюються з певними цінностями або ідеями. Наприклад, вони можуть говорити про "національну єдність", "економічний зріст", "соціальну справедливість", щоб підкреслити важливі аспекти своєї програми або політичного курсу [29, с. 148].

Також, політики можуть використовувати фразеологізми та крилаті вислови, які стали загальновживаними в політичному дискурсі. Наприклад, вислови "політика нульової терпимості", "зелена енергетика", "економіка знань" часто вживаються для позначення конкретних концепцій або стратегій.

Нарешті, політики можуть використовувати технічну лексику та терміни, щоб продемонструвати свою експертність у певних галузях або питаннях. Вони можуть використовувати слова і терміни з економіки, права, соціології тощо, щоб показати свою компетентність і авторитет у цих сферах [29, с. 149].

Політики часто апелюють до потреб людей у своїх промовах, оскільки це дозволяє їм залучити увагу аудиторії, викликати певні емоції та спонукати до підтримки своїх ідей. Згідно з книгою "The Political Mind: Why You Can't Understand 21st-Century American Politics with an 18th-Century Brain" автора Джорджа Лакоффа, апеляція до потреб людей є одним з ключових методів впливу на громадськість у політичному дискурсі [30, с. 95]. Політики використовують різні стратегії для апеляції до потреб людей, такі як використання емоційно заряджених слів, образів та історій, які можуть викликати співчуття або підтримку. Вони також можуть наголошувати на конкретних проблемах або потребах аудиторії, щоб продемонструвати свою спроможність вирішувати ці питання. Апеляція до потреб людей допомагає політикам зв'язатися з громадськістю на емоційному рівні, створюючи емпатію та сприяючи формуванню позитивного ставлення до їхньої політичної програми [30, с. 95].

Отже, політична промова – це заздалегідь підготовлений політичний виступ з позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами та накресленими планами. Ця форма висловлювання дозволяє виразити ідеї, утвердити позиції та висловити важливі політичні цінності. Політична промова виконує різноманітні функції: інформаційну функцію, мобілізаційну, символічну та переконувальну. В політичній промові виділяються такі жанри: ритуальні, орієнтаційні та агональні. Структура політичної промови включає вступ, основну та заключну частини.

**Висновки до Розділу І**

Психологія потреб – одна з ключових галузей психології, яка вивчає базові потреби людини та їхній вплив на поведінку і мотивацію. Потреба – це стан людської особистості, що виражає необхідність у чомусь. Теорія ієрархії потреб Абрахама Маслоу є однією з впливових теорій в психології. Ця теорія вказує на існування ієрархії потреб, починаючи від базових фізіологічних потреб до більш високих потреб у безпеці, любові та належності, поваги та самореалізації. Задоволення цих потреб є ключовим фактором для досягнення внутрішнього задоволення та самореалізації. Задоволення потреб може впливати на поведінку та вибори людини, що враховують політики для потужного впливу своїх промов на аудиторію. Теорія Герцберга про двоїстість потреб визначає два основних типи факторів, які впливають на мотивацію працівників: гігієнічні та мотиваційні. Гігієнічні фактори, такі як умови праці, заробітна плата, стосунки з керівництвом та колегами, є необхідними для задоволення базових потреб працівників. В теоріїї МакКлелланда виділяються три групи потреб: досягнення (успіх), співучасть (причетність) і владарювання. Ці потреби розглядаються як набуті під впливом навчання, життєвих обставин і досвіду. Потреби людини є складним і важливим аспектом її життя. Політики, які розуміють ці потреби, можуть використовувати їх для потужного впливу на громадську думку.

Політичний дискурс – це мовні утворення, суб'єкт, адресат або зміст яких належить до сфери політики. Політична промова реалізується через політичний дискурс, який являє собою сукупність смислів, когнітивних та ціннісних значень, що є основою політичної культури суспільства та охоплює всі форми комунікативної активності людини, її рефлексію щодо політичного світу та своєї ролі в ньому. Політична промова є ключовим жанром політичного дискурсу.

Політична промова – це заздалегідь підготовлений політичний виступ з позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами та накресленими планами. Ця форма висловлювання дозволяє виразити ідеї, утвердити позиції та висловити важливі політичні цінності. Політична промова виконує різноманітні функції: інформаційну функцію, мобілізаційну, символічну та переконувальну. В політичній промові виділяються такі жанри: ритуальні, орієнтаційні та агональні. Структура політичної промови: вступ, основна частина та заключна.

РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИЧНІ ОДИНИЦІ ЯК ІНСТРУМЕНТ АПЕЛЯЦІЇ ДО ПОТРЕБ ЛЮДИНИ

**2.1 Номінативні одиниці, які вказують на апеляцію до потреб людини**

Президентська виборча кампанія 2024 року в США проходила на фоні політичної напруженості та соціальних змін. Від Демократичної партії основними кандидатами стали Джо Байден та Камала Гарріс, від Республіканської партії – Дональд Трамп, Ніккі Гейлі, Вівек Рамасвамі. Роберт Ф. Кеннеді-молодший спочатку балотувався як демократ, але пізніше оголосив про свою кандидатуру як незалежний кандидат. Президентська виборча кампанія 2024 року була досить динамічною та конкурентною, з акцентом на ключові соціально-економічні питання та політичні розбіжності між кандидатами. Кампанія характеризується активними дебатами про економічні та соціальні питання.

В даному дослідженні було проаналізовано промови Джо Байдена, Дональда Трампа, Камали Гарріс, Ніккі Гейлі, Вівека Рамасвамі та Роберта Ф. Кеннеді-молодшого. Загалом 23 передвиборчі промови стали матеріалом для практичної частини дослідження.

Для аналізу апеляції до потреб людини у промовах кандидатів у президенти США під час виборчої кампанії 2024 року варто звернути увагу на те, як мовленнєві одиниці відображають прагнення кандидатів переконати виборців шляхом звернення до базових людських потреб. Такі номінативні одиниці можуть включати лексичні і синтаксичні структури, що апелюють до різних категорій потреб згідно з теорією Маслоу: фізіологічних, безпеки, соціальних потреб, потреб у визнанні та самореалізації.

Таблиця 2.1 надає короткий огляд номінативних одиниць, які використовуються кандидатами в президенти США під час виборчої кампанії 2024 року для апеляції до базових та вищих потреб виборців.

Таблиця 2.1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Номінативна одиниця** | **Значення** | **Приклад з промови** |
| ***affordable healthcare*** | Акцент на фізіологічному благополуччі (здоров'я) | We will ensure affordable healthcare for all Americans. (Biden, 2024) |
| ***аccess to healthcare*** | Акцент на фізіологічному благополуччі (здоров'я) | Access to healthcare is the foundation for a better quality of life for all Americans. (Biden, 2024) |
| ***national security*** | Підкреслення важливості національної безпеки | Illegal immigration is a threat to our national security, and I will ensure that our borders are sealed and protected.(Trump, 2024) |
| ***the voices of all people*** | Важливість визнання голосу кожної людини | We respect the voices of all people. (Harris, 2024) |
| ***dedication and hard work*** | Підкреслення важливості поваги та цінності кожної особистості | We will value the dedication and hard work of every American. (Haley, 2024) |
| ***the contributions of every citizen*** | Визнання внесків і досягнень громадян | We will recognize the contributions of every citizen. (Haley, 2024) |
| ***one people, one nation*** | Спільність нації | Our shared values are what make us one people, one nation, and we must defend them together. (Kennedy Jr., 2024) |
| ***every individual*** | Потреба в розвитку особистих можливостей та здібностей кожної людини | We will develop educational programs that empower ***every individual***. (Ramaswamy, 2024) |
| ***full potential*** | Реалізація потенціалу | Our policies will empower every American to achieve their full potential. (Ramaswamy, 2024) |

*Апеляція до фізіологічних потреб.* У промовах кандидатів часто можна знайти звернення до базових фізіологічних потреб, таких як здоров'я, їжа, житло. Кандидати обіцяють покращити умови життя громадян через медичну реформу або підтримку економічних програм. Наприклад, в промові Джо Байдена на передвиборчому мітингу в штаті Мічиган у вересні 2024 року кандидат зосередив увагу на питаннях доступу до охорони здоров'я, звертаючи увагу на одну з найважливіших потреб людини — потребу у фізіологічному благополуччі [39]. Байден підкреслив, що його адміністрація планує розширити доступ до медичних послуг для всіх громадян США, наголошуючи на тому, що здоров'я є основним правом людини, незалежно від її фінансового становища чи соціального статусу. Він апелював до тих виборців, які стикаються з труднощами у доступі до медичних послуг через високі витрати або відсутність медичного страхування [39].

Кандидат використав потужні номінативні одиниці, що апелюють до базової фізіологічної потреби в здоров'ї, заявляючи, що забезпечення доступу до медичних послуг є питанням справедливості та морального обов'язку держави. Байден обіцяв провести реформи, які дозволять зробити медичне обслуговування доступним для всіх, не лише для тих, хто має фінансові можливості. Такий підхід був розроблений для задоволення потреб найуразливіших груп населення, що стало ключовою темою його передвиборчої кампанії. Варто зазначити, що потреби мають позитивну та негативну конотацію. Позитивну конотацію мають наступні приклади:

1. *"We will ensure* ***affordable healthcare*** *for all Americans, because* ***health is a human right****"* (Biden, Speech in Michigan, September 2024) [39].

У цьому зверненні Джо Байден використовує такі номінативні одиниці, як ***"healthcare"*** (медичне обслуговування) та ***"human right"*** (право людини). Ці терміни підкреслюють важливість доступу до медичних послуг як основної потреби кожної людини.

2. *"No family should have to choose between putting* ***food on the table*** *and* ***buying their medication****"* (Biden, Pennsylvania Rally, August 2024) [17].

У цьому зверненні Джо Байден використовує кілька номінативних одиниць, які підкреслюють важливість доступу до основних потреб: ***"food on the table"*** (їжа на столі) – цей вираз символізує базову потребу в їжі та забезпеченні сімейного добробуту; ***"buying their medication"*** (купівля медикаментів) – це вказує на потребу в медичному обслуговуванні та доступі до ліків. Цей приклад апелює до базових потреб в їжі та здоров'ї, створюючи емоційне зображення несправедливості, яка виникає через високу вартість медичних послуг.

3. *"****Healthcare*** *is not a* ***privilege for the wealthy****, it’s* ***a right for every single person****"*(Biden, Ohio Speech, July 2024) [38].

***"Healthcare"*** (охорона здоров'я) – знову ж таки, основна тема звернення, що підкреслює значення медичних послуг для всіх людей; ***"privilege for the wealthy"*** (привілей для багатих) – ця фраза вказує на нерівність у доступі до медичних послуг, підкреслюючи, що охорона здоров'я не повинна бути лише для заможних людей; ***"right for every single person"*** (право для кожної людини) – доступ до охорони здоров'я є невід'ємним правом, яке належить кожному, незалежно від його фінансового становища.

Тут Байден чітко позиціонує медичні послуги як базове право, яке не повинно залежати від соціально-економічного статусу, що підсилює апеляцію до фізіологічних потреб у здоров'ї.

* 1. *"****Affordable healthcare*** *will not just save lives; it will restore dignity to millions of Americans"* (Biden, New York Speech, September 2024) [40].
  2. "We will lower ***prescription drug costs*** so no one has to skip doses because they can't afford them" (Biden, Florida Rally, August 2024) [18].

Це висловлювання прямо звертається до проблеми доступності лікування, підкреслюючи турботу про фізичне здоров'я людей.

* 1. ***"Access to healthcare*** *is the* ***foundation*** *for a better quality of life for all Americans" (Biden, Michigan Speech, September 2024)* [39].

Тут Байден використовує ще й номінативну одиницю ***"foundation"***, що підкреслює базовість охорони здоров'я для добробуту суспільства і кожної окремої людини.

Ці приклади показують, як Байден активно використовує риторику, що апелює до найнижчого рівня у піраміді Маслоу — фізіологічних потреб, акцентуючи на тому, що здоров'я є правом кожного, а не привілеєм. Його обіцянки спрямовані на задоволення основних людських потреб у медичному забезпеченні, і це є важливою складовою його передвиборчої програми, орієнтованої на соціальну справедливість та захист найуразливіших верств населення.

Також апеляцію до фізіологічних потреб можна виділити в промовах Камали Гарріс та Ніккі Гейлі.

*"Where have you been when it comes to helping pregnant women and new mothers? Where have you been when it comes to* ***affordable childcare****?"* (Harris, Houston rally, October 2024) [29]. Гарріс зазначає про потребу в доступності послуг: згадка про «доступний догляд за дітьми» акцентує на необхідності доступу до якісних і доступних послуг для сімей, що є критично важливим для батьків, особливо матерів. Останньою зазначається потреба в здоров’ї та благополуччі, адже питання про допомогу вагітним жінкам і новим матерям вказує на важливість здоров’я матері та дитини, а також на потребу в належному медичному обслуговуванні. ***"Аffordable childcare"*** (доступний догляд за дітьми): номінативна лексична одиниця, що вказує на економічну доступність послуг, що є важливим аспектом для родин та апелює до базової фізіологічної людської потреби.

До негативної конотації можна віднести наступний приклад:

*«We have too many families paying* ***too much for groceries****»* (Haley, Charleston, February 2023) [38].

*Апеляція до потреби в безпеці.* Дональд Трамп під час свого виступу на мітингу в Техасі у серпні 2024 року зробив акцент на важливості зміцнення національної безпеки, апелюючи до однієї з найфундаментальніших людських потреб — потреби в захищеності та стабільності [21]. Трамп поставив питання безпеки в центр своєї передвиборчої програми, звертаючи увагу на загрози, які, на його думку, стоять перед країною, зокрема нелегальну імміграцію та злочинність. Він заявив, що один з його головних пріоритетів — посилення контролю на кордонах, що має на меті зменшити потоки нелегальних мігрантів, які, як він стверджував, становлять загрозу для безпеки країни. Також Трамп наголосив на важливості підтримки правоохоронних органів як інструменту забезпечення внутрішньої безпеки та порядку.

У своїй передвиборчій кампанії Дональд Трамп неодноразово використовував риторику, яка апелювала до страхів і турбот виборців щодо національної безпеки, зростання злочинності та нелегальної імміграції. Його промови спрямовані на створення образу лідера, який здатен захистити країну від внутрішніх і зовнішніх загроз через посилення прикордонного контролю та підтримку правоохоронних органів. Наведемо приклади номінативних одиниць, які Трамп використовував у своїх виступах (серед них є як і позитивна конотація, так і негативна, адже через заперечення негативних процесів та явищ кандидат апелює до потреб виборців):

1. *"We will build a* ***strong wall*** *to keep* ***criminals, drugs, and illegal immigrants*** *out of our* ***country****"* (Trump, Arizona Rally, June 2024) [23].

У цьому висловлюванні Трампа можна виділити кілька ключових номінативних одиниць: ***"strong wall"*** (міцна стіна) – символізує фізичний бар'єр, який має захищати країну; ***"criminals"*** (злочинці) – вказує на небезпеку, яку представляють злочинні елементи; ***"drugs"*** (наркотики) – акцент на боротьбі з наркотичною залежністю та контрабандою; ***"illegal immigrants"*** (нелегальні іммігранти) – підкреслює проблему нелегальної імміграції та її вплив на суспільство.

Цей приклад підкреслює апеляцію до потреби у безпеці, обіцяючи фізичну бар’єрну систему, що створить відчуття захищеності у громадян.

1. "***My administration*** will crack down on ***violent crime*** in our cities by increasing support for our ***brave police officers***" (Trump, New York Speech, July 2024) [19].

Використані номінативні одиниці: ***"my administration"*** (моя адміністрація) – вказує на урядову структуру, що відповідає за виконання політики; ***"violent crime"*** (насильницька злочинність) – підкреслює проблему злочинності, яка безпосередньо загрожує безпеці громадян; ***"support"*** (підтримка) – вказує на необхідність ресурсів і допомоги для правоохоронних органів. Тут Трамп звертається до теми внутрішньої безпеки, акцентуючи на потребі зміцнення правоохоронних органів для боротьби з злочинністю.

1. *"****Illegal immigration*** *is a* ***threat*** *to our* ***national security****, and I will ensure that our* ***borders are sealed and protected****"* (Trump, Florida Rally, August 2024) [18].

Номінативна одиниця ***"threat"*** (загроза) – підкреслює серйозність ситуації та необхідність реагування; ***"national security"*** (національна безпека) – акцентує на важливості захисту країни від потенційних небезпек; ***"borders"*** (кордони) – вказує на фізичні межі країни, які потребують захисту.

Цей вислів демонструє, як Трамп апелює до загроз, пов'язаних із нелегальною імміграцією, зображуючи її як головну проблему національної безпеки.

1. *"I will never let dangerous* ***criminals*** *or violent* ***gangs*** *take over our streets. We will take back* ***control*** *and keep Americans safe"* (Trump, North Carolina Rally, July 2024) [22].

Номінативні одиниці: ***"criminals"*** (злочинці) – вказує на загрозу, яку становлять особи, що займаються злочинною діяльністю; ***"gangs"*** (банди) – підкреслює небезпеку організованих злочинних груп; ***"control"*** (повернути контроль) – обіцянка відновлення безпеки та порядку.

Ці приклади демонструють, як Дональд Трамп активно використовує риторику, яка апелює до базових страхів людей щодо їхньої безпеки, а також до прагнення жити в суспільстві, де держава забезпечує захист від зовнішніх і внутрішніх загроз. Його обіцянки спрямовані на створення атмосфери впевненості у тому, що під його керівництвом країна буде надійно захищена, а правоохоронні органи та армія отримають всі необхідні ресурси для виконання своєї місії. Трамп підкреслює важливість національної безпеки через захист кордонів від зовнішніх загроз, а також забезпечення внутрішньої стабільності та порядку через підтримку правоохоронних структур. Використання таких номінативних одиниць, як ***"national security"*** і ***"law enforcement"***, свідчить про пряме звернення до базових інстинктів виборців щодо самозбереження і захищеності. Трамп намагається створити образ лідера, який здатен гарантувати безпеку для кожного громадянина через конкретні заходи, тим самим формуючи почуття надійності та впевненості у майбутньому.

Також апеляцію до потреби в безпеці можна побачити в промові Камали Гарріс, де вона звертається до молодих людей:

*"You who grew up* ***with active shooter drills****; you know what we have to do to fight for* ***safety in our schools****"* (Harris, Houston rally, October 2024) [29].

Згадка про ***"active shooter drills"*** (тренування з реагування на стрільбу) відображає потребу молоді в безпеці, особливо в контексті навчання. Це підкреслює важливість захисту дітей і підлітків у школах.

В промові Ніккі Гейлі можна виділити такі фрази, як ***«too much crime on our streets», «too few police and Border Patrol»*** (Haley, Charleston, February 2023) [38]. Вони акцентують на проблемах безпеки в суспільстві, викликаючи страх і занепокоєння у громадян щодо їхньої безпеки. Лексичні одиниці: «***too much crime***», «***too few police***» —підкреслюють нестачу ресурсів для забезпечення базової потреби людини, а саме потреби в безпеці.

*Апеляція до соціальних потреб.* Роберт Ф. Кеннеді-молодший під час своєї промови у Нью-Йорку на початку серпня 2024 року зробив особливий акцент на об'єднанні нації та соціальній солідарності, апелюючи до важливості спільності та єдності як фундаментальних людських потреб. Він звернувся до виборців із закликом до національної єдності, наголошуючи, що тільки спільними зусиллями суспільство може подолати сучасні виклики і зберегти демократичні цінності. У своїй промові Кеннеді використовував такі поняття, як спільні цінності, національна ідентичність та згуртованість, що апелює до потреби людей належати до соціальної групи, відчувати підтримку і солідарність з іншими [43].

Кеннеді-молодший намагався показати, що суспільство може бути сильним тільки тоді, коли всі його члени діють як єдине ціле. Він звернув увагу на важливість спільних зусиль для досягнення колективного добробуту, закликаючи до подолання розділень, які виникли у суспільстві через політичні та соціальні розбіжності. Його риторика була спрямована на створення почуття спільності, де кожен громадянин відіграє важливу роль у підтримці і зміцненні нації. Такий підхід безпосередньо відповідає соціальним потребам людей, що стосуються приналежності, дружби, підтримки та визнання.

Кеннеді використовував номінативні одиниці, які підсилюють ідею колективної ідентичності і взаємної підтримки, наприклад ***"***united by ***our shared values".*** Ці одиниці сприяли формуванню почуття єдності серед аудиторії, підкреслюючи, що спільні цінності, які поділяє суспільство, є основою для стабільності і процвітання країни. Роберт Ф. Кеннеді-молодший у своїх промовах неодноразово використовував номінативні одиниці, що акцентують увагу на колективній ідентичності, єдності та соціальній солідарності. Він часто звертався до теми об’єднання націй, підкреслюючи, що спільні цінності є фундаментом для процвітання країни. Це не тільки дозволяло йому звертатися до соціальних потреб громадян, належних до певної спільноти, але й створювало атмосферу об’єднання, яка зміцнювала почуття підтримки і довіри між громадянами.

Розглянемо приклади його лексичних одиниць, що підсилюють ідею колективної ідентичності:

1. *"We must unite as* ***one nation*** *to face the* ***challenges*** *ahead"* (Kennedy Jr., Ohio rally, July 2024) [43].

Номінативні одиниці: ***"nation"*** (нація) – підкреслює ідею спільності та колективної ідентичності; ***"challenges"*** (виклики) – акцентує на труднощах або проблемах, з якими потрібно стикатися.

Ця фраза підкреслює ідею, що лише спільними зусиллями можна подолати труднощі, акцентуючи увагу на єдності перед викликами.

1. *"****Our strength*** *lies in* ***our diversity****, but* ***our power*** *comes from* ***our unity****"* (Kennedy Jr., California speech, June 2024) [43].

Можна виділити кілька ключових номінативних одиниць: ***"strength"*** (сила) – вказує на позитивний аспект, який виникає з різноманітності; ***"diversity"*** (різноманітність) – підкреслює важливість різних культур, думок і досвідів у суспільстві; ***"power"*** (влада, сила) – акцентує на здатності діяти та досягати цілей; ***"unity"*** (єдність) – вказує на необхідність об'єднання для досягнення спільних цілей.

Тут Кеннеді акцентує увагу на тому, що, незважаючи на різноманітність суспільства, саме єдність робить країну сильною і здатною досягти успіху.

1. *"We are not divided by our* ***differences****; we are united by our* ***shared hopes*** *for a better future"* (Kennedy Jr., Florida rally, September 2024) [43].

* В українському варіанті: "Нас не розділяють наші відмінності; нас об'єднують спільні надії на краще майбутнє." Номінативні одиниці, які підкреслюють єдність та спільні цінності: ***"differences"*** (відмінності) - це слово вказує на різноманітність, яка може бути сприйнята як причина для розділення; ***"hopes"*** (надії) - ця одиниця акцентує на спільних прагненнях і бажаннях людей; ***"better future"*** (краще майбутнє) - це поняття апелює до загальної мети, до якої прагнуть всі люди.

У цьому прикладі Кеннеді звертається до соціальних потреб у спільних прагненнях і надіях, які стають основою для єдності.

1. *"****Together****, we can build a* ***nation*** *where everyone feels like they belong"* (Kennedy Jr., New York speech, August 2024) [43].

Тут ідея належності і відчуття спільності стає центральною темою за допомогою таких лексичних одиниць, як ***"together"*** (разом), ***"nation"*** (нація), що підсилює соціальні потреби у належності до колективу.

1. *"Our* ***shared values*** *are what make us* ***one people, one nation****, and we must defend them* ***together****"* (Kennedy Jr., Pennsylvania rally, October 2024) [44].

У цьому висловлюванні підкреслюється важливість спільних цінностей, які об’єднують суспільство і формують загальну національну ідентичність за допомогою таких одиниць, як ***"values"*** (цінності), ***"people"*** (люди), ***"together"*** (разом).

1. *"In times of division, we must remember that we are stronger when we work* ***together****"* (Kennedy Jr., Michigan rally, July 2024) [41].

Кеннеді наголошує на важливості спільних зусиль, коли країна стикається з поділами і розбіжностями.

1. *"We must foster* ***a sense of community*** *where* ***everyone*** *contributes, and everyone benefits"* (Kennedy Jr., Illinois speech, August 2024) [42].

У цьому прикладі ідея спільної участі та спільної підтримки підтримує образ суспільства, де кожен грає важливу роль. Можна виділити кілька ключових номінативних одиниць: ***"sense of community"*** (почуття спільноти) - ця одиниця підкреслює важливість єдності та взаємозв'язку між людьми; ***"everyone"*** - це поняття акцентує на активній участі кожного члена спільноти.

1. *"Let us unite as* ***one people****, not divided by our differences but united by our* ***common purpose****"* (Kennedy Jr., Nevada rally, June 2024) [43].

Ключові номінативні одиниці: ***"one people"*** (один народ) - ця фраза підкреслює ідею єдності та спільності; ***"common purpose"*** (спільна мета) - ця одиниця вказує на важливість спільних цілей, які можуть згуртувати людей.

Це висловлювання ще раз акцентує увагу на єдності перед спільними цілями, незважаючи на різноманітність у суспільстві.

1. *"Our future depends on our* ***ability to unite*** *and solve the challenges that affect us all"* (Kennedy Jr., Washington speech, August 2024) [43].

Тут Кеннеді підкреслює важливість колективних дій для досягнення спільного успіху і подолання проблем.

Ці приклади демонструють, як Роберт Кеннеді-молодший використовує номінативні одиниці, що апелюють до почуття належності, єдності та спільних цінностей, які є фундаментальними для формування соціальної стабільності та зміцнення національної ідентичності. Його риторика спрямована на об'єднання людей довкола спільних цілей та принципів, що створює сильний емоційний зв'язок між ним та його виборцями. Роберт Кеннеді-молодший звертається до фундаментальних емоцій, прагнень до об'єднання та солідарності, які є важливими для соціальної стабільності. Він будує образ нації як єдиного цілого, де всі мають спільну мету і цінності, що створює емоційну близькість між кандидатом і виборцями, підкреслюючи силу колективних дій і значення спільної національної ідентичності.

*Апеляція до потреби визнання.* Ніккі Гейлі під час свого виступу в Південній Кароліні на початку липня 2024 року підкреслила важливість визнання та цінування внеску американських робітників у розвиток національної економіки, апелюючи до однієї з ключових соціальних потреб — потреби в повазі, визнанні та оцінці їхніх зусиль. Вона висловила глибоку повагу до праці робітників, наголошуючи, що їхня наполегливість і відданість стали фундаментом для економічного прогресу країни [36]. Такий риторичний прийом є апеляцією до потреби визнання, що згідно з теорією Маслоу, стоїть на одному з вищих рівнів ієрархії потреб, оскільки стосується досягнень, самоповаги та почуття власної гідності.

Гейлі зосередилась на тому, що робітники часто залишаються в тіні великих корпорацій, і тому держава має забезпечити їм гідну оцінку і належну компенсацію за їхню працю. Вона звернулась до виборців з обіцянкою визнати внесок робітників на національному рівні, запевнивши, що їхні зусилля не будуть марними, а відповідні політичні ініціативи нададуть можливість отримати справедливу винагороду.

Таке звернення має глибоке емоційне значення, оскільки апелює до потреби людей бути поміченими і визнаними за їхні досягнення. Використовуючи номінативні одиниці, як-от ***"hard work"*** і ***"contributions are rewarded"***, Гейлі наголошує на важливості морального і матеріального визнання, яке є важливою частиною почуття соціальної справедливості. Вона формує образ лідера, який відстоює інтереси трудящих, що є важливим елементом її політичної платформи, спрямованої на підтримку середнього класу та робітників.

Як приклад розглянемо фразу *"we will honor the* ***hard work******of American workers*** *and ensure that their* ***contributions are rewarded****"* (Haley, South Carolina Speech, July 2024) [36].

У висловлюванні Ніккі Гейлі можна виділити кілька ключових номінативних одиниць: ***"the hard work of American workers"*** (важка праця американських працівників) - ця фраза підкреслює повагу до зусиль і праці людей; ***"contributions are rewarded"*** (внески будуть винагороджені) - тут акцентується на важливості визнання та винагороди за працю. Гейлі апелює до таких людських потреб, як визнання, справедливість та гідність. Таким чином, її звернення акцентує увагу на важливості визнання праці, справедливого винагородження та підтримки трудових людей.

Наступні приклади з тієї ж промови Ніккі Гейлі з апеляцією до потреби людини у визнанні [36]:

1) *"We will recognize and reward the* ***dedication and resilience*** *of every American worker."*

Можна виділити кілька ключових номінативних одиниць: ***"dedication"*** (відданість) - вказує на зусилля та відданість працівників своїй справі; ***"resilience"*** (стійкість) - підкреслює здатність працівників долати труднощі та адаптуватися до змін.

2) *"Our* ***future*** *depends on ensuring that* ***every worker’s contributions*** *are valued and appreciated."* В українському варіанті: "Наше майбутнє залежить від того, щоб кожен внесок робітників був оцінений і визнаний." Номінативні одиниці: ***"future"*** (майбутнє) - підкреслює важливість перспективи та розвитку; ***"worker’s contributions"*** (внески працівників) - акцентує на значущості зусиль кожного працівника.

3) *"It’s time to acknowledge* ***the essential role of our workers*** *in building the economy, not just the corporations."* Можна виділити кілька ключових номінативних одиниць: ***"essential role"*** (основна роль) - підкреслює важливість працівників у процесі економічного розвитку; ***"workers"*** (працівники) - акцентує на людях, які виконують роботу, що є критично важливою для економіки; ***"building the economy"*** (будування економіки) - вказує на активний процес розвитку і зростання економічної системи.

4) *"****Every job****, no matter how big or small, deserves* ***recognition****. Every worker’s* ***dedication*** *drives our nation forward".* ***"Every job"*** (кожна робота) - підкреслює важливість усіх видів праці, незалежно від їхнього масштабу; ***"recognition"*** (визнання) - вказує на потребу визнання і поваги до праці; ***"dedication"*** (відданість) - підкреслює важливість зусиль і старань кожного індивіда.

5) *"The time has come to honor* ***the contributions of our workers****, ensuring they are not just seen, but rewarded".*

6) *"We will never allow* ***the contributions of our workforce*** *to be diminished or forgotten"*.

7) *"Let’s build a country where every worker knows their* ***efforts matter*** *and where* ***hard work is always rewarded****".*

Ці висловлювання чітко демонструють, як Ніккі Гейлі акцентує увагу на важливості визнання праці робітників, підкреслюючи, що їхній внесок є основою національного успіху, і саме вони заслуговують на повагу та винагороду. Гейлі використовує риторику, яка звертається до глибоких емоційних потреб виборців, таких як повага та оцінка їхнього внеску. Вона обіцяє створити умови, де праця робітників не залишиться непоміченою, а буде справедливо винагороджена. Це є потужним інструментом для зміцнення зв'язку між кандидатом і виборцями, оскільки кожен прагне отримати визнання за свої зусилля та відчути, що його робота має значення для суспільства.

Апеляцію до потреби у визнанні можна побачити також в промовах інших кандидатів:

*"Our* ***police and military*** *need the resources and* ***respect*** *they deserve to keep us safe. We will give them both"* (Trump, Virginia Speech, August 2024) [15].

Номінативні одиниці: ***"police"*** (поліція) – вказує на правоохоронні органи, які відповідають за підтримку порядку; ***"military"*** (військо) – акцентує увагу на збройних силах, які забезпечують національну безпеку; "resources" (ресурси) – підкреслює необхідність матеріальних і фінансових засобів для ефективної роботи поліції та військових; ***"respect"*** (повага) – важливий аспект, який вказує на те, що правоохоронці та військові повинні мати визнання та підтримку суспільства.

Камала Гарріс також апелює до потреби в повазі та визнанні фразою *"we respect* ***the voices of all people****"* (Harris, Houston rally, October 2024) [29]. Висловлюючи повагу до голосів усіх людей, Камала Гарріс підкреслює важливість кожної особистості та їхніх думок, що задовольняє людську потребу в визнанні. Згадка про «усіх людей» свідчить про прагнення до рівності та інклюзивності, що важливо для багатьох, хто відчуває себе маргіналізованим або недооціненим. Висловлювання поваги до голосів натякає на важливість участі всіх у суспільних процесах, що є ключовим аспектом демократії. Лексичні одиниці, які використовуються у цій фразі, включають: ***"voices"*** (голоси): метафора, яка символізує думки, ідеї та переживання людей; ***"all people"*** (усі люди): вираз, який охоплює різноманітність і включає всіх людей без винятку.

*Апеляція до потреби самореалізації.* Вівек Рамасвамі під час дебатів у вересні 2024 року зробив акцент на створенні умов для розвитку особистісного потенціалу кожного американця, звертаючись до однієї з найвищих потреб у піраміді Маслоу — потреби в самореалізації. Рамасвамі підкреслив, що ключовим елементом його політичної платформи є надання можливостей для індивідуального розвитку та розкриття потенціалу громадян. Його риторика спрямована на залучення тих виборців, які прагнуть досягти високих життєвих цілей, але стикаються з перешкодами на шляху до самореалізації, такими як обмежений доступ до освітніх та професійних можливостей [46].

Кандидат обіцяв створити умови, які дадуть змогу кожній людині розкрити свій талант і здібності, незалежно від соціального чи економічного статусу. Він акцентував увагу на важливості державних програм, що підтримують освіту, інновації, підприємництво та професійний розвиток, які можуть стати трампліном для особистого успіху кожного громадянина. Рамасвамі також звернув увагу на те, що його політичні ініціативи допоможуть подолати соціальні та економічні нерівності, надаючи всім рівні можливості для розвитку. Таким чином, його промова апелює до індивідуальних амбіцій і прагнень, а також до глибокої потреби кожної людини відчути реалізацію своїх здібностей і талантів.

Номінативні одиниці, які він використовував, такі як ***"every American"*** та ***"full potential"***, створюють образ політика, який вірить у безмежні можливості кожної людини і готовий надати підтримку для їх досягнення. Рамасвамі зобразив американську мрію як досяжну для кожного, хто готовий працювати над своїм розвитком, пропонуючи конкретні заходи, які допоможуть зробити це можливим [46]:

1. *"Our policies will empower every American to reach their* ***full potential****."*

Вівек Рамасвамі під час своїх виступів неодноразово акцентував на важливості створення умов для самореалізації кожного американця, що апелює до однієї з найвищих потреб у піраміді Маслоу — потреби в самовираженні і розвитку власного потенціалу. Ось додаткові приклади його висловлювань, які підкреслюють цей підхід:

2. *"We will build a future where* ***every individual*** *can unlock their* ***true potential****, regardless of their* ***background****".* Використано декілька лексичних одиниць, які апелюють до потреби у самореалізації: ***"every individual"*** - ця фраза підкреслює універсальність та інклюзивність, вказуючи на важливість визнання кожної особи; ***"true potential"*** - символізує можливість розвитку і реалізації здібностей, що вказує на потребу у підтримці особистісного зростання; ***"regardless of their background"*** - ця частина акцентує на тому, що незалежно від соціального, економічного чи культурного походження, всі мають право на самореалізацію та можливість досягати успіху.

3. *"Our education system will be reformed to nurture innovation and creativity, allowing* ***every student to excel****".*

4. *"We are committed to creating pathways for* ***personal and professional growth*** *for every American".*

5. *"No* ***talent*** *should go to waste in this country. We will provide* ***the resources and opportunities needed for success****".*

6. *"Our policies will ensure that everyone has* ***the chance to pursue their dreams*** *and contribute to our nation’s progress".* Використано кілька лексичних одиниць, які апелюють до потреби у самореалізації: ***"everyone"*** - це слово підкреслює універсальність та інклюзивність, вказуючи на те, що всі люди мають значення; ***"chance"*** - цей термін акцентує на можливості, що забезпечує рівні умови для всіх, що є важливим аспектом самореалізації; ***"pursue their dreams"*** - фраза вказує на право кожної особи на самореалізацію та досягнення своїх цілей, що також є формою визнання їхніх бажань і амбіцій.

7. *"We believe in* ***the power of individuals*** *to transform their lives and shape their own future".*

*8. "We will remove* ***barriers to success****, ensuring that no one is held back from achieving their* ***goals****".*

*9.* ***"Every citizen*** *deserves the chance to realize their* ***full potential*** *and make their mark on the world".*

*10. "Our vision is a nation where every individual is empowered to live a* ***fulfilling life****, driven by their own* ***ambition and talent****".* Лексична одиниця ***"fulfilling life"*** говорить про життя, яке приносить задоволення і реалізацію особистих цілей та мрій. Вона відображає суть самореалізації як процесу досягнення особистого щастя і задоволення. ***"Аmbition and talent"*** - ці лексичні одиниці акцентують на важливості особистих прагнень і талантів як рушійних сил у процесі самореалізації. Вони вказують на те, що індивідуум має можливість реалізувати свої амбіції та використовувати свої здібності.

Ці приклади демонструють, як Рамасвамі акцентує увагу на важливості розвитку особистісного потенціалу, інновацій, підприємництва та освітніх можливостей, що дозволяє кожному громадянину реалізувати свої амбіції. Його політична платформа спрямована на подолання соціальних та економічних перешкод, надаючи всім рівні можливості для досягнення самореалізації та успіху.Наведені вище цитати ілюструють апеляцію до потреби самореалізації, однієї з найвищих потреб людини, коли йдеться про прагнення досягти свого максимального розвитку, як у професійному, так і в особистісному плані. Рамасвамі підкреслює, що його політичні ініціативи спрямовані на створення середовища, де кожен громадянин матиме можливість розвиватися та досягати своїх життєвих цілей. Це звернення до індивідуальних амбіцій і прагнень аудиторії є потужним способом створення емоційного зв'язку між кандидатом і виборцями, оскільки багато людей шукають шляхів до самореалізації і прагнуть побачити в державі партнера у досягненні своїх цілей.

Отже, розглянуті номінативні одиниці, які використовують кандидати у президенти США під час виборчої кампанії 2024 року для апеляції до потреб людини. Ці лексичні елементи слугують інструментом, за допомогою якого політики звертаються до базових потреб виборців, згідно з теорією Маслоу. Аналіз продемонстрував, що апеляції до фізіологічних потреб, безпеки, соціальної належності, визнання та самореалізації є потужними засобами комунікації, що дозволяють кандидатам встановити емоційний зв'язок з аудиторією. Номінативні одиниці, такі як ***"healthcare"***, ***"national security"***, ***"together"***, ***"recognition"***, або ***"full potential"*** відображають спрямованість кандидатів на задоволення потреб громадян у безпеці, визнанні та особистісному розвитку. Кожна з цих одиниць не лише передає обіцянки кандидатів, а й створює образ лідера, який турбується про добробут кожної людини та прагне забезпечити соціальну справедливість. Таким чином, номінативні одиниці, що апелюють до потреб людини є важливим інструментом впливу на електорат. Через ці одиниці кандидати демонструють свою політичну програму, підкреслюючи готовність вирішувати соціальні, економічні та моральні проблеми суспільства, що сприяє формуванню позитивного іміджу та підтримки серед виборців.

**2.2 Дієслівні одиниці, які вказують на апеляцію до потреб людини**

Важливою складовою риторики кандидатів у президенти США 2024 року є використання дієслівних одиниць, які апелюють до базових потреб людини. Згідно з теорією потреб Маслоу, ці потреби включають фізіологічні потреби, безпеку, соціальну належність, визнання та самореалізацію. Дієслова, які використовуються кандидатами у своїх промовах, допомагають підсилити звернення до виборців, акцентуючи увагу на конкретних діях, що мають на меті задоволення цих потреб.

Фізіологічні потреби, такі як доступ до медичних послуг, їжі та житла, займають найнижчий рівень у піраміді потреб Маслоу, однак вони є фундаментальними для виживання та базового благополуччя людини. Під час виборчих кампаній, особливо у 2024 році, кандидати активно апелюють до цих потреб, обіцяючи покращити умови життя та забезпечити доступ до необхідних ресурсів. Виборці, особливо ті, що належать до менш забезпечених верств населення, особливо чутливі до обіцянок стосовно покращення охорони здоров'я, зниження вартості життєво важливих товарів та послуг.

Кандидати часто використовують такі дієслівні одиниці, як ***"to ensure"*** (забезпечити), ***"to expand"*** (розширити), ***"to guarantee"*** (гарантувати) для посилення свого звернення до базових людських потреб. Ці дієслова вказують на конкретні дії, які кандидати мають намір здійснити для покращення життя громадян. Важливість цих дієслів полягає у їхній здатності викликати довіру та сформувати уявлення про лідера, який піклується про благополуччя нації.Таблиця 2.2 надає детальний огляд дієслів, які використовуються кандидатами в президенти США під час виборчої кампанії 2024 року для апеляції до базових та вищих потреб виборців.

Таблиця 2.2

**Дієслівні лексичні одиниці**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Дієслівна одиниця** | **Значення** | **Приклад з промови** |
| ***забезпечити (to ensure)*** | Акцент на діях для покращення фізіологічного благополуччя (здоров'я, житло, їжа) | We will ensure affordable healthcare for all Americans. (Biden, 2024) |
| ***захищати (to protect)*** | Акцент на дії, спрямовані на забезпечення національної та особистої безпеки | We will protect the American people from any and all threats. (Trump, 2024) |
| ***побудувати (to build)*** | Підкреслення процесу створення фізичних або символічних бар'єрів для захисту | We will build a strong wall to protect our country. (Trump, 2024) |
| ***відновити (to restore)*** | Повернення до стану стабільності та порядку, забезпечення відновлення | We will restore law and order in our cities. (Trump, 2024) |
| ***поважати (to respect)*** | Підкреслення важливості поваги та цінності кожної особистості | We respect the voices of all people. (Harris, Houston rally, October 2024) |
| ***об'єднатися (to unite)*** | Акцент на єдності та спільних діях для подолання проблем | We must unite as one nation to face the challenges ahead. (Kennedy Jr., 2024) |
| ***цінувати (to value)*** | Підкреслення важливості поваги та цінності кожної особистості | We will value the dedication and hard work of every American. (Haley, 2024) |
| ***визнати (to recognize)*** | Визнання внесків і досягнень громадян | We will recognize the contributions of every citizen. (Haley, 2024) |
| ***вшанувати (to honor)*** | Вшанування зусиль і праці громадян, що сприяє зміцненню самоповаги | We will honor the hard work of American workers. (Haley, 2024) |
| ***розвивати (to develop)*** | Створення умов для розвитку особистих можливостей та здібностей | We will develop educational programs that empower every individual. (Ramaswamy, 2024) |
| ***досягти (to achieve)*** | Досягнення поставлених цілей, реалізація потенціалу | Our policies will empower every American to achieve their full potential. (Ramaswamy, 2024) |
| ***розкрити (to unlock)*** | Розкриття прихованих можливостей і талантів | We will unlock the creativity and innovation of every citizen. (Ramaswamy, 2024) |

Таблиця 2.2 демонструє, як кожне дієслово виконує роль у риториці кандидатів, допомагаючи їм передавати свої обіцянки та наміри стосовно покращення життя виборців. Вона показує, що дієслівні одиниці є ефективними інструментами впливу, адже через них кандидати апелюють до базових потреб виборців та формують образи лідерів, здатних задовольнити ці потреби.

Наприклад, Джо Байден у своїй промові в Мічигані у вересні 2024 року акцентував на тому, що охорона здоров’я є не лише послугою, а правом кожної людини [42]. Використовуючи дієслово ***"to ensure"*** (забезпечити), Байден підкреслював, що його адміністрація прагне зробити медичні послуги доступними для всіх громадян, незалежно від їхнього фінансового стану. У цьому випадку дане дієслово підсилює риторику турботи про фізіологічне благополуччя кожної людини.

*Приклади:*

1. *"We will* ***ensure******affordable healthcare*** *for all Americans"* (Biden, Speech in Michigan, September 2024) [42]. Це дієслово використовується для підтвердження обіцянки надання медичної допомоги всім американцям. Тут Байден апелює до потреби у здоров'ї, яке є критичним для фізіологічного добробуту людини, підкреслюючи важливість доступного медичного обслуговування як основного права громадян.
2. *"We will* ***lower******prescription drug costs*** *so no one has to skip doses because they can't afford them"* (Biden, Florida Rally, August 2024) [41]. Дієслово ***"to lower"*** (знизити) тут підкреслює конкретну дію щодо зменшення вартості ліків, що безпосередньо впливає на доступність медичного обслуговування для всіх громадян, особливо тих, хто стикається з фінансовими труднощами. Це висловлювання апелює до фізіологічної потреби в підтримці здоров'я, а також підсилює емоційний вплив, створюючи образ соціальної справедливості.
3. *"No American should have* ***to choose******between*** *putting food on the table and buying their medication"* (Biden, Pennsylvania Rally, August 2024) [18]. Тут Байден акцентує на критичних фізіологічних потребах — їжі та ліках, використовуючи дієслово ***"to choose"*** (обирати) для підсилення емоційної напруги. Він підкреслює несправедливість ситуації, в якій люди змушені обирати між базовими потребами, такими як їжа і здоров'я, що створює сильний емоційний відгук серед виборців.
4. *"We will* ***expand access to affordable housing****" (*Biden, Michigan Speech, September 2024) [42].

Тут дієслово ***"to expand"*** (розширити) акцентує на намірах збільшити можливості для отримання доступного житла, що є базовою фізіологічною потребою. Байден використовує це дієслово, щоб підкреслити, що його адміністрація прагне покращити умови життя, забезпечуючи громадянам доступ до житла.

Таким чином, дієслова, що використовуються у промовах Байдена та інших кандидатів, є важливими інструментами риторичного впливу на виборців. Вони створюють відчуття конкретних дій, спрямованих на покращення фізіологічних умов життя, і підсилюють довіру до кандидата, який обіцяє задовольнити базові потреби суспільства. Завдяки використанню таких дієслів, як ***"to ensure", "to lower", "to expand"***, кандидати ефективно комунікують свої обіцянки та формують емоційний зв'язок з виборцями, особливо тими, для кого питання здоров’я, їжі та житла є життєво важливими.

Потреба в безпеці є однією з ключових у піраміді Маслоу, і вона охоплює як фізичну безпеку, так і емоційне відчуття стабільності та захищеності. У політичному контексті кандидати, такі як Дональд Трамп, часто звертаються до цієї потреби, обіцяючи захист громадян від загроз, як внутрішніх, так і зовнішніх. Його риторика часто ґрунтується на використанні дієслівних одиниць, що вказують на конкретні дії для встановлення безпеки. Такими дієсловами є ***"to protect", "to build", "to restore", "to strengthen", "to prevent".*** Ці дієслова викликають у виборців відчуття впевненості в тому, що під керівництвом Трампа вони будуть захищені від загроз, що може охоплювати питання тероризму, злочинності, нелегальної міграції тощо.

*Приклади:*

1. *"We will* ***build******a strong wall*** *to* ***protect our country****"* (Trump, Arizona Rally, June 2024) [24].

Дієслово "побудувати" (to build) у цьому контексті має не тільки буквальне значення фізичного бар'єру, але й символічне, яке підкреслює необхідність створення перешкод для зовнішніх загроз. Цей приклад також демонструє апеляцію до потреби в фізичній безпеці, що охоплює контроль над кордонами країни та боротьбу з нелегальною міграцією. Будівництво стіни стає уособленням безпеки для громадян, які переживають за захист своєї країни.

1. *"We will* ***restore******law*** *and order in our cities"* (Trump, Ohio Rally, August 2024)*.*

Дієслово ***"to restore"*** (відновити) підкреслює необхідність повернення до стабільного стану, де закон і порядок панують у суспільстві. Це апеляція до емоційної безпеки виборців, які прагнуть жити в безпечних громадах, де рівень злочинності низький, і немає страху перед насильством або заворушеннями. Трамп апелює до бажання виборців почуватися впевнено і захищено у своїх містах, особливо після періодів соціальних заворушень чи підвищеного рівня злочинності.

1. *"We will* ***strengthen******our military to******protect our country*** *from external threats"* (Trump, Florida Rally, July 2024) [19]*.*

Тут Трамп використовує дієслово ***"to strengthen"*** (зміцнити), що акцентує увагу на посиленні обороноздатності країни. Він звертається до потреби виборців у національній безпеці, використовуючи риторику, спрямовану на посилення армії та військових структур як гарантів безпеки від зовнішніх загроз. Такі висловлювання викликають у виборців почуття впевненості у здатності держави захистити їх від потенційних небезпек.

1. *"We will* ***prevent******illegal immigration*** *to keep our communities safe"* (Trump, Texas Rally, September 2024) [22]*.*

Дієслово ***"to prevent"*** (запобігти) підкреслює активні дії, спрямовані на попередження можливих загроз, у цьому випадку нелегальної імміграції. Трамп апелює до страхів виборців щодо загроз від нелегальної імміграції, підкреслюючи, що його політика спрямована на запобігання таким загрозам і забезпечення безпеки громадян. У цьому контексті важливо зазначити, що такі дієслова, як "запобігти", формують у виборців відчуття того, що кандидат діятиме на випередження, щоб уникнути небажаних ситуацій.

1. *"We will* ***protect******the American people*** *from any and all threats"* (Trump, Wisconsin Rally, August 2024)*.*

Дієслово ***"protect"*** (захищати) прямо апелює до потреби в безпеці, обіцяючи виборцям, що державні структури під керівництвом Трампа гарантуватимуть їхній захист від усіх потенційних небезпек. Цей вислів також акцентує увагу на всебічному підході до забезпечення безпеки, що може стосуватися як зовнішніх, так і внутрішніх загроз.

1. *"We will* ***defend******our borders*** *and protect our way of life"* (Trump, Nevada Rally, August 2024)*.*

Це висловлювання підсилює ідею захисту не лише фізичних кордонів країни, але й її культурних та соціальних цінностей. Дієслово ***"defend"*** (захищати) знову підкреслює важливість безпеки та стабільності для виборців, формуючи образ кандидата як гаранта національної цілісності та стабільності.

Дієслова, що використовуються Дональдом Трампом у риториці щодо безпеки, відіграють ключову роль у формуванні образу лідера, який ставить на перший план національні інтереси та захист своїх громадян. Через ці дієслова Трамп звертається до глибинних страхів і прагнень виборців щодо стабільності та захищеності, підкріплюючи свої обіцянки чіткими й активними діями.

*Потреба у соціальній належності* також є однією з основних у структурі потреб Маслоу. Люди прагнуть відчувати зв'язок із соціумом, належати до певної групи, бути частиною спільноти, де вони можуть взаємодіяти з іншими, розвивати відчуття підтримки і солідарності. У політичних промовах апеляція до соціальних потреб викликає у виборців почуття єдності і спільності, що особливо актуально в часи політичної нестабільності чи соціальних розколів. Роберт Ф. Кеннеді-молодший використовує такі дієслівні одиниці, як ***"to unite", "to stand together", "to support", "to cooperate", "to build"***, щоб підкреслити важливість колективних дій і соціальної єдності в своїй риториці.

*Приклади:*

1. *"We must* ***unite******as one nation*** *to face the challenges ahead"* (Kennedy Jr., Ohio Rally, July 2024) [43]*.*

Дієслово ***"to unite"*** (об’єднатися) підкреслює необхідність спільних зусиль для вирішення проблем, які стоять перед країною. Цей заклик до єдності допомагає створити образ національної солідарності, де всі громадяни, незалежно від своїх відмінностей, можуть працювати разом задля спільної мети. Це дієслово апелює до глибинної потреби людей бути частиною більшого цілого і належати до спільноти, де їхні дії мають значення.

1. *"Together, we will* ***build******a stronger****,* ***more inclusive******nation****"* (Kennedy Jr., New York Speech, August 2024) [43].

Дієслово ***"to build"*** (будувати) акцентує на процесі спільного створення чогось кращого і міцнішого. Це не лише фізичне будівництво, але й метафора об'єднання людей для побудови справедливої і згуртованої держави. Кеннеді підкреслює важливість інклюзивності, залучення всіх громадян до спільної справи, що апелює до потреби в належності до соціальної групи і відчуття внеску в її розвиток.

1. *"We will* ***stand together*** *to protect our democracy and our shared values"* (Kennedy Jr., Florida Rally, September 2024) [43].

Дієслівна лексична одиниця ***"stand together"*** (стояти разом) символізує згуртованість перед спільною загрозою або викликом. Воно акцентує на тому, що, коли люди об'єднуються для захисту спільних цінностей, вони стають сильнішими. Це висловлювання апелює до соціальної солідарності і формує відчуття підтримки, що є важливим для виборців у часи політичних конфліктів або соціальних криз.

1. *"We will work together* ***to heal******the divisions*** *in our country"* (Kennedy Jr., Michigan Rally, July 2024) [43].

Дієслово ***"to work together"*** (працювати разом) підкреслює необхідність спільних зусиль для досягнення гармонії в суспільстві. У цьому контексті Кеннеді апелює до виборців, які прагнуть соціальної єдності і подолання внутрішніх конфліктів. Він акцентує увагу на спільній роботі для відновлення згоди та злагоди, що підсилює відчуття соціальної належності.

1. *"We must* ***cooperate*** *as one community to solve the problems that affect us all"* (Kennedy Jr., Pennsylvania Rally, August 2024) [43].

Дієслово ***"to cooperate"*** (співпрацювати) викликає у виборців відчуття активної участі у вирішенні спільних проблем. Це дієслово підкреслює колективний підхід, де кожен член громади робить свій внесок у вирішення складних питань. Воно апелює до соціальної потреби бути частиною активної, працюючої спільноти, де всі мають важливу роль.

1. *"Let’s* ***come together*** *to rebuild trust and solidarity in our communities"* (Kennedy Jr., Texas Rally, August 2024) [44].

Дієслово "to come together" (об’єднатися) знову підкреслює необхідність єдності, але тут воно поєднується з ідеєю відновлення довіри та солідарності. Це апелює до прагнення людей відчувати себе частиною громади, де панують довіра і взаємна підтримка, що є важливими елементами соціальної потреби в належності.

1. *"We will* ***support******each other*** *as we move forward towards a brighter future"* (Kennedy Jr., Illinois Speech, July 2024)[44].

Дієслово "to support" (to support) акцентує увагу на соціальній підтримці як важливому елементі згуртованості. У цьому випадку Кеннеді підкреслює, що суспільство має взаємно підтримувати своїх членів, що є важливим для створення відчуття стабільності і безпеки. Виборці, які чують про підтримку, відчувають, що в їхньому оточенні є взаємодопомога, що підвищує рівень довіри до політика.

1. *"We* ***have the power to choose*** *the direction of our country and its leadership. The power is with the people!"* (Harris, Houston rally, October 2024) [29].

Цією фразою Камала Гарріс також апелює одразу до кількох основних людських потреб, наприклад, потреби в автономії, потреби в участі та залученості. Також, знову ж таки, можна побачити апеляцію до потреби в спільності та єдності (висловлення ***"we have power"*** створює відчуття спільної мети і єдності серед людей, що сприяє формуванню колективної ідентичності.

Дієслова, що використовуються Робертом Ф. Кеннеді-молодшим та Камалою Гарріс, є потужним інструментом для апеляції до соціальних потреб виборців. Вони створюють образ згуртованої нації, яка діє як єдиний організм задля досягнення спільних цілей. Використовуючи такі дієслова, як ***"to support", "unite", "stand together", "cooperate"*** та ***"build",*** кандидати формують у виборців почуття приналежності до спільноти, яка здатна працювати над спільним добробутом і відновлювати соціальну гармонію. Його риторика спрямована на те, щоб викликати у виборців емоції солідарності, підтримки і надії на спільне майбутнє, що відповідає їхнім глибинним соціальним потребам.

*Потреба у визнанні та повазі* є важливими елементами в ієрархії потреб Маслоу. Вона включає бажання людей бути поміченими, визнаними та оціненими за свої зусилля і досягнення, а також відчувати власну цінність та значущість у суспільстві. Політики часто використовують риторику, спрямовану на задоволення цієї потреби, оскільки вона допомагає зміцнити довіру та підтримку виборців, підкреслюючи важливість їхньої праці та внеску в загальний добробут країни. Ніккі Гейлі у своїх виступах неодноразово зверталася до цієї потреби, використовуючи такі дієслова, як ***"to recognize", "to honor", "to value"***, які підкреслюють глибоке розуміння важливості кожного громадянина та їхнього внеску в суспільство.

*Приклади:*

1. *"We will* ***honor******the hard work*** *of American workers"* (Haley, South Carolina Speech, July 2024) [36].

Дієслово ***"to honor"*** (вшанувати) акцентує на повазі та визнанні заслуг кожного, хто докладає зусиль для розвитку нації. Воно апелює до бажання працівників відчути, що їхня праця є не лише помітною, але й шанованою. Ця риторика спрямована на те, щоб дати людям відчуття важливості їхнього внеску в загальну справу і зміцнити почуття власної гідності.

1. *"We will* ***recognize******the contributions*** *of every citizen to our nation's progress"* (Haley, Texas Rally, September 2024).

Дієслово ***"to regonize"*** (визнати) підкреслює важливість публічного визнання заслуг кожного громадянина, незалежно від його соціального статусу чи ролі в суспільстві. Це апелює до потреби людей бути оціненими і визнаними за свої зусилля, що особливо важливо в контексті соціальної справедливості та рівності. Ця риторика спрямована на зміцнення зв'язку між виборцями і політиком, показуючи, що кожен громадянин має значення для прогресу країни.

1. *"We will* ***value******the dedication*** *and hard work of every American"* (Haley, Florida Rally, August 2024) [36].

Дієслово ***"to value"*** (цінувати) прямо апелює до потреби визнання та самоповаги, оскільки воно підкреслює глибоку повагу до кожної особистості, незалежно від її професії чи рівня досягнень. У цьому випадку Гейлі підкреслює важливість відданості і праці громадян, що сприяє створенню позитивного емоційного зв'язку з аудиторією. Виборці відчувають, що їхні зусилля не залишаться непоміченими, а будуть оцінені на національному рівні.

1. *"Every American* ***deserves******recognition*** *for their contributions, no matter how big or small"* (Haley, New York Speech, September 2024) [39].

Дієслово ***"to deserve"*** (заслуговувати) акцентує на справедливості та рівності в оцінці заслуг кожного громадянина. Воно апелює до бажання людей отримати належне визнання за свою працю та досягнення, незалежно від їхнього розміру чи значущості. Це створює враження, що кожен, навіть найменший внесок, має значення для національного успіху, що підвищує рівень самоповаги та довіри до політичного лідера.

1. *"We will ensure that the* ***hard work*** *of every individual* ***is appreciated and rewarded****"* (Haley, Virginia Rally, July 2024) [39].

Дієслово ***"to appreciate"*** (оцінити) у поєднанні з ***"to reward"*** (винагородити) створює подвійний акцент на важливості визнання та матеріальної або моральної винагороди за зусилля. Це не лише апелює до потреби людей бути поміченими, але й до справедливого ставлення до їхньої праці. Таке висловлювання дає виборцям відчуття, що вони можуть розраховувати на належну оцінку своїх зусиль.

Ніккі Гейлі ефективно використовує дієслова, що апелюють до потреби у визнанні, такі як ***"to recognize", "to honor", "to appreciate", "to reward", "to value"***. Ці дієслівні одиниці допомагають створити у виборців відчуття, що їхній внесок у суспільство має значення і буде належним чином оцінений. Риторика Гейлі спрямована на те, щоб виборці відчували свою важливість і цінність у національному контексті, що підвищує їхню довіру до неї як політичного лідера. Апеляція до потреби у визнанні є потужним інструментом для зміцнення емоційного зв'язку з виборцями, особливо тими, хто прагне бути поміченим та оціненим за свої зусилля і досягнення.

*Самореалізація* є вершиною піраміди потреб Маслоу. Вона стосується прагнення людини розвивати свої таланти, досягати поставлених цілей та максимально реалізовувати свій потенціал. Вівек Рамасвамі у своїх промовах часто апелює до цієї потреби, намагаючись показати, що його політика створить умови для того, щоб кожен громадянин мав змогу розкрити свої здібності і досягти успіху. Його риторика базується на використанні дієслів, таких як ***"to develop", "to achieve", "to unlock", "to support"***, які прямо звертаються до амбіцій виборців і підкреслюють можливості для індивідуального прогресу.

*Приклади:*

1. *"Our policies will empower every American* ***to achieve*** *their* ***full potential****"* (Ramaswamy, September Debates, 2024) [49].

Дієслово ***"to achieve"*** акцентує на здатності людини реалізувати свій максимальний потенціал завдяки створеним умовам. У цьому контексті Рамасвамі обіцяє виборцям, що вони матимуть всі необхідні ресурси для досягнення своїх цілей. Це висловлювання апелює до потреби в успіху, самореалізації та розвитку, створюючи образ політика, який підтримує амбіції кожного громадянина.

1. *"We will* ***unlock******the creativity and innovation*** *of every citizen"* (Ramaswamy, Florida Rally, August 2024) [47].

Дієслово ***"to unlock"*** підкреслює приховані можливості, які кожен громадянин може розвинути за належних умов. Рамасвамі ставить акцент на підтримці інновацій і творчого потенціалу, що є важливим фактором для досягнення самореалізації. Це висловлювання апелює до потреби людей відчувати, що їхні таланти і здібності можуть бути повністю реалізовані, що додає їм впевненості у власному майбутньому.

1. *"We will* ***create******opportunities*** *for every American* ***to pursue******their dreams****"* (Ramaswamy, Texas Speech, September 2024) [49].

Дієслово ***"to create"*** акцентує на ролі уряду у створенні середовища, де кожна людина матиме шанс на розвиток і досягнення своїх мрій. Ця риторика апелює до глибинної потреби у самореалізації, оскільки показує, що політика Рамасвамі забезпечить ресурси для особистого розвитку. Виборці відчувають, що їхні прагнення до досягнення життєвих цілей будуть підтримані.

1. *"We will* ***support******innovation and entrepreneurship*** *to drive personal and national success"* (Ramaswamy, Michigan Rally, July 2024) [49].

Дієслово ***"to support"*** (to support) акцентує увагу на важливості державної підтримки інновацій та підприємництва як засобів досягнення самореалізації. У цьому випадку Рамасвамі звертається до виборців, які прагнуть розвивати свої підприємницькі здібності або інноваційні ідеї, підкреслюючи, що їхні зусилля будуть помічені і підтримані урядом.

1. *"We will* ***develop******educational programs*** *that empower every individual to pursue their passion"* (Ramaswamy, Nevada Rally, August 2024) [49].

Дієслово ***"to develop"*** підкреслює важливість надання людям можливостей через освіту для розвитку їхніх інтересів та здібностей. Це висловлювання спрямоване на тих виборців, які прагнуть досягти успіху через навчання та особистий розвиток, і апелює до їхніх прагнень досягати нових висот через розширення знань і вмінь.

1. *"We will* ***ensure*** *that every person has the resources they need* ***to achieve their dreams****"* (Ramaswamy, Ohio Speech, September 2024) [47].

Дієслово ***"to ensure"*** додає впевненості у тому, що політика Рамасвамі спрямована на надання виборцям всіх необхідних ресурсів для їхнього розвитку. Цей підхід апелює до потреби самореалізації через доступ до можливостей і підтримки з боку держави.

1. *"Our vision is* ***to unlock******the potential*** *of every American, helping them achieve greatness"* (Ramaswamy, Illinois Rally, August 2024) [47].

Дієслово ***"to unlock"*** у цьому контексті символізує приховані можливості кожної людини, які можуть бути реалізовані за підтримки уряду. Це звернення апелює до амбіцій виборців, підкреслюючи, що кожен може досягти видатних результатів за належної підтримки.

Вівек Рамасвамі майстерно використовує дієслова, що апелюють до потреби в самореалізації, такі як ***"to achieve", "to unlock", "to develop", "to support", "to create"***. Ці дієслова створюють у виборців відчуття, що вони мають безмежні можливості для особистого розвитку та досягнення своїх амбіцій. Його риторика спрямована на підкреслення важливості індивідуального прогресу і підтримки з боку держави для досягнення особистих і професійних цілей. Рамасвамі створює образ лідера, який пропонує всім рівні шанси на самореалізацію, підкреслюючи важливість освіти, інновацій та підтримки підприємництва як шляхів досягнення успіху. Це дає виборцям надію і віру в те, що вони зможуть реалізувати свої мрії і стати успішними у житті.

Дієслівні одиниці у промовах кандидатів під час виборчої кампанії 2024 року відіграють ключову роль як засіб риторичного впливу на виборців. Вони не лише підсилюють аргументацію та звернення кандидатів, але й допомагають формувати чіткий образ активних лідерів, здатних задовольнити різноманітні базові потреби суспільства. Кожне дієслово, використане у промовах, виступає потужним засобом для створення емоційного зв'язку з аудиторією, апелюючи до прагнень виборців щодо поліпшення умов життя, безпеки, соціальної єдності, визнання їхньої праці та можливостей для самореалізації.

Кандидати, такі як Джо Байден, Дональд Трамп, Камала Гарріс, Роберт Ф. Кеннеді-молодший, Ніккі Гейлі та Вівек Рамасвамі, у своїй риториці використовують дієслова на зразок ***"to ensure", "to protect", "to unite", "to recognize"*** та ***"to develop"***, щоб акцентувати увагу на своїх конкретних діях, спрямованих на вирішення найактуальніших проблем суспільства. Ці дієслова не лише забезпечують змістовність обіцянок, але й підсилюють їхню достовірність, створюючи враження рішучих та компетентних лідерів.

Отже, дієслівні одиниці у промовах кандидатів не лише формують риторику їхньої кампанії, але й створюють емоційний зв’язок між кандидатами і виборцями. Вони виступають інструментами, які допомагають кандидатам переконливо донести свої обіцянки, підкреслювати свою прихильність до вирішення нагальних проблем суспільства та формувати довіру у виборців. Усі ці дієслівні одиниці об’єднуються в одну спільну мету — створити образ лідера, здатного не лише говорити про зміни, але й реалізувати їх у дії, відповідаючи на базові потреби людини: фізіологічне благополуччя, безпеку, соціальну належність, визнання і самореалізацію. Дієслівні одиниці додають промовам динамічності, спрямованої на дію. Використовуючи активні дієслова, кандидати не лише формулюють свої обіцянки, але й підкреслюють готовність діяти і вирішувати проблеми. Такі дієслова, як ***"to ensure", "to protect", "to unite", "to recognize"*** та ***"to develop"*,** спрямовані викликати у виборців відчуття впевненості, що кандидат має конкретний план дій і здатен втілити його в життя. Це підсилює переконливість політичних заяв, адже виборці почуваються залученими в процес прийняття рішень, оскільки бачать конкретні дії, спрямовані на вирішення їхніх проблем.

**Висновки до Розділу 2**

Отже, номінативні одиниці можуть включати лексичні і синтаксичні структури, що апелюють до різних категорій потреб згідно з теорією Маслоу: фізіологічних, безпеки, соціальних потреб, потреб у визнанні та самореалізації. Номінативні одиниці, такі як ***"healthcare"*, *"national security"*, *"together"*, *"recognition"***, або ***"full potential"*** відображають спрямованість кандидатів на задоволення потреб громадян у безпеці, визнанні та особистісному розвитку. Кожна з цих одиниць не просто передає обіцянки кандидатів, а й створює образ лідера, який турбується про добробут кожної людини та прагне забезпечити соціальну справедливість. Таким чином, номінативні одиниці, що апелюють до потреб людини є важливим інструментом впливу на електорат. Через ці одиниці кандидати демонструють свою політичну програму, підкреслюючи готовність вирішувати соціальні, економічні та моральні проблеми суспільства, що сприяє формуванню позитивного іміджу та підтримки серед виборців.

Дієслівні одиниці створюють емоційний зв’язок між кандидатами і виборцями. Вони виступають інструментами, які допомагають кандидатам переконливо донести свої обіцянки, підкреслювати свою прихильність до вирішення нагальних проблем суспільства та формувати довіру у виборців. Усі ці дієслівні одиниці об’єднуються в одну спільну мету — створити образ лідера, здатного не лише говорити про зміни, але й реалізувати їх у дії, відповідаючи на базові потреби людини: фізіологічне благополуччя, безпеку, соціальну належність, визнання і самореалізацію. Дієслівні одиниці додають промовам динамічності, спрямованої на дію. Використовуючи активні дієслова, кандидати не лише формулюють свої обіцянки, але й підкреслюють готовність діяти і вирішувати проблеми. Такі дієслова, як *"to ensure", "to protect", "to unite", "to recognize"* та *"to develop"*, спрямовані викликати у виборців відчуття впевненості, що кандидат має конкретний план дій і здатен втілити його в життя. Це підсилює переконливість політичних заяв, адже виборці почуваються залученими в процес прийняття рішень, оскільки бачать конкретні дії, спрямовані на вирішення їхніх проблем.

Отже, лексичні одиниці у промовах кандидатів, як номінативні, так і дієслівні, відіграють надзвичайно важливу роль у побудові емоційного зв’язку з виборцями та формуванні переконливого і привабливого образу лідера. Використання таких лексичних структур дозволяє кандидатам не лише висловлювати свої політичні позиції та плани, але й встановлювати довірливі стосунки з аудиторією, апелюючи до глибинних прагнень і потреб людей. У промовах номінативні одиниці допомагають створювати чіткі та конкретні образи, які викликають у виборців асоціації з їхнім повсякденним життям та актуальними соціальними питаннями. Це дозволяє кандидатам сфокусувати увагу на проблемах, які найбільше хвилюють громадян, таких як доступ до охорони здоров’я, безпека, соціальна єдність, визнання та можливості для особистого розвитку.

Таким чином, лексичні одиниці стають своєрідним інструментом як емоційного, так і раціонального впливу на виборців. Через такі лексичні елементи кандидати ефективно передають свої обіцянки, демонструючи готовність відповідати на виклики, що стоять перед суспільством. Вони апелюють до базових і вищих потреб людини — від фізіологічного благополуччя до самореалізації, підкреслюючи свою готовність підтримувати громадян у досягненні кращої якості життя. Це дозволяє не лише зміцнити політичну підтримку, але й сформувати образ лідера, який турбується про кожного виборця і здатен забезпечити суспільний добробут.

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ**

В магістерській роботі "Апеляція до потреб людини у промовах кандидатів у президенти США під час виборчої кампанії 2024 року" було визначено, що апеляція до потреб людини є ключовим інструментом політичного впливу. Теорія ієрархії потреб Абрахама Маслоу демонструє, що задоволення потреб починається з базових і переходить до вищих рівнів, що впливає на мотивацію та вибір людей. Ця теорія вказує на існування ієрархії потреб, починаючи від базових фізіологічних потреб до більш високих потреб у безпеці, любові та належності, поваги та самореалізації. Задоволення цих потреб є ключовим фактором для досягнення внутрішнього задоволення та самореалізації. Також розглянуто теорії Герцберга та МакКлелланда, які підкреслюють важливість задоволення гігієнічних і мотиваційних потреб для успіху в організаціях.

Суспільна комунікація - це процес обміну інформацією, ідеями, думками та переконаннями між членами суспільства з метою спільного розв'язання проблем, формування колективних цінностей та побудови взаєморозуміння. Політична промова виступає як ключовий елемент суспільної комунікації, що впливає на формування політичних поглядів, мобілізацію громадської думки та прийняття рішень у політичній сфері. Політична промова реалізується через політичний дискурс, який являє собою сукупність смислів, когнітивних та ціннісних значень, що є основою політичної культури суспільства та охоплює всі форми комунікативної активності людини, її рефлексію щодо політичного світу та своєї ролі в ньому. Політична промова є ключовим жанром політичного дискурсу.

У даному дослідженні проведено аналіз лексичних одиниць, які використовують кандидати у президенти США під час виборчої кампанії 2024 року для апеляції до базових потреб людини за теорією Маслоу. Проаналізовано промови Джо Байдена, Дональда Трампа, Камали Гарріс, Ніккі Гейлі, Вівека Рамасвамі та Роберта Ф. Кеннеді-молодшого. Розглянуто номінативні та дієслівні лексичні одиниці, що акцентують на задоволенні потреб виборців — від фізіологічного благополуччя до самореалізації. Досліджено номінативні одиниці, що стосуються фізіологічних потреб, безпеки, соціальної належності, визнання та самореалізації. Номінативні одиниці, пов'язані з охороною здоров’я та соціальною єдністю, створюють емоційні образи та підкреслюють базові потреби виборців. Приклади з промов кандидатів демонструють, як ці одиниці слугують засобом комунікації. Також проаналізовано дієслівні одиниці, що підсилюють апеляції до потреб виборців. Дієслова формують образ активних лідерів, здатних реалізувати свої обіцянки.

Лексичні одиниці у промовах кандидатів відіграють важливу роль у побудові емоційного зв’язку з виборцями та формуванні образу лідера. Вони допомагають створювати конкретні образи, що викликають асоціації з повсякденним життям громадян. Це дозволяє кандидатам акцентувати увагу на актуальних соціальних питаннях, таких як доступ до охорони здоров’я та безпека. Отже, лексичні одиниці стають інструментом емоційного і раціонального впливу на виборців, дозволяючи кандидатам ефективно передавати свої обіцянки та демонструвати готовність підтримувати громадян у досягненні кращої якості життя.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Алексієвець О. Англомовний політичний дискурс: особливості просодичної організації. Міжнародний збірник наукових праць.. Серія: : Історія, міжнародні відносини. 2015. Вип. 15. С. 308-312.
2. Архів виступів та публічних заяв президента США URL: [https ://www .c -s.org/](https://www.c-span.org/) (дата звернення: 08.09.24)
3. Дем’янчук О. П. Піраміда Маслоу як методологія пояснення політичної участі. *Наукові записки НаУКМА. Політичні науки.* 2012. Том 134. С. 12-16.
4. Канал Джо Байдена на YouTube. URL: [https ://www.youtube .com /c/joeb](https://www.youtube.com/c/joebiden) (дата звернення: 08.09.24)
5. Киричук О. В., Роменець А. В. **Основи психології:** підручник. 4-те вид. Київ, 1999. 632 с.
6. Козлов Н. І. Піраміда потреб Маслоу. URL: <http://psychologis.com.ua/piramida_potrebnostey_maslou.htm> (дата звернення: 20.03.2024)
7. Косяк Н. Л. Лексичні особливості американського політичного дискурсу: гендерний аспект. *Житомирський державний університет імені Івана Франка.* 5 с.
8. Лукічева Т. А. Маркетинг. URL: <https://stud.com.ua/119133/marketing/marketing> (дата звернення: 21.03.2024)
9. Мацько Л. І. Лінгвістична риторика // Наука і сучасність: Зб. наук. праць. Ч.4. Київ, 1999. С. 3-16.
10. Мотивація персоналу. URL: <https://library.if.ua/books/116.htm> (дата звернення: 20.03.2024)
11. Падалка О. В. Політична промова та її просодичні характеристики. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки.* 2012. №6. С. 66-69.
12. Петренко В. Особливості визначення політичної мови. *Політичний менеджмент.* 2007. №2. С. 16-24.
13. Самойлова І. В., Подвойська О. В. Лексичні особливості політичних промов. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Філологічні науки.* 2016. Кн. 1. С. 235 – 238.
14. Хацер Г. О., Жаворонкова В. В. Особливості англомовних політичних промов та їх перекладу українською мовою. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.* Серія: Філологія. Журналістика. 2022. Том 33 (72) № 2 Ч. 1. С. 202-207.
15. Aronoff M., Rees-Miller J. The Handbook of Linguistics. UK, 2001. 843 p.
16. August 8, 2024, presidential campaign news. URL: <https://edition.cnn.com/politics/live-news/harris-trump-election-08-08-24/index.html> (дата звернення: 10.10.24)
17. Biden addresses the nation after dropping out of 2024 race | PBS News Special Coverage. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kelqnoG0mDQ> (дата звернення: 10.10.24)
18. Biden campaigns for Casey in Pennsylvania at private fundraiser. URL: <https://penncapital-star.com/election-2024/biden-to-campaign-for-casey-in-pennsylvania-at-private-fundraiser/> (дата звернення: 12.10.24)
19. Former President Donald Trump Holds Rally in Doral, Florida. URL: <https://www.c-span.org/video/?536809-1/president-donald-trump-holds-rally-doral-florida> (дата звернення: 12.10.24)
20. Former President Trump Campaigns in Charlotte, North Carolina. URL: <https://www.c-span.org/video/?537317-1/president-trump-campaigns-charlotte-north-carolina> (дата звернення: 12.10.24)
21. Former President Trump Campaigns in Las Vegas, Nevada. URL: <https://www.c-span.org/video/?539180-1/president-trump-campaigns-las-vegas-nevada> (дата звернення: 16.10.24)
22. Former President Trump Holds Rally in Waco, Texas. URL: <https://www.c-span.org/video/?526860-1/president-trump-holds-rally-waco-texas> (дата звернення: 16.10.24)
23. Former President Trump Remarks in Asheville, North Carolina. URL: <https://www.c-span.org/video/?539355-1/president-trump-remarks-asheville-north-carolina> (дата звернення: 16.10.24)
24. Former President Trump Speaks at Border in Arizona. URL: <https://www.c-span.org/video/?537750-1/president-trump-speaks-border-arizona> (дата звернення: 10.10.24)
25. FULL REMARKS: President Trump's Address to the New York Economic Club. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=92Gx6NAZPsM> (дата звернення: 10.10.24)
26. Independent Robert F. Kennedy Jr. announces 2024 running mate URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IigvGp_B79Q> (дата звернення: 16.10.24)
27. FULL 2024 Second Republican Primary Debate URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2XPlXnvgeyU> (дата звернення: 17.10.24)
28. Herzberg F., Mausner B., Snyderman B. The Motivation to Work. N.Y.: Wiley, 1959. 157 p.
29. Graber D. A., Dunaway J. Mass Media and American Politics. Texas, 2016. 464 p.
30. Kamala Harris at Houston rally: FULL SPEECH. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rF9Z12hiSyE> (дата звернення: 26.10.24)
31. Lakoff G. Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think. Chicago, 2002. 427 p.
32. Lakoff G. The Political Mind: Why You Can't Understand 21st-Century American Politics with an 18th-Century Brain. US, 2008. 292 p.
33. Leeper T. J., Slothuus R. The Political Power of Emotional Appeals: The Case of Moral Outrage. *Political Psychology*. 2014. 35(6). p. 741-761.
34. Lehrman R. The Political Speechwriter's Companion: A Guide for Writers and Speakers. 2009. 384 p.
35. Lucas S. The Art of Public Speaking. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/1110/view/299> (дата звернення: 28.04.2024)
36. Maslow A. H. Motivation and Personality (2nd ed.). N.Y., 1970. 394 p.
37. McQuail D. McQuail’s Mass Communication Theory: 6th edition. Eastleigh, 2009. С. 20.
38. Nikki Haley Campaigns in North Charleston, South Carolina URL: <https://www.c-span.org/video/?533163-1/nikki-haley-campaigns-north-charleston-south-carolina> (дата звернення: 17.10.24)
39. Nikki Hayle’s full speech announcing presidential run. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=c71SwF_iqWY> (дата звернення: 26.10.24)
40. Political speech in schools. URL: <https://ncac.org/project/youth-free-expression-program/political-speech-in-schools> (дата звернення: 20.04.2024)
41. President Biden Delivers Remarks on his Investing in America Agenda. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zmWfq7y0hwU> (дата звернення: 08.09.24)

# President Biden visits Michigan and speaks on his Investing in America agenda — 9/6/24. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=r2yqTHGrtAw> (дата звернення: 08.09.24)

# Remarks by President Biden Before the 79th Session of the United Nations General Assembly | New York, NY. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2024/09/24/remarks-by-president-biden-before-the-79th-session-of-the-united-nations-general-assembly-new-york-ny/> (дата звернення: 17.10.24)

1. Robert F. Kennedy Jr. on "The Takeout" | July 28, 2024 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=slwkJ9HOLwU> (дата звернення: 08.09.24)
2. Robert F Kennedy Jr. suspends campaign and backs Trump. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cwy5ekxlwzgo> (дата звернення: 10.10.24)
3. Robert F. Kennedy Jr. URL: <https://www.youtube.com/@robertfkennedyjrofficial> (дата звернення: 08.09.2024)
4. US NATIONAL NEWSR.F.K. Jr. to Keynote Rally to Rescue the Republic in Washington, D.C. on September 29. URL: <https://floridanationalnews.com/blog/r-f-k-jr-to-keynote-rally-to-rescue-the-republic-in-washington-d-c-on-september-29/> (дата звернення: 10.10.24)
5. [Stanford Encyclopedia of Philosophy](https://plato.stanford.edu/index.html). URL: <https://plato.stanford.edu/entries/logical-arguments/> (дата звернення: 03.04.2024)
6. Vivek Ramaswamy Debates Libertarian Party Vice Presidential Nominee. URL: <https://www.c-span.org/video/?535693-1/vivek-ramaswamy-debates-libertarian-party-vice-presidential-nominee> (дата звернення: 17.10.24)