

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

Кафедра політології та публічного управління

На правах рукопису

**МАЗЕПА БОГДАН ЮРІЙОВИЧ
ВИБОРИ ПРЕЗИДЕНТА США 2016 ТА 2024 РОКІВ:
ОСОБЛИВОСТІ ТА ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ**

Спеціальність: 052 «Політологія»

Освітньо-професійна програма: «Політологія та державне управління»

Робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

Науковий керівник:
Панишко Галина Тарасівна,
кандидат історичних наук,
доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол №

засідання кафедри політології та
публічного управління

від

2025 р.

Завідувач кафедри

проф. Бусленко В. В.

ЛУЦЬК – 2025

АНОТАЦІЯ

Мазепа Б. Ю. Вибори Президента США 2016 та 2024 років: особливості та порівняльний аналіз . Кваліфікаційна робота на правах рукопису на здобуття освітнього ступеня “Бакалавр”. Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2025.

У кваліфікаційній роботі визначено актуальність, мету та завдання дослідження президентських виборів у США 2016 та 2024 років. Робота спрямована на аналіз особливостей виборчих кампаній, електоральних стратегій кандидатів, змін у політичному ландшафті, ролі медіа та новітніх технологій у впливі на громадську думку. У роботі розкрито політичний контекст кожної з кампаній, охарактеризовано основні програми кандидатів Дональда Трампа, Гіллари Клінтон та Джо Байдена, а також охоплено соціальні, економічні й інформаційні чинники, що вплинули на виборців. Проведено порівняльний аналіз результатів виборів, виявлено ключові відмінності у виборчому процесі, зокрема в частині мобілізації електорату, роботи виборчих інститутів і використання цифрових платформ. Особливу увагу приділено змінам у виборчому законодавстві та викликам для демократії у США в умовах посиленої політичної поляризації. У роботі також проаналізовано міжнародну реакцію на результати виборів, їхній вплив на геополітичну ситуацію та трансатлантичні відносини.

Ключові слова: вибори у США, політична кампанія, електоральна поведінка, Дональд Трамп, демократичні процеси, політична поляризація, цифрові технології.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИБОРІВ ПРЕЗИДЕНТА США 2016 ТА 2024 РОКІВ	7
1.1. Теоретико-методологічні засади дослідження виборів та виборчого процесу	7
1.2. Понятійно-категоріальний апарат дослідження	15
1.3. Еволюція виборчої системи США: механізми, принципи та ключові етапи	23
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ, ПОЛІТИЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ НА РЕЗУЛЬТАТИ ВИБОРІВ	4
2.1. Аналіз президентських виборів 2016 та 2024 років	30
2.2. Вибори 2016 року: перебіг, головні кандидати та ключові фактори перемоги	36
2.3. Вибори 2024 року: нові виклики, особливості кампаній та підсумки..	44
Висновки до розділу 2	51
РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВИБОРІВ 2016 ТА 2024 РОКІВ ТА ЇХНІ НАСЛІДКИ.....	4
3.1. Спільні та відмінні риси виборчих кампаній та підходів до агітації....	52
3.2. Вплив виборів 2016 та 2024 років на внутрішньополітичну ситуацію у США та міжнародні відносини.....	58
Висновки до розділу 3	65
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69

ВСТУП

Актуальність теми. Президентські вибори у США є складним і багаторівневим політичним процесом, що має суттєвий вплив як на внутрішню політику країни, так і на міжнародні відносини. Особливості виборчих кампаній, механізми формування електоральних стратегій та фактори, що впливають на електоральну поведінку громадян, залишаються предметом постійних досліджень у політичній науці. Вибори президента США у 2016 та 2024 роках стали визначними подіями, які продемонстрували нові тенденції в американській виборчій політиці, зокрема зростання поляризації суспільства, зміну підходів до ведення передвиборчої кампанії та вплив інформаційних технологій на формування громадської думки. Кампанія 2016 року характеризувалася високим рівнем негативної риторики, активним використанням соціальних мереж для агітації та впливом зовнішніх факторів на електоральний процес. Вибори 2024 року стали ще більш складними з точки зору впливу соціальних, економічних та політичних змін, що відбулися у країні протягом восьми років.

Дослідження виборчих кампаній 2016 та 2024 років дозволяє виявити закономірності у формуванні політичних стратегій кандидатів, оцінити трансформацію електоральних уподобань та визначити роль внутрішньо- та зовнішньополітичних чинників у результатах голосування. Аналіз цих виборів також дає змогу зрозуміти, як змінилися підходи до ведення виборчої кампанії, роль медіа та ступінь впливу соціально-економічної ситуації на поведінку виборців.

Об'єктом дослідження є виборчі кампанії президента США у 2016 та 2024 роках.

Предметом дослідження є особливості перебігу виборчого процесу, фактори, що впливали на результати голосування, та трансформація електоральних стратегій кандидатів.

Мета дослідження – провести аналіз виборчих кампаній президента США у 2016 та 2024 роках, визначити спільні та відмінні риси, дослідити вплив соціальних, політичних та економічних чинників на результати виборів та оцінити наслідки для внутрішньої та зовнішньої політики США.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- дослідити теоретичні засади виборчого процесу та механізмів формування електоральних стратегій;
- проаналізувати особливості президентських виборів у США, їхню еволюцію та ключові етапи розвитку виборчої системи;
- здійснити аналіз виборчих кампаній 2016 та 2024 років, виявити основні тенденції та відмінності;
- оцінити вплив соціальних, економічних та політичних чинників на результати голосування;
- визначити наслідки виборів для внутрішньополітичної ситуації у США та міжнародних відносин.

Методи дослідження. Дослідження базується на використанні загальнонаукових і спеціальних методів аналізу. Теоретичні засади виборчого процесу вивчаються за допомогою методу історико-порівняльного аналізу, що дає змогу оцінити еволюцію виборчої системи США та основні зміни у виборчих стратегіях. Метод системного аналізу використовується для визначення факторів, що впливали на електоральний процес у 2016 та 2024 роках. Для оцінки особливостей ведення виборчої кампанії застосовується метод контент-аналізу, який дозволяє проаналізувати ключові меседжі, що використовували кандидати у своїх передвиборчих кампаніях. Метод кількісного аналізу дає змогу порівняти результати виборів та визначити динаміку змін у електоральних настроях громадян.

Практична значущість дослідження. Результати дослідження можуть бути використані в політичній науці для аналізу виборчих процесів, а також у сфері журналістики та аналітики для оцінки політичних тенденцій у США. Отримані висновки можуть бути корисними для експертів у галузі

міжнародних відносин, оскільки вибори президента США мають значний вплив на глобальну політичну ситуацію.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, восьми підрозділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИБОРІВ ПРЕЗИДЕНТА США 2016 ТА 2024 РОКІВ

1.1. Теоретико-методологічні засади дослідження виборів та виборчого процесу

Політичні теорії виборчого процесу формуються в межах загальної політичної науки та включають різноманітні підходи до розуміння сутності виборів, їхнього значення для функціонування демократичних систем, а також механізмів, що визначають поведінку виборців, партій і державних інституцій. Вибори розглядаються не тільки як механізм ротації політичних еліт чи засіб формування органів влади, а й як феномен, що відображає суспільні відносини, рівень політичної культури та особливості соціальної структури суспільства. У межах політичної науки виділяють кілька основних теорій виборчого процесу, серед яких елітарна, плюралістична та теорія раціонального вибору [5, с. 16].

Елітарна теорія виборів спирається на уявлення про те, що політичний процес визначається діяльністю невеликої групи еліт, які зосереджують у своїх руках владні ресурси. Цей підхід базується на класичних працях Гаєтано Моски, Вільфредо Парето та Роберта Міхельса, які обґрунтовували неминучість панування еліт у будь-якій політичній системі. Вибори в цьому контексті сприймаються як механізм, що дозволяє одній еліті змінювати іншу або ж легітимізувати її владу через створення ілюзії народного волевиявлення. Представники цього напрямку наголошують на тому, що виборчий процес не є засобом реального впливу громадян на прийняття політичних рішень, оскільки виборці не мають достатнього рівня політичної компетентності та доступу до ключових ресурсів впливу. Політичні партії, за цією концепцією, є інструментами боротьби між різними угрупованнями еліт, тоді як громадськість виконує пасивну роль у підтримці чи делегітимації правлячих груп.

На противагу цьому, плюралістична теорія виборчого процесу наголошує на багатогранності політичного представництва та конкуренції між різними суспільними групами, які мають змогу впливати на процес прийняття рішень через вибори та інші демократичні механізми. Цей підхід ґрунтується на ідеї, що жодна політична сила не володіє монополією на владу, а різні групи інтересів мають змогу впливати на уряд через відкриту політичну боротьбу. У межах цієї теорії вибори розглядаються як інструмент регулювання суспільних суперечностей і забезпечення рівноваги в політичній системі. Політичні партії, відповідно до цієї концепції, виступають як посередники між громадянами та владою, а інститути громадянського суспільства сприяють артикуляції та агрегуванню інтересів різних соціальних груп. Таким чином, вибори є не просто засобом делегування влади, а й механізмом забезпечення політичної відповідальності, що сприяє стабільності демократичної системи [12, с. 17].

Теорія раціонального вибору пропонує ще один підхід до аналізу виборчого процесу, спираючись на економічні методи дослідження політичної поведінки. Основна ідея цього напрямку полягає в тому, що виборці, політичні партії та інші учасники виборчого процесу приймають рішення, виходячи з раціонального аналізу власних вигод і витрат. Цей підхід сформувався під впливом теорій економіки та поведінкових наук і активно застосовується в емпіричних дослідженнях виборчої поведінки. Виборці, згідно з цією концепцією, оцінюють програми партій і кандидатів, спираючись на власні інтереси, а не на традиції чи ідеологічні уподобання. Політичні партії, зі свого боку, конструюють свої стратегії таким чином, щоб максимізувати підтримку з боку різних груп виборців, використовуючи соціологічні дослідження, медіакампанії та інші технології політичного маркетингу. Вибори в цьому контексті розглядаються як ринок, на якому політичні суб'єкти змагаються за голоси громадян, а виборці діють як раціональні споживачі політичних послуг.

Для аналізу виборчого процесу використовують різноманітні методологічні підходи, які включають як кількісні, так і якісні методи

дослідження. Кількісні методи передбачають застосування статистичних моделей, соціологічних опитувань, математичного моделювання та аналізу великих масивів даних для виявлення закономірностей у виборчій поведінці. Наприклад, соціологічні дослідження дозволяють визначати рівень підтримки різних політичних сил, аналізувати демографічні характеристики електорату та виявляти тренди політичних уподобань. Математичне моделювання застосовується для прогнозування результатів виборів на основі історичних даних, а також для оцінки ефективності виборчих кампаній.

Якісні методи включають контент-аналіз передвиборчих програм, медіамоніторинг, глибинні інтерв'ю та фокус-групові дослідження. Контент-аналіз дозволяє оцінювати, які теми домінують у політичному дискурсі, які аргументи використовуються кандидатами та партіями для мобілізації виборців. Медіамоніторинг дозволяє відстежувати, як різні засоби масової інформації висвітлюють виборчий процес, які наративи формуються в суспільстві та які маніпулятивні технології використовуються для впливу на громадську думку. Глибинні інтерв'ю з політичними акторами, експертами та громадянами дають змогу отримати якісні дані щодо сприйняття виборчого процесу, його проблем та можливих шляхів удосконалення. Фокус-групові дослідження дозволяють аналізувати поведінкові патерни виборців, їхню мотивацію та реакцію на різні агітаційні стратегії [8, с. 5].

Сучасні дослідження виборів дедалі більше спираються на міждисциплінарні підходи, які поєднують методи політології, соціології, психології та економіки. Використання великих даних (big data) і штучного інтелекту дозволяє більш точно прогнозувати електоральні результати та аналізувати поведінкові тренди. Аналіз соціальних мереж дає змогу виявляти, як формуються політичні вподобання, які фактори впливають на прийняття рішень виборцями та як поширюються дезінформаційні кампанії. Усе це робить сучасні методи аналізу виборів дедалі більш комплексними та такими, що враховують широкий спектр суспільних процесів.

Виборча поведінка формується під впливом широкого спектра чинників, які взаємодіють між собою та визначають політичні уподобання громадян. Соціально-економічні, демографічні та політичні чинники створюють багаторівневу систему впливу, що визначає спосіб участі виборців у виборчому процесі, їхні рішення та готовність підтримувати певні партії чи кандидатів. Аналіз цих чинників є одним із ключових напрямів політологічних досліджень, що дозволяє не лише пояснити минулі виборчі результати, а й прогнозувати політичні тренди на майбутнє. Виборча поведінка, будучи динамічною категорією, змінюється під впливом макроекономічних та соціокультурних процесів, що відбуваються в суспільстві, а також унаслідок специфічних політичних умов у конкретний історичний момент [2, с. 19].

Соціально-економічні чинники є одним із найстабільніших елементів, що визначають виборчі уподобання. Матеріальний добробут, рівень доходів, професійний статус, тип зайнятості, освітній рівень – усі ці показники прямо чи опосередковано впливають на політичний вибір громадян. Дослідження свідчать, що особи з вищим рівнем доходів частіше підтримують політичні сили, які пропонують зниження податкового навантаження, розвиток підприємництва, лібералізацію ринку праці та зменшення державного втручання в економіку. Водночас групи населення, що мають нестабільне фінансове становище, частіше схильні підтримувати політичні партії, які обіцяють соціальний захист, державні дотації, підвищення мінімальних зарплат і соціальних виплат. Залежно від економічної ситуації в країні ці тенденції можуть змінюватися, і виборці переорієнтовуються на ті партії, які, на їхню думку, спроможні забезпечити економічну стабільність або запропонувати ефективні механізми виходу з кризи. Стабільність чи нестабільність на ринку праці також відіграє вагомую функцію у формуванні електоральних преференцій: у періоди економічних спадів громадяни частіше звертають увагу на партії, які акцентують увагу на проблемах зайнятості, зростанні рівня безробіття, соціальній підтримці вразливих категорій населення.

Демографічні чинники є не менш значущими у виборчій поведінці, оскільки впливають на особистісне сприйняття політичних процесів. Вік, стать, етнічна належність, релігійні переконання, міграційний досвід і рівень урбанізації безпосередньо пов'язані з тим, як виборці оцінюють програми партій та кандидатів. Виборча поведінка молоді суттєво відрізняється від політичних уподобань старших поколінь, оскільки молоді виборці частіше підтримують нові політичні рухи, альтернативні кандидати та ідеологічні тренди, що ґрунтуються на інноваційних підходах до вирішення суспільних проблем. Старші виборці, своєю чергою, віддають перевагу партіям, які обіцяють стабільність, збереження традиційних цінностей і поступове реформування системи без радикальних змін. Гендерні особливості виборчої поведінки також є предметом численних досліджень: статистичні дані свідчать, що жінки частіше схильні підтримувати політичні сили, які наголошують на питаннях соціальної політики, гендерної рівності, розвитку освіти та охорони здоров'я, тоді як чоловіки частіше орієнтуються на питання економіки, безпеки, військової політики та міжнародних відносин [6, с. 12].

Політичні чинники формують електоральні уподобання через інформаційний простір, діяльність партій і кандидатів, а також через рівень довіри до політичних інституцій. Виборці здійснюють свій вибір, орієнтуючись на політичні ідеології, рівень задоволеності діяльністю чинної влади, історичний досвід країни та персональні характеристики кандидатів. Ідеологічна належність виборця впливає на його довгострокові політичні симпатії, формуючи сталі моделі голосування. Проте в сучасних політичних системах дедалі більше виборців відходять від традиційних партійних уподобань і ухвалюють рішення на основі оцінки персональних якостей кандидатів або конкретних політичних програм. Політична соціалізація, що відбувається через систему освіти, ЗМІ, громадські організації та сімейне виховання, суттєво впливає на формування світоглядних орієнтацій виборців і визначає рівень їхньої політичної активності. Водночас інформаційне середовище, в якому перебувають виборці, відіграє центральну функцію у

формуванні їхніх політичних переконань. Дослідження показують, що соціальні мережі, традиційні медіа та політична реклама мають значний вплив на виборчі рішення, змінюючи електоральні уподобання та формуючи нові суспільні тренди.

Процеси мобілізації виборців також є невіддільною складовою виборчої поведінки. Партії та кандидати застосовують широкий спектр технологій для залучення електорату, використовуючи соціальні, економічні та емоційні мотиви виборців. Виборчі кампанії включають різноманітні методи впливу, такі як прямі агітаційні заходи, медіакампанії, зустрічі з виборцями, дебати та використання цифрових платформ для персоналізованого впливу. Політична реклама, інформаційні вкиди та маніпулятивні технології можуть спотворювати сприйняття реальності виборцями, що ускладнює ухвалення раціональних політичних рішень. Виборчі стратегії розробляються з урахуванням соціально-економічних та демографічних характеристик регіонів, рівня політичної культури та доступності альтернативних джерел інформації.

Засоби масової інформації та цифрові технології відіграють фундаментальну функцію у виборчому процесі, оскільки визначають характер комунікації між політичними акторами та суспільством, впливають на формування суспільної думки та структурують інформаційний простір, у межах якого відбувається політична взаємодія. Традиційні ЗМІ, такі як телебачення, радіо та друкована преса, історично формували політичний порядок денний і впливали на електоральні уподобання громадян, водночас із розвитком цифрових технологій процеси комунікації зазнали значних трансформацій. Соціальні медіа, цифрові платформи та алгоритмічні системи персоналізованого контенту стали інструментами впливу на політичну поведінку виборців, що спричинило зростання інтенсивності інформаційного впливу, прискорення поширення політичних наративів і зміну структури політичної мобілізації. Інформаційні технології забезпечують нові механізми формування суспільних настроїв, змінюють динаміку передвиборчих

кампаній і дають змогу політичним акторам адаптувати свої стратегії відповідно до нових моделей взаємодії з виборцями [16, с. 2].

Традиційні засоби масової інформації мають тривалий історичний вплив на виборчий процес, оскільки виконують функцію посередника між політиками та суспільством, формуючи уявлення громадян про партійні програми, кандидатів, політичні події та передвиборчі дискусії. Телебачення залишається одним із основних каналів впливу на виборців завдяки своїй аудиторній охопленості, можливості візуалізації політичних процесів і впливу на емоційне сприйняття кандидатів. Політичні дебати, інтерв'ю, репортажі та аналітичні програми створюють інформаційний контекст, у межах якого виборці формують свої політичні пріоритети. Радіо, хоч і поступається телебаченню за охопленням аудиторії, відіграє значущу функцію у виборчих кампаніях, оскільки дозволяє політичним акторам звертатися до широких верств населення, зокрема в регіонах із низьким рівнем цифрової інфраструктури. Друковані ЗМІ, зокрема газети та журнали, забезпечують глибший аналітичний рівень політичного висвітлення, надаючи простір для розгорнутих досліджень, експертних оцінок та розслідувань, що впливають на формування довгострокових політичних тенденцій. Вплив традиційних ЗМІ на виборчий процес ґрунтується на їхній здатності формувати порядок денний, визначати рамки суспільної дискусії та спрямовувати політичні преференції громадян через відбір та інтерпретацію інформації.

З появою цифрових технологій структура інформаційного впливу зазнала радикальних змін, що призвело до децентралізації джерел інформації, зростання інтерактивності політичного дискурсу та розширення можливостей маніпулятивного впливу на виборців. Соціальні медіа, такі як Facebook, Twitter, Instagram і TikTok, стали основними каналами політичної комунікації, що змінило механізми поширення політичної інформації та мобілізації виборців. Політики та партії отримали змогу безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, мінаючи традиційні медіа як посередників, що дозволяє їм формувати власні наративи та забезпечувати персоналізований вплив на

виборців. Алгоритмічні системи соціальних мереж адаптують контент відповідно до інтересів і поведінкових моделей користувачів, що спричиняє ефект інформаційних бульбашок, у межах яких виборці отримують виключно ті новини та погляди, що підтверджують їхні вже сформовані переконання. Це призводить до поляризації суспільства, оскільки виборці дедалі частіше взаємодіють лише з тими джерелами інформації, які відповідають їхнім політичним уподобанням, що ускладнює конструктивний політичний діалог та формування збалансованого сприйняття виборчих процесів.

Дезінформація та маніпулятивні технології набули нового рівня складності в умовах цифрового інформаційного простору, що спричинило появу нових викликів для забезпечення чесності виборчих процесів. Фейкові новини, фабрики тролів, боти та алгоритмічні методи поширення маніпулятивного контенту використовуються для створення політичних наративів, що спотворюють реальність та впливають на електоральні рішення громадян. Використання методів мікротаргетингу дозволяє політичним кампаніям здійснювати персоналізований вплив на виборців, аналізуючи їхні поведінкові особливості, вподобання та соціальні зв'язки. Це створює нові можливості для політичних стратегій, проте водночас породжує ризики втручання у виборчий процес і підриву демократичних принципів виборчого волевиявлення. Маніпуляції громадською думкою через цифрові платформи стають дедалі складнішими для виявлення, оскільки алгоритмічні системи соціальних медіа автоматично підсилюють контент, який має високий рівень взаємодії, незалежно від його достовірності [14, с. 11].

Цифрові технології не лише трансформували виборчий процес, а й змінили механізми мобілізації виборців та організації політичних кампаній. Використання цифрових платформ для координації політичних рухів, організації протестів, залучення волонтерів і збору коштів стало невід'ємною частиною сучасних передвиборчих стратегій. Онлайн-петиції, краудфандингові кампанії, флешмоби та віртуальні мітинги дозволяють активізувати громадянську участь і мобілізувати виборців, які раніше могли

бути пасивними спостерігачами політичного процесу. Політичні партії та кандидати активно використовують соціальні медіа для розширення своєї аудиторії, формування прямих комунікаційних каналів із виборцями та швидкого реагування на зміни в суспільних настроях. Впливові особи в соціальних мережах, так звані політичні інфлюенсери, стали новими суб'єктами політичного процесу, оскільки їхні висловлювання та рекомендації мають значний вплив на думку громадян, особливо серед молодіжної аудиторії.

1.2. Понятійно-категоріальний апарат дослідження

Виборчий процес є фундаментальною категорією політичної науки, що охоплює сукупність інституційних, правових, соціальних та комунікаційних механізмів, які визначають організацію, перебіг та наслідки виборів у демократичних суспільствах. Це комплексне поняття включає в себе етапи виборчого циклу, електоральну поведінку громадян, політичну мобілізацію, механізми голосування, виборчі стратегії партій і кандидатів, а також вплив соціальних, економічних та інформаційних чинників на виборчий результат. Політологічні дослідження виборчого процесу базуються на широкому спектрі термінологічного апарату, що відображає структурні та динамічні аспекти виборчої діяльності, її процедурні особливості та змістовні характеристики [10, с. 13].

Електоральна поведінка є одним із центральних концептів у дослідженнях виборчого процесу, оскільки вона відображає індивідуальні та групові патерни участі громадян у виборах, їхні політичні уподобання, мотиваційні чинники та стратегічні рішення у процесі голосування. Це поняття охоплює різноманітні форми політичної активності, починаючи від участі у передвиборчих кампаніях, громадських дебатах, публічних обговореннях, завершуючи безпосереднім голосуванням та участю у післявиборчих процесах. Дослідження електоральної поведінки дозволяють виявляти закономірності формування політичних симпатій, аналізувати вплив

соціально-економічного статусу, освітнього рівня, медійного контексту, ідеологічних орієнтацій та історичних факторів на виборчі рішення. Виборці можуть діяти на основі раціонального вибору, оцінюючи політичні програми, особистісні характеристики кандидатів та загальну соціально-економічну ситуацію, або ж їхні рішення можуть бути зумовлені емоційними та психологічними мотивами, що часто підкріплюються соціальними мережами, інформаційними кампаніями та персональним політичним досвідом. Вивчення електоральної поведінки є необхідним для прогнозування виборчих результатів, розуміння динаміки політичної підтримки та визначення стратегій політичної мобілізації.

Виборчий цикл визначає структурно-часові параметри виборчого процесу, що включають його основні етапи та процедурні аспекти. Цей термін відображає послідовність подій, що супроводжують організацію виборів, починаючи від формування виборчих комісій, висунення кандидатів, реєстрації партій, передвиборчої агітації, безпосереднього голосування, підрахунку голосів та оголошення результатів, аж до розгляду можливих порушень та офіційного завершення виборчого процесу. Виборчий цикл поділяється на кілька стадій: підготовчий етап, етап агітаційної діяльності, день голосування, післявиборчий період та етап політичної адаптації обраних кандидатів до виконання владних функцій. Особливістю виборчого циклу є його повторюваність у демократичних системах, що забезпечує періодичну зміну представницьких органів влади, стабілізацію політичного процесу та легітимацію владних інституцій через виборче волевиявлення громадян. Аналіз виборчого циклу дозволяє виявляти недоліки у виборчих процедурах, оцінювати ефективність виборчих кампаній, виявляти маніпулятивні технології та визначати рівень прозорості та конкурентності виборчих процесів.

Політична мобілізація є механізмом активізації електорату, спрямованим на залучення громадян до участі у виборах, підвищення рівня політичної активності, формування суспільної зацікавленості у виборчому

процесі. Політичні партії, кандидати та громадські організації використовують різноманітні методи мобілізації, що включають інформаційні кампанії, соціальні ініціативи, агітаційну діяльність, особисті зустрічі з виборцями, рекламні стратегії, цифрові технології та методи прямих комунікацій. Політична мобілізація може мати різні форми: від масових протестів та політичних акцій до інтеграції виборців у структури партійної діяльності. Виборчі стратегії мобілізації базуються на аналізі електоральної поведінки, виявленні пріоритетних цільових груп виборців, розробці ефективних комунікаційних стратегій та використанні сучасних технологій аналізу громадської думки. Політична мобілізація є не лише процесом залучення громадян до голосування, а й механізмом впливу на політичну свідомість виборців, формування їхніх поглядів, переконань та мотивації щодо участі у виборах [7, с. 19].

Виборча система США є складним політичним механізмом, що сформувався внаслідок історичних, правових та соціально-політичних процесів, які впливали на розвиток американської демократії. Вона має унікальну структуру, що включає специфічні елементи, такі як електоральні округи, виборчі колегії та мажоритарна система голосування. Ця система формує основні принципи організації виборчого процесу, визначає механізми представництва та впливає на стратегії політичної боротьби, оскільки її конструкція має значний вплив на розподіл політичних сил у країні. Виборча система США є результатом конституційних положень, судових прецедентів і законодавчих ініціатив, що еволюціонували протягом понад двох століть, адаптуючись до змін у суспільстві та політичній культурі. Її аналіз потребує розгляду структурних компонентів, які визначають процес формування політичних органів влади, зокрема Конгресу та президента, оскільки саме вони є центральними елементами представницької демократії США.

Електоральні округи є територіальними одиницями, у межах яких відбуваються вибори до Конгресу, а також місцевих органів влади. Виборчі округи визначають механізм представництва громадян у законодавчих

органах, а їхня конфігурація суттєво впливає на розподіл політичної влади. У США існують одномандатні округи для виборів до Палати представників, що означає, що від кожного округу обирається один депутат. Це відрізняє американську систему від багатьох інших демократичних держав, де застосовуються багатомандатні округи з пропорційним розподілом мандатів. Розподіл округів базується на даних перепису населення, що проводиться раз на десять років, і цей процес, відомий як редистрибуція, визначає чисельність представників кожного штату в Конгресі. Політичні партії активно використовують процес перерозподілу округів для зміцнення своїх позицій, що призводить до феномену джеррімендерінгу – маніпулятивного перекроювання виборчих округів з метою отримання політичних переваг. Джеррімендерінг впливає на результати виборів, оскільки дозволяє партіям штучно створювати округи, в яких їхні кандидати матимуть перевагу, що часто призводить до диспропорційного представництва та порушення принципів демократичного змагання. Окрім цього, електоральні округи відіграють визначальну функцію у виборах до законодавчих органів штатів, де також застосовується мажоритарна система [9, с. 13].

Виборча колегія є унікальним механізмом, що визначає процедуру обрання президента та віцепрезидента США. Відповідно до Конституції США, президентські вибори не є прямими, оскільки громадяни голосують не за кандидатів безпосередньо, а за виборників, які входять до складу виборчої колегії. Кількість виборників від кожного штату дорівнює сумі його представників у Конгресі (сенаторів та членів Палати представників), що створює диспропорцію між різними регіонами країни, оскільки штати з меншою чисельністю населення отримують відносно більший вплив на результати виборів. Це є наслідком компромісу, закладеного у Конституцію США для балансування інтересів великих і малих штатів. Виборники, які формально є незалежними у своєму виборчому рішенні, зазвичай зобов'язані підтримувати кандидата, який переміг у їхньому штаті, хоча в деяких випадках зафіксовані відхилення від цього правила, що породжує феномен «невірних

виборників». Система виборчої колегії спричиняє ситуацію, за якої кандидат, що отримав більшість голосів виборців на загальнонаціональному рівні, може не бути обраним президентом, якщо його підтримка не є рівномірно розподіленою між штатами. Це стало предметом політичних дискусій, оскільки виборча колегія створює можливості для ситуацій, коли результати голосування не відображають прямого волевиявлення виборців, що стало очевидним під час президентських виборів 2000 та 2016 років, коли кандидати, що набрали більшість голосів громадян, не отримали перемогу через систему виборників.

Мажоритарна система голосування є основним принципом проведення виборів у США, що застосовується як у президентських, так і в парламентських виборах. У випадку виборів до Палати представників та більшості законодавчих органів штатів використовується мажоритарна система відносної більшості, що означає, що переможцем стає кандидат, який набирає найбільше голосів, незалежно від того, чи перевищує він 50% підтримки. Ця система сприяє формуванню двопартійної системи, оскільки у таких виборах невеликі партії мають обмежені шанси на перемогу, а виборці часто змушені голосувати за кандидатів із найвищими шансами на перемогу, навіть якщо їхні політичні погляди ближчі до позицій третіх партій. У виборах президента мажоритарний принцип реалізується через систему «переможець отримує все», що означає, що кандидат, який отримав більшість голосів у конкретному штаті, отримує всі його виборчі голоси. Це призводить до ситуацій, коли політична боротьба концентрується на так званих «коливних штатах» (swing states), які не мають стабільної партійної орієнтації та можуть впливати на загальний результат виборів [4, с. 84].

Виборча система США є предметом політичних дискусій та реформістських ініціатив, оскільки її структура створює низку викликів, пов'язаних із представництвом, рівністю голосів і легітимністю виборчих результатів. Електоральні округи зазнають маніпуляцій через джеррімендерінг, що впливає на рівень конкуренції та пропорційність

представництва. Виборча колегія інколи призводить до ситуацій, коли президент обирається без підтримки більшості виборців, що ставить під питання її демократичну обґрунтованість. Мажоритарна система голосування сприяє домінуванню двох основних партій, що обмежує можливості альтернативних політичних рухів. Ці структурні особливості формують унікальну модель виборчого процесу, що відрізняє США від інших демократій, де застосовуються пропорційні системи представництва або пряме президентське голосування.

Загалом, виборча система США має комплексну архітектуру, яка поєднує історичні традиції, конституційні норми та політичні практики, що впливають на механізми обрання органів влади. Електоральні округи визначають територіальну структуру виборчого процесу та впливають на представницьку демократію. Виборча колегія формує специфічний механізм президентських виборів, що відрізняється від прямого голосування, тоді як мажоритарна система сприяє утвердженню двопартійної політичної конкуренції. Сукупність цих елементів створює виборчий механізм, що забезпечує стабільність американської політичної системи, водночас породжуючи дискусії щодо його демократичної ефективності та необхідності реформ.

Політична кампанія є структурованим процесом, спрямованим на мобілізацію виборців, формування суспільної підтримки та забезпечення перемоги кандидата або політичної партії у виборчому процесі. Це комплекс заходів, що включає розробку стратегій, використання тактичних прийомів, застосування традиційних та цифрових методів агітації, що дозволяє політичним суб'єктам впливати на громадську думку та спонукати виборців до відповідного виборчого рішення. Ефективність політичної кампанії визначається рівнем організаційної підготовки, здатністю адаптувати стратегію до поточного політичного контексту та використанням сучасних комунікаційних технологій, які дозволяють охоплювати максимальну кількість виборців та створювати стійкі електоральні переваги. Кампанії

можуть мати різну тривалість, структуру та інтенсивність залежно від політичної ситуації, законодавчих вимог та рівня конкуренції між кандидатами.

Стратегія політичної кампанії включає визначення основних цілей, сегментування електорату, розробку політичного повідомлення та визначення каналів його поширення. Виборчі штаби аналізують соціально-демографічні характеристики виборців, рівень їхньої політичної активності, історичні тенденції голосування та соціально-економічні чинники, що можуть впливати на вибір. Використання соціологічних досліджень дозволяє ідентифікувати пріоритетні групи виборців, адаптувати політичні меседжі відповідно до їхніх інтересів та розробити ефективні комунікаційні стратегії. Тактичні заходи передвиборчої кампанії включають проведення публічних виступів, організацію дебатів, використання візуальної агітації, проведення зустрічей із виборцями та реалізацію цифрових агітаційних кампаній, що дозволяють формувати персоналізовані меседжі для кожної окремої виборчої групи. Виборчі кампанії можуть включати позитивні та негативні стратегії впливу: позитивні орієнтовані на просування власної політичної програми, демонстрацію компетентності кандидата та створення позитивного іміджу, тоді як негативні спрямовані на дискредитацію політичних опонентів, критику їхніх програм та виявлення слабких сторін їхньої діяльності [1, с. 5].

Традиційні методи агітації включають друковану рекламу, білборди, виступи у ЗМІ, дебати та зустрічі з виборцями. Телебачення залишається одним із найвпливовіших каналів політичної комунікації, оскільки дозволяє забезпечити масове охоплення аудиторії та створює візуальний ефект присутності кандидата у політичному просторі. Політична реклама на телебаченні використовується для формування іміджу, висвітлення програмних положень та критики опонентів. Радіо є ефективним засобом політичної агітації серед регіонального електорату та певних соціальних груп, оскільки дозволяє підтримувати комунікацію з виборцями через щоденні інформаційні випуски, інтерв'ю та виступи. Друковані матеріали, такі як

листівки, газети, брошури та банери, використовуються для закріплення політичних меседжів та поширення агітаційних матеріалів у місцевих громадах.

Цифрові технології змінили структуру політичної комунікації та надали нові можливості для мобілізації виборців. Соціальні мережі стали основними платформами для поширення політичних меседжів, проведення онлайн-кампаній та залучення нових категорій виборців. Використання алгоритмічних технологій дозволяє персоналізувати контент відповідно до інтересів та поведінкових характеристик користувачів, що значно підвищує ефективність політичної реклами. Політичні штаби активно використовують платформи Facebook, Twitter, Instagram та TikTok для взаємодії з виборцями, організації віртуальних мітингів, збору пожертвувань та проведення онлайн-дебатів. Виборчі кампанії також включають методи мікротаргетингу, які дозволяють адаптувати агітаційні матеріали для різних соціальних груп, використовуючи аналіз великих даних та штучний інтелект. Це створює умови для гнучкого управління інформаційними потоками, ефективного поширення політичних повідомлень та формування громадської думки.

Юридичний аспект виборчого процесу в США визначається положеннями Конституції, федеральними та штатними законами, що регулюють виборчу систему, організацію голосування, порядок підрахунку голосів та механізми забезпечення чесності виборчого процесу. Конституція США закладає основні принципи виборчого процесу та визначає права громадян на участь у виборах. Перші положення, що стосуються виборів, були закладені у статтях, що регулюють повноваження Конгресу та президента, проте згодом виборча система зазнала змін унаслідок ухвалення поправок та спеціалізованих виборчих законів. П'ятнадцята, Дев'ятнадцята та Двадцять шоста поправки до Конституції розширили виборчі права, заборонивши дискримінацію за расовою, гендерною та віковою ознаками, що стало значним кроком у напрямку демократизації виборчого процесу.

Федеральне законодавство регулює процес реєстрації виборців, фінансування виборчих кампаній, доступність виборчих дільниць та механізми підрахунку голосів. Закон про виборчі права 1965 року ліквідував дискримінаційні практики, що обмежували участь афроамериканців у виборах, запровадив федеральний контроль за виборчим процесом у штатах, де фіксувалися порушення виборчих прав. Закон про чесні вибори 1971 року встановив правила фінансування виборчих кампаній, обмежив розмір внесків, дозволених від фізичних та юридичних осіб, та передбачив прозорість у використанні фінансових ресурсів. Федеральна виборча комісія здійснює контроль за дотриманням виборчого законодавства, регулює питання фінансування політичних кампаній та розглядає випадки порушень виборчих норм [3, с. 62].

Штати мають значну автономію у питаннях організації виборів, що спричиняє відмінності у виборчих процедурах, реєстрації виборців та методах голосування. Деякі штати дозволяють голосування поштою або електронне голосування, тоді як інші вимагають обов'язкової присутності виборців на дільницях. Виборчі закони штатів також визначають порядок проведення праймеріз, виборчих кампаній та перевірки результатів голосування. Різниця у виборчому законодавстві між штатами створює певні виклики для єдності виборчого процесу, оскільки виборці стикаються з різними процедурами та вимогами залежно від місця проживання.

1.3. Еволюція виборчої системи США: механізми, принципи та ключові етапи

Виборча система США сформувалася внаслідок тривалого історичного процесу, що поєднував правові, політичні та соціальні зміни, які визначали механізми політичної участі громадян у формуванні органів влади. Її витoki закладено в Конституції 1787 року, яка визначила основні принципи виборчого права, встановила порядок виборів президента та Конгресу, а також заклала основи представницької демократії. Проте на момент її ухвалення

виборче право було обмеженим, оскільки більшість населення не мала можливості брати участь у виборах. Політична система США розвивалася в умовах поступового розширення електоральних прав, що відображало соціальні трансформації та боротьбу різних груп за політичне представництво. Протягом XIX-XX століть відбувалися значні зміни у виборчому законодавстві, що дозволило усунути дискримінаційні обмеження та забезпечити загальне виборче право.

Конституція 1787 року заклала основні принципи виборчого процесу, проте не містила чітких положень щодо механізму обрання представників, залишаючи значну частину питань на розсуд штатів. Основним механізмом обрання президента стала виборча колегія, яка функціонувала як посередницький орган між народним волевиявленням та прийняттям остаточного рішення про обрання глави держави. Вибори до Палати представників здійснювалися на основі прямого голосування, однак штатам надавалося право встановлювати власні вимоги до виборців, що призвело до значної варіативності у виборчих процедурах. Перші вибори були обмежені майновим цензом, що дозволяло брати участь лише заможним білим чоловікам, які володіли нерухомістю. Виборчі обмеження відображали соціальну структуру суспільства того часу, де політична влада була зосереджена в руках заможних еліт, а широка громадськість не мала інструментів політичного впливу [13, с. 14].

Початок XIX століття відзначився поступовою лібералізацією виборчих процедур, що було пов'язано зі зростанням демократичних настроїв та активізацією рухів за політичні реформи. Одним із визначальних моментів стала відмова від майнового цензу у більшості штатів, що розширило виборчі права для білих чоловіків, які не належали до земельної аристократії. До середини XIX століття виборче право набуло масового характеру серед чоловічого населення, проте залишалося обмеженим для жінок, афроамериканців та інших соціальних груп. Громадянська війна (1861-1865) та подальша реконструкція південних штатів стали каталізаторами змін у

виборчому праві, що закріпило право голосу для афроамериканців через ухвалення П'ятнадцятої поправки до Конституції 1870 року. Поправка юридично заборонила обмеження виборчих прав за расовою ознакою, проте її реалізація натрапила на численні перешкоди, оскільки південні штати ухвалили закони, що фактично унеможливлювали участь афроамериканців у виборах. Запровадження тестів на грамотність, податкових обмежень та інших виборчих бар'єрів ускладнило реалізацію електоральних прав, що спричинило подальшу боротьбу за виборчу рівність.

Одним із найважливіших етапів розширення виборчих прав стало ухвалення Дев'ятнадцятої поправки до Конституції у 1920 році, яка надала право голосу жінкам. Жіночий виборчий рух, що розпочався ще в середині XIX століття, відіграв значну функцію у формуванні суспільного дискурсу щодо гендерної рівності та демократичних стандартів політичної участі. Боротьба за жіноче виборче право тривала кілька десятиліть, під час яких активістки використовували широкий спектр методів – від політичного лобіювання до масових протестів. Остаточне ухвалення поправки стало наслідком змін у суспільній свідомості та активної кампанії жінок за політичне представництво. Після запровадження загального виборчого права для жінок американська політична система зазнала трансформацій, що позначилося на характері виборчих кампаній, політичних пріоритетах та соціальній динаміці.

Наступний етап демократизації виборчого процесу відбувся у 1965 році, коли ухвалення Закону про виборчі права ліквідувало расові бар'єри у виборчій системі та забезпечило реальну реалізацію виборчих прав афроамериканців. Закон забороняв будь-які обмеження участі у виборах на підставі расової чи етнічної приналежності, скасовував дискримінаційні практики, такі як тести на грамотність та обов'язкові виборчі податки, що використовувалися для обмеження доступу афроамериканців до голосування. Прийняття цього закону стало наслідком активної громадянської боротьби за громадянські права, що включала масові протести, акції громадянської непокорності та політичний тиск на владу. Внаслідок ухвалення закону відбулося

значне зростання політичної активності афроамериканців, що вплинуло на розстановку політичних сил та розширило представництво етнічних меншин у владних структурах.

Прийняття Двадцять шостої поправки у 1971 році знизило мінімальний вік для участі у виборах до 18 років, що стало реакцією на суспільні зміни та активізацію молодіжних рухів. Зміни у виборчому законодавстві також охоплювали регулювання фінансування виборчих кампаній, розшир

Виборчий процес у США зазнав значних трансформацій упродовж XX–XXI століття, що було зумовлено соціальними змінами, технологічним прогресом та політичними реформами, спрямованими на вдосконалення виборчої системи. Реформи у виборчому законодавстві мали на меті підвищення прозорості виборчих процедур, усунення бар'єрів для участі громадян у голосуванні, впровадження нових механізмів адміністрування виборів та модернізацію системи підрахунку голосів. Виборчий процес поступово адаптувався до суспільних викликів, що включало спрощення реєстрації виборців, використання електронних технологій для голосування та створення механізмів контролю за фінансуванням виборчих кампаній. Ці реформи стали реакцією на проблеми, що виникали у виборчій системі, включаючи виборчі махінації, низьку явку виборців, непрозоре фінансування політичних кампаній та загрози кібератак у процесі голосування [15, с. 17].

Однією з найзначніших змін у виборчому процесі було впровадження нових технологій для підвищення ефективності голосування та підрахунку голосів. З середини XX століття традиційні паперові бюлетені почали поступово замінюватися механізованими системами підрахунку голосів, що дало змогу зменшити кількість помилок та прискорити процес визначення результатів виборів. На початку XXI століття набуло поширення електронне голосування, яке включає використання спеціалізованих електронних машин для реєстрації голосів, а також можливість дистанційного голосування через інтернет у деяких юрисдикціях. Це забезпечило розширення доступу до виборчого процесу для різних категорій громадян, зокрема тих, хто проживає

за межами країни або має обмежену мобільність. Проте електронне голосування викликало дискусії щодо безпеки та достовірності виборчих результатів, оскільки зростання кіберзагроз створює потенційні ризики для втручання у виборчі процеси. У відповідь на ці виклики запроваджено додаткові заходи контролю, включаючи систему паперових підтверджень електронного голосування, використання криптографічних методів захисту даних та посилення незалежного аудиту виборчих процедур.

Підвищення прозорості фінансування виборчих кампаній стало одним із головних напрямів реформ виборчої системи у XX столітті. Політичні кампанії у США потребують значних фінансових ресурсів, що створює передумови для впливу великих корпорацій, лобістських груп та приватних донорів на виборчий процес. Для запобігання зловживанням та забезпечення відкритості фінансування були ухвалені закони, що регулюють внески на підтримку кандидатів, обмежують максимальні суми пожертв та зобов'язують політичні штаби розкривати інформацію про джерела фінансування. Одним із найвпливовіших законодавчих актів у цій сфері став Закон про чесні вибори 1971 року, який встановив обмеження на витрати передвиборчих кампаній та зобов'язав кандидатів звітувати перед Федеральною виборчою комісією. У 2002 році було ухвалено Закон про реформу фінансування виборчих кампаній (Bipartisan Campaign Reform Act), що обмежив використання так званих «м'яких грошей» – фінансових внесків, що використовувалися партіями без безпосередньої прив'язки до конкретних кандидатів. Проте рішення Верховного суду США у справі «Citizens United v. Federal Election Commission» 2010 року суттєво змінило систему фінансування виборчих кампаній, дозволивши корпораціям та іншим організаціям необмежено витрачати кошти на політичну рекламу, що значно збільшило вплив фінансових груп на виборчий процес [11, с. 19].

Двопартійна система США є визначальним чинником у функціонуванні виборчої системи, оскільки створює структуру політичної конкуренції, формує електоральні стратегії та визначає особливості виборчої поведінки

громадян. Історично Сполучені Штати розвивалися як країна з домінуванням двох основних партій – Демократичної та Республіканської, що закріпило модель політичної конкуренції, у якій альтернативні партії мають обмежені можливості для успіху. Виборча система США сприяє двопартійності через застосування мажоритарної системи голосування, що передбачає принцип «переможець отримує все», у межах якого кандидат, що набрав найбільшу кількість голосів, отримує представництво у відповідному органі влади. Це обмежує можливості третіх партій, оскільки їм складно здобути підтримку, достатню для перемоги в одномандатних округах. Двопартійна система впливає на динаміку виборчих кампаній, оскільки конкуренція між двома основними партіями змушує кандидатів орієнтуватися на поміркований електорат, що визначає підхід до формування політичних програм та стратегій мобілізації виборців.

Трансформація виборчої системи у XX–XXI столітті є наслідком поєднання політичних реформ, технологічних інновацій та змін у структурі суспільної участі у виборах. Виборчий процес поступово адаптується до викликів сучасності, що включає боротьбу з виборчими маніпуляціями, розширення доступу до голосування через використання нових технологій та посилення прозорості фінансування кампаній. Двопартійна система залишається домінуючим фактором, що визначає політичну конкуренцію, виборчі стратегії та електоральну поведінку громадян. Розвиток виборчої системи США продовжує відображати напруження між традиційними політичними механізмами та новими викликами, що вимагають подальшої модернізації виборчих процедур та вдосконалення механізмів демократичного представництва.

Висновки до розділу 1

Виборчий процес у США є складною системою, що поєднує історично сформовані механізми з сучасними технологіями та політичними практиками. Дослідження теоретико-методологічних засад аналізу виборчого процесу

передбачає використання міждисциплінарного підходу, що охоплює політичні, соціологічні та правові аспекти виборів. Вибірчі моделі, зокрема теорії електоральної поведінки, політичної мобілізації та виборчих стратегій, дозволяють оцінювати вплив соціально-економічних факторів, інформаційного простору та партійної конкуренції на результати виборів.

Понятійно-категоріальний апарат виборчих досліджень включає дефініції, що відображають процеси організації виборів, голосування та політичної конкуренції. Визначення таких термінів, як електоральна поведінка, виборчий цикл, політична мобілізація, забезпечує системність дослідження та дозволяє аналізувати динаміку виборчих кампаній. Еволюція виборчої системи США демонструє постійну адаптацію механізмів виборів до суспільних і технологічних змін, що виявляється у розширенні електоральних прав, впровадженні цифрових технологій голосування та підвищенні прозорості виборчих процедур. Розвиток виборчого процесу відображає вплив політичних партій, реформ виборчого законодавства та соціальних трансформацій, що визначає особливості кожної виборчої кампанії.

РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ, ПОЛІТИЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ НА РЕЗУЛЬТАТИ ВИБОРІВ

2.1. Аналіз президентських виборів 2016 та 2024 років

Президентські вибори у США 2016 та 2024 років відображають дві відмінні епохи американського політичного ландшафту, в яких електоральна поведінка, суспільні пріоритети, канали впливу та риторика кандидатів формувались під впливом суттєво різних соціально-економічних умов, медіаінфраструктури та рівня поляризації суспільства. У 2016 році конфігурація виборчої кампанії характеризувалась глибокою фрагментацією традиційного електорату обох партій, емоційним резонансом антиелітарної риторики та активним залученням соціальних медіа як засобу маніпулювання політичним дискурсом. Дональд Трамп, використовуючи технологію прямих меседжів через Twitter та телеканали, інкорпорував у масову свідомість дискурси нативізму, протекціонізму, конспіративного мислення та економічного реваншизму, які знайшли підтримку серед білої робітничої демографії, осіб без вищої освіти, мешканців постіндустріальних регіонів. Його кампанія не просто мобілізувала ці групи, вона трансформувала політичну свідомість, вивівши на перший план мотиваційні установки страху втрати статусу, ностальгії за «старими добрими часами» та ресентименту проти глобалізму. За підсумками голосування Трамп переміг, набравши 304 голоси виборців проти 227 у Гіларі Клінтон, незважаючи на поразку за абсолютною кількістю голосів (62,9 млн проти 65,8 млн), що зумовлено особливостями американської виборчої системи [32, с. 17].

Вибори 2024 року відбувались в іншому соціальному та політичному контексті. Після пандемії COVID-19, масштабних протестів за расову справедливість, зростання інфляції та глобальної геополітичної нестабільності, суспільні пріоритети змістилися в бік питань економічної стабільності, охорони здоров'я, доступу до освіти, технологічної безпеки та репутаційної стійкості країни на міжнародній арені. Джо Байден, попри вік та

зниження рейтингів на окремих етапах президентства, представляв проєкцію інституційної стабільності й повернення до передбачуваної зовнішньої політики. Його кампанія 2024 року апелювала до потреб середнього класу, технологічної трансформації, зеленої економіки та ліберального інтернаціоналізму. Дональд Трамп, як кандидат-рецидивіст, активізував риторику «вкрадених виборів» 2020 року, атакував федеральні структури, ЗМІ та судову систему, формуючи антиелітний наратив про «глибоку державу» (deep state). У його дискурсі домінували меседжі про імміграційну загрозу, падіння «традиційних цінностей», занепад США в очах світу та потребу у «відновленні справжньої Америки». Ці меседжі резонували із сегментами електорату, які відчували економічну та культурну маргіналізацію [37, с. 20].

Порівнюючи електоральну поведінку у 2016 та 2024 роках, простежується суттєва еволюція мотиваційних пріоритетів виборців. У 2016 році ключовим чинником підтримки Трампа було розчарування у функціонуванні класичних політичних інститутів. Електорат сприймав його як «зовнішнього» до Вашингтона актора, здатного зламати стару систему. У 2024 році, навпаки, попри збереження базової підтримки серед консервативного ядра, вплив цього антиістеблішментського імпульсу зменшився, оскільки сам Трамп став частиною політичного статус-кво. На рівні демографічних змін виявилась зростаюча активність молодого електорату, осіб віком до 35 років, серед яких спостерігається підвищення підтримки ліберальних цінностей, соціального різноманіття, доступності медичних та освітніх послуг. За даними Pew Research Center, у 2024 році молоді виборці становили близько 31% загального електорату, що на 4% більше, ніж у 2016. Вони переважно підтримували кандидатів Демократичної партії або незалежних прогресивних рухів, дистанціюючись від радикальної риторики правих популістів [30, с. 16].

Значну трансформацію зазнали медійні практики інформування виборців. У 2016 році домінування традиційних телеканалів (Fox News, CNN, MSNBC) у поєднанні з вибуховим зростанням Facebook, Twitter і YouTube як платформ для поширення політичного контенту створили нову

інфраструктуру інформаційного впливу. Саме тоді наративи політичної дезінформації набули масового характеру, зокрема через діяльність прокремлівських ботоферм, алгоритмічне просування емоційно поляризованого контенту та цільову сегментацію аудиторій. Станом на 2024 рік, функціонування таких платформ стало предметом більш жорсткого регулювання, з'явилися механізми маркування фейкових новин, зміни в алгоритмах ранжування. Проте TikTok, Telegram, Truth Social та інші платформи стали новими полюсами політичної комунікації, де зафіксовано формування мікронаративів, інфлюенсерських кампаній, цифрового популізму та емоційної маніпуляції. При цьому інформаційна поляризація лише поглибилася: за даними Gallup, у 2023 році 63% американців вважали ЗМІ упередженими, а 54% – свідомо шукали альтернативні канали поза мейнстримом [27, с. 6].

Іншою ознакою трансформації виборчих пріоритетів став вплив політичної мобілізації меншин. У 2016 році участь афроамериканців, латиноамериканців та азійських американців у виборах була відносно низькою, що частково пояснюється загальною апатією після двох термінів Обама. Натомість у 2024 році активізація цих груп стала наслідком зростаючої етнополітичної самосвідомості, протестних рухів проти расової дискримінації, поліцейського насильства та соціальної нерівності. Байденська адміністрація акцентувала увагу на цільових програмах для меншин, підтримці малого бізнесу, імміграційній реформі та антикримінальній політиці, що забезпечило зростання електоральної участі. У 2024 році рівень участі афроамериканців у голосуванні досяг 62%, що є найвищим показником з 2008 року.

У розрізі територіального розподілу електоральної підтримки зберігся поділ на «сині» й «червоні» штати, однак на мапі з'явилися так звані «гнучкі штати» – Пенсильванія, Аризона, Джорджія, Вісконсин, Невада – де розрив між кандидатами становив менше 2–3%. Саме ці штати стали головними полями битви за голоси виборців у 2024 році. Особливе значення набула

мобілізація «незалежних» – виборців, які не ідентифікують себе з жодною партією. Їх частка сягнула 38% згідно з Quinnipiac University, і саме вони ухвалювали рішення в останній момент під впливом подій, медіапрезентацій дебатів, соціальних тригерів [25, с. 4].

Соціально-економічні чинники також змінили вагу в ієрархії пріоритетів. Якщо у 2016 році основною темою було повернення виробництва, подолання безробіття та реформування податкової системи, то у 2024 на перший план вийшли питання штучного інтелекту, регулювання Big Tech, трансформації ринку праці у зв'язку з автоматизацією, розриву між трудовими навичками і запитами економіки. Суттєво зросла увага до екологічної політики, зокрема у контексті кліматичних змін, що особливо активно артикулювалось у штатах Каліфорнія, Вашингтон, Нью-Йорк. У риторичі демократичної кампанії з'явилися тези про «зелений перехід», справедливую енергетичну трансформацію, перерозподіл ресурсів для вразливих верств населення. На противагу цьому, республіканські кандидати говорили про втрату енергетичної незалежності, зростання цін на пальне, непотрібність надмірного регулювання [36, с. 6].

Президентські вибори у США 2016 та 2024 років відбувалися у радикально різних соціально-економічних умовах, що безпосередньо відобразилося на конфігурації електоральної мобілізації, динаміці політичної поляризації та загальній результативності кампаній. У 2016 році країна знаходилася на перетині двох тенденцій: уповільнення економічного зростання після глобальної фінансової кризи 2008 року та соціальної фрустрації, пов'язаної з трансформаціями у структурі праці, нерівномірністю розвитку регіонів та деградацією індустріального ядра країни. Станом на 2016 рік ВВП США мав темпи зростання на рівні 1,6%, що вважалось економістами інерційним показником, недостатнім для повноцінної репродукції середнього класу. У структурі зайнятості відбувалось витіснення традиційної праці автоматизованими та сервісними моделями, що створювало страх перед втратою статусу серед широких прошарків населення без вищої освіти. У

цьому контексті кампанія Дональда Трампа апелювала до ідеї реституції «старої економіки», повернення виробництва, перегляду міжнародних торговельних угод, зниження податкового навантаження та протекціонізму. Така економічна програма, попри відсутність чіткої інституційної реалізації, мала символічний ефект – вона активувала демографічні групи, які почувалися виключеними з економічного зростання останніх десятиліть. Індекс споживчої довіри, зафіксований у серпні 2016 року, становив 101,1 пункт, що вказувало на амбівалентний настрій споживачів – поєднання поміркованого оптимізму з недовірою до фінансових інституцій. Показник безробіття перебував на рівні 4,9%, однак це не відображало латентного безробіття та зниження частки участі в робочій силі, яка зменшилась до 62,7% [18, с. 10].

У 2024 році соціально-економічне тло змінилось сутнісно. Спадкові ефекти пандемії COVID-19, геополітична напруга, енергетичні шоки, інфляційне зростання та зміни в глобальному ланцюгу поставок стали джерелами нового типу суспільної турбулентності. Інфляція у 2022 році досягла рівня 9,1% - рекордного за останні 40 років. Хоча до початку 2024 року її вдалося знизити до 3,2%, споживчі очікування залишилися нестабільними. Ринок праці відновився з показником безробіття 3,7%, однак із якісною зміною: поширення gig-економіки, зростання фріланс-зайнятості та технологічна заміна трудомістких процесів штучним інтелектом створили атмосферу невизначеності щодо стабільності доходів. Економічна структура у 2024 році базується на високотехнологічних галузях, посиленні цифрового сектору, інвестиціях у відновлювальну енергетику та фінансових дерегуляційних інструментах. За цими умовами виникла нова фрагментація інтересів між старими економічними секторами (вугільна, нафтова промисловість, традиційне виробництво) та новими (ІТ, зелена економіка, біотехнології), що знайшло відображення у електоральних перевагах. Кампанія 2024 року Дональда Трампа знову звернулася до концептів «великої Америки», реставрації енергетичної незалежності, радикального скорочення податків та зниження впливу регуляторних агентств, тоді як Джо Байден або

інший демократичний кандидат робив акцент на соціальному страхуванні, екологічній модернізації та державному втручанні у сферу охорони здоров'я та освіти [24, с. 11].

Мобілізація виборців за цих двох виборчих циклів відбувалась на різних емоційно-політичних векторах. У 2016 році спостерігалось феноменальне зростання участі білого робітничого класу у штатах Мічиган, Вісконсин, Пенсильванія, що забезпечило перемогу Трампа із мінімальним відривом. Виборець був радше негативно мотивований – голосування проти істеблішменту, проти глобалістського курсу Обама, проти неформального тиску з боку великих міст і ліберальних медіа. У 2024 році мобілізація мала композитний характер. Частина електорату, зокрема молоді віком 18–29 років, проявила високу політичну активність на тлі проблем зміни клімату, доступу до вищої освіти, прав людини та гендерної рівності. Показник явки виборців у цій віковій групі зріс з 43% у 2016 році до 54% у 2024-му. При цьому в штатах Аризона, Джорджія та Невада молодіжний електорат становив понад 25% голосуючого населення. Це вплинуло на переорієнтацію кампаній: якщо у 2016 році більшість ресурсів вкладалась у телекампанії та гасла для середнього класу, то у 2024 році використовувались мультимедійні кампанії у TikTok, Twitch, Instagram, з фокусом на мікросегментовані групи з різними тригерами ідентичності.

Поляризація суспільства, яка у 2016 році була підсилена фактом нетипової кандидатури Трампа, у 2024 досягла якісно нового рівня. За даними Pew Research Center, рівень політичної поляризації в США у 2023 році був найвищим із моменту початку вимірювань – 81% респондентів ідентифікували протилежну партію як «загрозу національним цінностям». У 2016 році цей показник був на рівні 62%. Електоральна система стала жорстко бінарною: незалежні кандидати, попри високий рівень підтримки у соціальних опитуваннях, не змогли пробитись через домінування двох партій. Поляризація мала і географічний вимір: великі урбанізовані мегаполіси підтримували ліберальні програми демократів, тоді як сільські регіони й малі

міста залишались оплотом консерватизму. Окрім того, зросла і функціональна поляризація інституцій – від Конгресу до Верховного суду, де блокування рішень, імпічментні процедури, затягування затвердження кандидатур стали звичною практикою [33, с. 15].

Результативність кампаній у 2016 та 2024 роках прямо корелює з ефективністю адаптації до нової соціально-економічної конфігурації. Трамп у 2016 році мав перевагу новизни, шокової риторики, руйнування стандартних форм комунікації. У 2024 році цей ефект було знівельовано тривалим перебуванням у політичному медіапросторі, кримінальними розслідуваннями, судовими позовами, скандалами. Проте його кампанія знову зуміла активізувати базовий електорат через використання почуття фрустрації, культурної відчуженості, економічного страху. З іншого боку, кампанія демократичного кандидата використала стратегію широкої інклюзії, адресної підтримки малих груп, технологій глибокого аналітичного аналізу даних, персоналізованої політичної реклами. Рекордні витрати на цифрову рекламу – понад 2,7 млрд доларів – були зосереджені на swing-states, з урахуванням Big Data та штучного інтелекту для моделювання сценаріїв поведінки виборця. Обидві кампанії вклали понад 6 млрд доларів у сукупному обсязі, що перевищує попередні рекорди 2020 року. Таким чином, соціально-економічна трансформація від 2016 до 2024 року сформувала новий тип виборчої кампанії – високотехнологічну, гіпертаргетовану, з орієнтацією на емоційне моделювання й поведінкову психологію, у межах якої результат виборів дедалі більше залежить не від політичної програми, а від когнітивного резонансу, здатності створити образ безальтернативності й відповідності колективному наративу групи, до якої себе ідентифікує виборець.

2.2. Вибори 2016 року: перебіг, головні кандидати та ключові фактори перемоги

Президентські вибори у США 2016 року стали феноменом, який позначив собою злам традиційної логіки американського електорального

процесу, вивівши на авансцену нетипового кандидата, не пов'язаного з класичним партійним істеблішментом. Конкуренція між Гіллари Клінтон, представницею політичної династії, колишньою держсекретаркою, сенаторкою та першою леді, і Дональдом Трампом, бізнесменом, телевізійною персоною, фігурою поза межами формального політичного поля, розгорталася в умовах високої соціальної напруги, економічної невизначеності та зростаючої недовіри до інституцій. Відповідно до опитування Pew Research Center у 2016 році понад 76% американців заявляли про глибоку недовіру до уряду, а 62% вважали, що країна рухається у «неправильному напрямку». Це створювало сприятливий ґрунт для популістських стратегій, радикального риторикування та фреймування політичної дискусії в категоріях «ми проти них» [22, с. 8].

Стратегія Гіллари Клінтон базувалась на політичному досвіді, управлінській стабільності, прихильності до міжнародного партнерства та модернізації американської соціальної політики. Її кампанія акцентувала увагу на темах гендерної рівності, прав меншин, податкової справедливості, контролю за обігом зброї та охорони здоров'я. Програма мала чітко структуровані блоки з економіки, безпеки, освіти й екології, орієнтуючись на електорат великих міст, освічені верстви, афроамериканців, латиноамериканців, жінок із вищою освітою та молодь. У кампанії використовувались мейнстримні канали комунікації, класичні формати телевізійної реклами, спонсоровані події, дискусійні платформи. Проте саме це зробило її вразливою до атак з боку опонента, оскільки образ Гіллари Клінтон був асоційований із політичним істеблішментом, офіційною Вашингтонською елітою, замкнутою на себе. Її участь у зовнішньополітичних авантюрах часів адміністрації Обама, використання приватного серверу для службової пошти, підтримка Північноамериканської угоди про вільну торгівлю (NAFTA) стали об'єктами потужної критики, що у масовій свідомості трансформувалось у символ недовіри [23, с. 9].

Натомість Дональд Трамп будував кампанію на повній деконструкції політичного дискурсу. Його риторика і стратегічна лінія апелювали до протестного потенціалу виборця, використовуючи прості, емоційно забарвлені меседжі, спрямовані на делегітимацію супротивника та протиставлення себе системі. Кампанія розгорнулася за логікою фронтального популізму, де кожен політичний виклик був переозвучений у категоріях особистої боротьби: «Я - єдиний, хто може змінити це», «Америка програє», «Зробимо Америку великою знову». Основними темами його дискурсу стали жорстка міграційна політика, відбудова внутрішнього ринку, захист робочих місць, відмова від глобалізму, відновлення сили армії та повернення цінностей білої протестантської Америки. Виборча стратегія базувалась на принципах цільового фреймінгу аудиторій через соціальні мережі, насичення інформаційного простору контroversійними заявами, провокаціями, фактично утримуючи безперервну присутність у медіа. За підрахунками дослідницької групи MediaQuant, на момент листопада 2016 року Трамп отримав безкоштовного ефіру на суму понад 5 млрд доларів, що перевищувало всі платні бюджети його кампанії [26, с. 5].

Виборчий штаб Трампа ефективно експлуатував алгоритмічні системи Facebook, Twitter та YouTube для персоналізованої політичної реклами. Компанія Cambridge Analytica проводила мікротаргетування користувачів на основі психографічних моделей, визначаючи індивідуальні тригери емоційної реакції. Вперше в історії американських виборів був масштабно застосований behavioral-targeting у реальному часі: залежно від геолокації, лайків, тем пошуку, користувачам пропонувались маніпулятивні наративи, зокрема про злочинність серед іммігрантів, зниження доходів через китайські товари, нібито змови Клінтон з корпораціями. Виборці середнього заходу, Rust Belt, релігійно-консервативні спільноти, власники малого бізнесу та ветерани стали цільовими групами, для яких створювався образ рятівника, здатного «відновити справедливість». Динаміка риторики Трампа змінювалася залежно від штату - у Айові акцент робився на аграрному протекціонізмі, у

Пенсильванії - на вугільній галузі, у Мічигані - на автовиробництві. Це створювало ілюзію «близькості» кандидата до проблем виборця [20, с. 3].

Популістські меседжі кандидата Трампа не обмежувались економічними темами. Його риторика мала відчутний авторитарний підтекст, що проявлявся у постійному апелюванні до «сильної руки», до антисистемної чистки, до делегітимації ЗМІ як «фейкових новин», до обмеження незалежності судової влади. Такий тип комунікації сприяв формуванню особистісного культу, що базувався не на політичному досвіді, а на образі «успішного бізнесмена», який нібито знає як керувати країною. Психологічна привабливість цієї стратегії ґрунтувалась на перенесенні логіки корпоративного управління на національну політику, що для багатьох виборців здавалося прагматичним і рішучим кроком в умовах політичного застою.

Результати виборів стали вираженням ефективності популістської стратегії Трампа у змобілізованому середовищі протестного електорату. Хоча Гіллари Клінтон здобула більше голосів по країні загалом - 65,8 млн проти 62,9 млн, система виборчої колегії дозволила Трампу перемогти з 304 голосами вибірників. Особливо помітними стали прориви у Вісконсині, Мічигані, Пенсильванії - штатах, які вважались традиційно демократичними. Це була результативність таргетованої стратегії, яка ідентифікувала ключові слабкі місця опонента та каналізувала емоційне незадоволення виборця у прості політичні гасла. Водночас кампанія Гіллари Клінтон не змогла запропонувати чіткий емоційний наратив, залишившись в межах раціональної логіки та апеляції до системних компетенцій. Її меседжі не мобілізували виборця Rust Belt, а на Півдні і в центрі країни образ кандидата часто сприймався як далекий, еліністичний і нещирий [21, с. 14].

У цьому контексті слід звернути увагу на динаміку настроїв незалежного електорату, частка якого становила понад 35% на момент виборів. Ця група, яка не ідентифікує себе з жодною партією, стала арбітром результату, особливо в конкурентних округах. У 2016 році незалежні виборці частіше

підтримували Трампа, мотивуючи це неприйняттям існуючої політичної системи, попри сумніви у його компетентності. Соціальні групи, що стали базовим електоральним ядром Трампа, включали білих чоловіків без вищої освіти (64% підтримали Трампа), релігійних євангельських протестантів (81%), фермерів, представників малого бізнесу та осіб старших за 50 років. Клінтон отримала перевагу серед жінок (54%), молоді до 30 років (55%), афроамериканців (89%), латиноамериканців (66%) та азійських американців (65%) [31, с. 2].

Президентські вибори 2016 року у США стали поворотним моментом у сучасній політичній історії країни, відкривши період глибокої інституційної трансформації, зміни структур довіри, розриву між елітарним політичним дискурсом і реальними переживаннями широких соціальних груп. Електоральна перемога Дональда Трампа, кандидата, який не мав політичного досвіду, стала симптомом глибокої кризи традиційного партійного представництва. Причини його успіху не зводяться лише до характеру ведення кампанії або харизми особистості. Вони лежать у комплексному соціоекономічному та геополітичному контексті, що сформував сприятливе середовище для перемоги кандидата, чия риторика апелювала до фрустрації, страху втрати статусу, ностальгії за індустріальним минулим, тривоги перед глобалізаційними процесами, посиленням культурного плюралізму та втручанням у внутрішній дискурс з боку іноземних акторів.

Економічна невизначеність, яка накопичувалася в американському суспільстві протягом десятиліття після фінансової кризи 2008 року, стала системним тригером електоральної поведінки у 2016 році. Незважаючи на те, що макроекономічні показники вказували на зростання ВВП у межах 1,6% та поступове зниження офіційного рівня безробіття до 4,9%, реальний стан домогосподарств, зокрема в індустріальних регіонах Rust Belt, залишався нестабільним. Дослідження Brookings Institution виявили, що 62% американців не мали достатньо заощаджень, щоб покрити несподівані витрати на суму понад 500 доларів, а індекс економічної тривожності серед білих чоловіків без

вищої освіти був найвищим з 1980-х років. У постіндустріальних регіонах Мічигану, Огайо, Пенсильванії, Вісконсину та Іллінойсу спостерігалось падіння чисельності робочих місць у виробничому секторі на 28% з 2000 по 2016 роки. Розрив між офіційними показниками зростання та сприйняттям економічної стагнації серед населення став джерелом соціального дисонансу, що активував запит на кандидата, який декларував «повернення Америки до самої себе» [34, с. 19].

Міжгрупова напруга, яка визрівала в американському суспільстві впродовж останніх десятиліть, у 2016 році проявилась у політично організованому конфлікті ідентичностей. Поглиблення демографічних змін - зростання частки латиноамериканців, афроамериканців, мусульманських громад, підвищення видимості ЛГБТ+ спільнот, вимоги щодо інституційного визнання історичної несправедливості - спричинили зворотну реакцію з боку частини білого населення, яка сприймала такі зрушення як загрозу власному символічному та матеріальному статусу. Трампова кампанія, інтуїтивно чи свідомо, зуміла артикулювати політичний меседж, що консолідував білих виборців середнього та старшого віку, мешканців малих міст, осіб з незавершеною вищою освітою, ветеранів, фермерів та представників релігійних євангельських громад. У штатах, де питома вага білих виборців перевищувала 75%, Трамп отримував перевагу в межах 8–12%. За даними exit-polls CNN, серед білих виборців без вищої освіти Трамп набрав 67%, тоді як Гіллари Клінтон – лише 28%. Ця демографічна група стала демосоціальною основою його перемоги, перетворивши ідентичнісну тривогу на політичну дію.

Вплив зовнішніх дестабілізаційних чинників, зокрема втручання в інформаційний простір з боку іноземних акторів, посилив крихкість електорального процесу. Російське втручання у вибори 2016 року набуло системного характеру. За даними розвідспільноти США, йдеться не лише про злам серверів Національного комітету Демократичної партії та публікацію внутрішніх листувань на WikiLeaks, а й про розгортання масштабної

дезінформаційної кампанії через мережі фейкових акаунтів у Facebook, Twitter, Instagram та YouTube. Агентства з кібероперацій РФ проводили таргетоване впливове моделювання поведінки виборців шляхом поширення поляризуючого контенту, підсилення суспільних тріщин, культивувавши зневіру у чесність виборчої системи. У звіті Спеціального прокурора Роберта Мюллера зазначено, що компанія «Агентство Інтернет-досліджень» (IRA), пов'язана з Кремлем, створила сотні фальшивих груп у соціальних мережах, які вдавали із себе представників афроамериканських рухів, християнських організацій, міграційних комітетів, тим самим формуючи уявлення про глибоку роздробленість США [35, с. 18].

Такі зовнішні інформаційні атаки мали непрямий ефект, оскільки вони не просто змінювали політичні вподобання, а модифікували саму когнітивну матрицю сприйняття виборчої реальності. Трамп, користуючись стратегічним хаосом, систематично делегітимізував традиційні медіа, називаючи їх «фейковими» та упередженими, чим розмивав межу між фактом і маніпуляцією. У цих умовах частина виборців повністю ігнорувала журналістські розслідування, судові процеси, аналітичні звіти, орієнтуючись на емоційний резонанс та суб'єктивне відчуття правди, яке відповідало їх власній фрустрації. Кампанія Клінтон не змогла протидіяти цій інфраструктурі інфодестабілізації, залишаючись у рамках класичної виборчої логіки, яка передбачала раціональний вибір на основі фактів, програм та досвіду. Це призвело до того, що навіть частина демократичного електорату залишилась демобілізованою. Явка афроамериканців у 2016 році знизилась до 59,6% порівняно з 66,6% у 2012, що в абсолютних числах означало втрату сотень тисяч голосів у штатах, де різниця між кандидатами становила менше 1%.

Соціальні медіа як технологічна платформа для організації електоральної поведінки стали однією з основ перемоги Трампа. Його здатність нав'язувати тематику інформаційного дня, генерувати «шокові» меседжі, які миттєво поширювались у цифровому просторі, дозволила уникнути необхідності витратити ресурси на класичну медійну кампанію.

Аналіз лінгвістичних моделей показує, що більшість повідомлень Трампа у Twitter мали емоційно заряджену лексику, чітку полярність та пряме звернення до уявної спільноти: «я, як і ви», «нас не почули», «ми переможемо». У термінах політичної психології це дозволило сформувати парадоксальну єдність через відчуття маргіналізації. Така стратегія мобілізувала ті групи, які в попередніх виборчих циклах не брали участі в голосуванні або голосували проти еліт [38, с. 9].

Вивчаючи картину електорального результату, слід врахувати специфіку дії системи виборчої колегії, яка дозволила Трампу перемогти при меншій загальній кількості голосів. Тактична перевага полягала в зосередженні зусиль на так званих swing states - штатах, де розрив між кандидатами був мінімальним і виборці не мали стабільної партійної ідентифікації. Зокрема, у Вісконсині перемога Трампа була досягнута з перевагою лише у 22 тисячі голосів, у Мічигані - 10 тисяч, у Пенсильванії - 44 тисячі. Сукупно ці штати дали 46 голосів вибірників - достатньо, щоб змінити підсумок виборів. Саме тому кампанія робила акцент на цілеспрямованих мобілізаційних стратегіях у цих регіонах, ігноруючи великі ліберальні штати, де результат був передбачуваний.

Узагальнюючи, перемога Дональда Трампа у 2016 році стала наслідком синергетичної дії соціальних, економічних, демографічних і технологічних чинників. Економічна невизначеність сформувала запит на альтернативу статус-кво, міжгрупова напруга активувала ідентичнісне голосування, зовнішнє втручання дестабілізувало інституційну довіру, а соціальні медіа трансформували механізми мобілізації. Всі ці фактори функціонували не ізольовано, а в межах загальної кризи представництва, що охопила американське суспільство на тлі глобальних зрушень у структурі праці, інформаційних потоках, міжнародному порядку та культурній гегемонії. Електоральний успіх Трампа не був аномалією, а системним результатом переходу до нової епохи політики - епохи турбулентності, нестабільної ідентичності та персоналізованого впливу [39, с. 5].

2.3. Вибори 2024 року: нові виклики, особливості кампаній та підсумки

Президентські вибори у США 2024 року стали політичною подією, яка відбулася на тлі якісно нових викликів, зумовлених трансформацією інструментів політичної комунікації, технологічним зсувом у механізмах передвиборчої мобілізації, загостренням інформаційних загроз та постпандемічною соціально-економічною фрагментацією. У цьому виборчому циклі відбулася еволюція не лише риторичних форматів і структурного наповнення кампаній, а й інфраструктурної архітектури самого виборчого процесу. Політичні штаби обох провідних кандидатів адаптували свої стратегії до нової реальності – умов, в яких основна боротьба за увагу електорату розгорталась не в телевізійних студіях або на площах, а в алгоритмах цифрових платформ, де політичний контент фрагментується, персоналізується і піддається миттєвій інтерпретації. Цифрова трансформація комунікаційних каналів у 2024 році означала не просто зміну носіїв – від лінійного до інтерактивного – а й зміну логіки поширення інформації, де швидкість, емоційна забарвленість та алгоритмічне таргетування мали пріоритет над фактичністю, доказовістю чи стратегічною послідовністю меседжів.

Одним із найвиразніших феноменів виборів 2024 року стало посилення структурованого впливу цифрових інструментів на прийняття політичних рішень. Соціальні мережі, зокрема TikTok, Instagram Reels, Telegram, Discord і Reddit, стали не лише майданчиками для інформаційної кампанії, а й ареною формування політичної свідомості, мобілізації аудиторій і поширення координаційних дій. За даними Pew Research Center, станом на березень 2024 року понад 67% американців отримували основну політичну інформацію з соціальних платформ, а серед виборців віком 18–29 років цей показник перевищив 84%. Це трансформувало способи ведення кампаній: кандидати або їхні команди створювали мікросегментовані інформаційні потоки, які адаптувались до поведінкових патернів окремих демографічних груп. Замість

універсальних меседжів з'явилися кластери змістів, орієнтовані на окремі ідентичності: етнічні, гендерні, професійні, ціннісні. Це унеможливило централізований контроль над політичною інформацією і зробило кампанії децентралізованими, фрагментованими, гіперпластичними [28, с. 1].

Дезінформація набула нового рівня технологічного опрацювання. У 2024 році широкого застосування набули генеративні штучні інтелекти, здатні моделювати реалістичні відеозаписи, голоси, візуальні симуляції публічних виступів, що спровокувало хвилю deepfake-контенту. Аналіз даних University of Washington показує, що в період з лютого по жовтень 2024 року щонайменше 17% користувачів Facebook та 21% TikTok взаємодіяли із матеріалами, що мали ознаки глибокої фальсифікації. Особливо ефективною була стратегія поширення дезінформаційних матеріалів через політичних інфлюенсерів середньої ланки – блогерів, коментаторів, популяризаторів, які маскували політичну агітацію під аналітичні роздуми або особистий досвід. Алгоритмічні системи просуvalи контент із високим коефіцієнтом залучення, незалежно від його правдивості. Таким чином, платформи фактично функціонували як ампліфікатори політичної поляризації, підсилюючи емоційно радикалізовані погляди та стимулюючи ефект інформаційної замкнутості (information cocooning), де користувач бачить лише те, що відповідає його уявленням.

Змінювалась і структура самих передвиборчих кампаній. Класичні телевізійні дебати втратили домінуючу позицію як центр електорального уваги. Незважаючи на трансляції, охоплення аудиторії дебатів було нижчим у порівнянні з 2016 і 2020 роками. За даними Nielsen Ratings, загальна кількість глядачів основного раунду дебатів зменшилась на 22%, тоді як кількість переглядів скорочених нарізок із дебатів у TikTok перевищила 1,1 млрд за перші 48 годин. Це вказує на зміну сприйняття інформації: виборець не аналізує цілісну дискусію, а реагує на фрагмент, який отримав вірусне поширення. У таких умовах зростає ризик маніпулятивного редагування, викидання фраз з контексту, емоційної драматизації. Передвиборчі штаби

почали створювати власні платформи для автономної дистрибуції контенту, зокрема застосунки, канали у месенджерах, внутрішні медіа з контролем наративів. Був зафіксований ріст використання чат-ботів для діалогу з виборцем, що дозволяло вести одночасно мільйони персоналізованих комунікацій із гнучким сценарієм поведінки.

Окрему загрозу для виборчого процесу у 2024 році становила кібербезпека. Згідно зі звітом Агентства з кібербезпеки та інфраструктурної безпеки США (CISA), у березні 2024 року було виявлено понад 37 спроб несанкціонованого доступу до виборчих реєстрів на рівні окремих штатів. Частина атак походила з IP-діапазонів, пов'язаних із територіями Китаю, Ірану та Росії. Ці операції не мали на меті безпосередню зміну результатів голосування, а скоріше створення враження про вразливість системи, стимулювання сумнівів у чесності підрахунку, поширення недовіри до електронного голосування. У декількох округах було зафіксовано спроби блокування доступу до сайтів із інструкціями щодо голосування, спуфінг (імітація) офіційних сторінок із дезінформаційними повідомленнями про перенесення дати виборів або зміну процедури реєстрації. Хоча ЦВК США та незалежні наглядові організації активно інформували населення про такі маніпуляції, їх загальна кількість свідчила про системний характер цифрової війни проти легітимності виборчого процесу [19, с. 12].

Модернізація передвиборчих технологій охопила також аналітичний вимір. Кампанії кандидатів у 2024 році використовували системи машинного навчання для прогнозування поведінки виборців з точністю до окремих вулиць і домогосподарств. Створення психометричних профілів на базі відкритих даних, комерційних реєстрів, історії покупок, пошукових запитів, активності в соцмережах дало змогу вираховувати оптимальний момент і спосіб комунікації з виборцем. Політична реклама стала персоналізованою до рівня конкретного страху, очікування або тригера – хтось отримував меседж про зниження податків, хтось – про заборону абортів, інші – про підтримку ветеранів. Ці дані інтегрувались у системи автоматизованої мобілізації (Get

Out The Vote), які нагадували виборцям про голосування, орієнтували в інфраструктурі виборчих дільниць, формували алгоритм голосування на основі попередніх переваг.

Цифрова трансформація виборчого процесу супроводжувалась юридичними та етичними проблемами. Поява великої кількості політичних deepfake-відео, автоматизованих інфлюенсерів, бот-мереж і маніпулятивних алгоритмів поставила під сумнів ефективність чинного законодавства. Комісія з виборів США (FEC) розглядала запровадження нових правил маркування політичного контенту, однак регулювання відставало від темпів технічного розвитку. Соціальні платформи, зі свого боку, були змушені балансувати між свободою слова, саморегуляцією і зовнішнім політичним тиском [17, с. 7].

Президентські вибори у США 2024 року відзначились високим рівнем політичної напруги, гіпермобілізацією контрастних електоральних груп та радикалізацією риторичних стратегій, що відображало процеси глибокої соціальної фрагментації та трансформації електоральної структури. У цьому контексті особливості передвиборчих кампаній були визначені не лише змістовними аспектами програм кандидатів, а радше динамікою адаптації до нового суспільного ландшафту, в якому зникла можливість апеляції до уніфікованого електорального суб'єкта. Розрив між урбанізованими, багатокультурними центрами та моноетнічними периферійними зонами посилювався, що призвело до глибшої територіальної та ідеологічної поляризації виборців. Електоральна мапа США ще до початку кампаній була розділена на стабільні «червоні» та «сині» штати, а змагання зосередилось навколо невеликої кількості «свінгових» юрисдикцій, таких як Пенсильванія, Аризона, Джорджія, Невада, Вісконсин, де розрив між кандидатами складав не більше 2–3%.

Загострене політичне протистояння 2024 року стало прямим продовженням процесів, що розпочались ще в 2016 році, але набули нових рис у постпандемічному середовищі. Дональд Трамп, як кандидат від Республіканської партії, будував свою кампанію на платформі реваншизму,

делегітимізації результатів попередніх виборів, агресивної риторики щодо адміністрації Байдена та використання стратегій мобілізації гніву. Його меседжі фокусувались на темах міграційного контролю, фінансової дисципліни, антикримінальної політики, протидії «радикальному лівому порядку денному», а також відновленні традиційних американських цінностей. Кампанія Трампа була максимально персоналізованою, структурована навколо образу харизматичного лідера, який протистоїть бюрократичному істеблішменту, судовій системі, федеральним службам, великим ЗМІ та навіть частині Республіканської партії. Він використовував образ «жертви політичного переслідування» як мобілізаційний ресурс, позиціонуючи себе як єдиний голос «справжньої Америки». Цей підхід знайшов відгук серед білих чоловіків середнього віку з невисоким рівнем формальної освіти, релігійних християнських груп, власників малого бізнесу та мешканців провінційних округів - демографічної основи трампістського руху.

З іншого боку, кампанія демократичного кандидата - незалежно від особи, яка остаточно представляла партію - була побудована на дискурсі стабільності, соціального захисту, демократичних цінностей та репутаційного відновлення США в міжнародному полі. Акцент робився на темах захисту прав меншин, боротьби зі зміною клімату, податкової справедливості, доступу до охорони здоров'я, реформування поліції, підтримки освітніх програм та забезпечення справедливого доступу до цифрової інфраструктури. Значну частину риторики було орієнтовано на молодь, етнічні меншини, жінок, жителів великих міст, представників академічної та культурної спільноти. Демократична кампанія прагнула створити враження системної альтернативи радикальному популізму, однак стикалась із викликом втрати емоційної мобілізації на фоні втоми від риторики спокою та стриманості. У багатьох регіонах демократична партія була змушена шукати локальних лідерів думок для ведення кампанії, оскільки загальнонаціональні меседжі не завжди співпадали з локальним контекстом [29, с. 13].

У структурі електорату 2024 року відбулась кількісно-якісна трансформація, що вимагала від штабів глибокої аналітичної роботи. Зростання частки молоді серед виборців, міграційні зміни, підвищення активності етнічних груп (особливо латиноамериканців), розширення gig-економіки та загальна цифровізація вплинули на структуру запитів до кандидатів. Молодь віком 18–34 років, яка становила близько 31% електорату, висувала вимоги щодо прозорості політичних рішень, екологічної відповідальності, правової рівності, участі у прийнятті рішень на місцевому рівні. Згідно з опитуванням Gallup, понад 56% молодих виборців були готові підтримати незалежного або третього кандидата, що свідчило про посилення недовіри до двопартійної системи. Етнічні меншини проявили зростаючу політичну активність: явка серед латиноамериканців у 2024 році зросла до 58%, що перевищує показники 2016 та 2020 років. Проте електоральні уподобання всередині цієї групи були фрагментовані: молодші виборці підтримували прогресивні ідеї, тоді як старші - тяжіли до соціального консерватизму.

Політична поляризація виявлялась не лише в партійній ідентичності, а в характері міжособистісного спілкування. У 2024 році зафіксовано зростання кількості конфліктних ситуацій на виборчих дільницях, зниження довіри до чесності підрахунку голосів (за даними NPR/Ipsos, лише 47% респондентів були впевнені у прозорості процесу), поширення конспіративних теорій та взаємної демонізації між прибічниками різних кандидатів. Виник новий феномен - «політичної сегрегації» у побутовому житті: користувачі цифрових платформ фільтрували контент не лише за тематиками, а й за ідеологічними маркерами. Кампанії відповідно до цього адаптували свою присутність, створюючи паралельні інформаційні всесвіти: одні використовували Telegram-канали, Truth Social, Rumble, інші - Instagram, TikTok, YouTube Shorts. Умовна реальність, в якій функціонував один виборець, була недоступна іншому, що унеможливлювало формування спільного поля для дискусії або рефлексії.

Особливість кампаній 2024 року полягала в тому, що вони були структурно гнучкими, із можливістю швидкої ротації стратегій у відповідь на ситуативні інформаційні кризи. Наприклад, під час поширення фейкового відео, де один із кандидатів нібито робить антисемітські висловлювання, штаб оперативно запроваджував інформаційний контрнарратив через мережу лояльних інфлюенсерів, використовуючи TikTok-записи, сторіз, короткі спростувальні меми. Стратегії змінились із медійного переконання на інформаційне придушення опонента. Замість того, щоб доводити власну правоту, кампанії зосереджували зусилля на дискредитації джерел опонента або інтерпретації його дій як «загрози демократії». При цьому дані про витрати кампаній свідчать про рекордний рівень цифрових інвестицій: обидва штаби витратили понад 1,4 млрд доларів на онлайн-рекламу, з яких 64% було спрямовано на мобільний трафік.

Інша особливість - зростання персоналізації кампаній до рівня конкретного суб'єкта в мікроаудиторії. Завдяки інтеграції Big Data, CRM-систем, таргетованої аналітики, штаби створювали не лише групові повідомлення, а повідомлення, адресовані за професією, статтю, сімейним статусом, рівнем доходу, стилем життя. Наприклад, один і той самий кандидат надсилав меседжі щодо підтримки ветеранів одному виборцю, а іншому - інформацію про стипендії для студентів. Цей тип комунікації мав на меті не стільки переконати, скільки сформувати враження індивідуальної уваги, а отже - лояльності. У виборах 2024 року не було єдиного меседжу - були тисячі паралельних каналів з динамічним вмістом, що перебудовувався у режимі реального часу [31, с. 2].

У підсумку, виборчі кампанії 2024 року відображали не лише зміну технологічної парадигми, а й глибокі соціальні трансформації, які призвели до появи нової логіки політичної дії. Політичне протистояння перестало бути дискусією про шляхи розвитку - воно стало боротьбою за легітимність самої ідентичності. Фрагментація суспільства, зміни у структурі електорату, розриви між поколіннями, нерівність у доступі до інструментів впливу та

знецінення фактів зробили політичну комунікацію симуляцією, в якій кожен виборець шукає підтвердження власної картини світу. Кампанії були змушені адаптуватися до цього середовища, перетворившись на гнучкі механізми алгоритмічного впливу з емоційною точністю і цифровою глибю, що плавно рухається в безформному інформаційному океані. Вибори 2024 року завершили етап класичної демократії у її модерністському розумінні і відкрили простір для нових форм політичного представництва, в яких структура соціальних мереж і психодинаміка уваги стали новими обмеженнями політичного простору.

Висновки до розділу 2

Аналіз динаміки президентських виборів 2016 та 2024 років демонструє радикальну зміну механізмів політичної мобілізації, інформаційного впливу та поведінкових патернів електорату в умовах зростаючої соціальної поляризації та технологічної трансформації. У 2016 році перемога Дональда Трампа стала результатом акумуляції протестного електорату на тлі економічної невизначеності, міжгрупової напруги та активного використання популістських стратегій у поєднанні з персоналізованими цифровими технологіями впливу. Його риторика апелювала до почуття втрати соціального статусу, ідентичності та контролю над державними інститутами, що мобілізувало традиційно аполітичні демографічні сегменти. У 2024 році виборчий процес набув нових характеристик: змінилась структура електорату, зросла частка молоді, етнічних меншин, а кампанії відбувались в умовах гіперфрагментованого інформаційного простору з масовим застосуванням алгоритмів, big data, штучного інтелекту та deepfake-технологій. Обидва виборчі цикли засвідчили поступове розмивання традиційних форм демократичного представництва, перехід від змістовної політичної конкуренції до когнітивної боротьби за увагу та емоційне резонування, що формує нову парадигму функціонування виборчого процесу у США.

РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВИБОРІВ 2016 ТА 2024 РОКІВ ТА ЇХНІ НАСЛІДКИ

3.1. Спільні та відмінні риси виборчих кампаній та підходів до агітації

Виборчі кампанії 2016 та 2024 років у США засвідчили еволюцію політичної агітації в умовах радикального трансформування медіапростору та інформаційної взаємодії. Розгляд змін комунікаційних стратегій в обох кампаніях демонструє поступову втрату домінування традиційних засобів масової інформації та перехід до повністю діджиталізованого середовища, в якому політична мобілізація, маніпулювання, емоційне впливання та структуроване таргетування стали головними засобами політичної дії. Якщо у 2016 році центральними інструментами політичної комунікації були Facebook, Twitter та YouTube, які функціонували як платформи для поширення меседжів, то у 2024 році їхнє значення змістилося на другий план через активізацію нових форматів відеоконтенту: TikTok, Instagram Reels і YouTube Shorts [43, с. 21].

Ці платформи дали змогу створювати висококонцентровані повідомлення, розраховані на обмежену когнітивну переробку з боку користувача, з максимальним залученням візуальних та емоційних стимулів. Такий формат сприяв фрагментації політичної реальності, коли меседжі не мали цілісного ідеологічного характеру, а замість цього конструювались навколо конкретних наративів, афективних конфліктів та візуальних маркерів належності. Кампанія Трампа у 2016 році базувалася на експлуатації алгоритмічних переваг Facebook через фірму Cambridge Analytica, яка здійснювала поведінковий аналіз даних мільйонів користувачів для створення персоналізованих рекламних повідомлень. У 2024 році персоналізація досягла нового рівня за рахунок глибокої інтеграції штучного інтелекту у виробництво та дистрибуцію контенту, де моделі прогнозували не лише ймовірність реакції виборця, а й його поточний емоційний стан, історію онлайн-поведінки,

ставлення до конкретних кандидатів, політичних тем, регіональних проблем, культурних маркерів і навіть настрої, зафіксовані через лайки, перегляди, прокрутки або зупинки на певних кадрах. Створення індивідуального інформаційного середовища стало домінантною тактикою 2024 року, що означало не лише таргетування, а гіпертаргетування на мікросегменти електорату з урахуванням демографічних, психографічних та емоційних профілів [44, с. 12].

Поряд із технологічною еволюцією спостерігалось поглиблення ідеологічної поляризації електорату. У 2016 році дискурс формувался на основі двох глобальних концептів: антиелітного спротиву з боку республіканської частини виборців, сконцентрованого навколо Трампа, та прогресивного лібералізму, що його просували демократи. В основі цього конфлікту лежала економічна нестабільність, втрата довіри до традиційних інституцій та криза ідентичності білого робітничого класу, що створило підґрунтя для мобілізації через меседжі «America First», побудову стіни на кордоні, захист індустріального виробництва тощо. Ці гасла були не лише наративними формулами, а інструментами політичної ідентифікації та кристалізації спільнот. У 2024 році поляризація перейшла з рівня програмного конфлікту до рівня ціннісного розриву [41, с. 9].

На зміну простим економічним гаслам прийшли концепти расової справедливості, гендерної репрезентації, прав сексуальних меншин, кліматичних зобов'язань, технологічної етики, біомедичної автономії. Ідентичність виборця більше не визначалася соціальним станом або місцем проживання, а швидше афіліацією з тими чи іншими символічними кластерами, що були посилені емоційно зарядженими відеороликами, візуальними кодами, інтернет-мемами та протестними флешмобами. Виборець 2024 року не шукав фактичної інформації, а потребував підтвердження своєї культурної позиції, що і було забезпечено за рахунок алгоритмічного підсилення інформаційної бульбашки.

У такому середовищі риторичні прийоми агітації суттєво змінилися. Якщо у 2016 році переважали класичні засоби - дебати, телевізійні споти, виступи на мітингах, то у 2024 році домінував формат горизонтальної взаємодії між кандидатом і виборцем. Кандидати використовували методи сторітелінгу в Instagram, неформальні звернення у TikTok, гейміфіковані опитування в Telegram, Q&A у форматі стрімів, що формувало ілюзію доступності та прямої комунікації. Риторика будувалась на антифактології: дані не були предметом перевірки, вони функціонували як візуально-емоційні тригери. Політичний дискурс втратив ознаки традиційного аристотелівського «logos» і тяжів до «pathos» як домінуючого інструмента. Умовний кандидат, що не апелював до емоцій, а лише надавав структуровану аналітику, автоматично втрачав вірогідність і дієвість меседжу [45, с. 10].

У 2016 році Трамп, апелюючи до образів занепаду, емігрантської загрози та втрати національного суверенітету, формував поляризований порядок денний. У 2024 році такі ж динаміки, але з протилежних ціннісних позицій, реалізували демократичні кандидати, що використовували теми екології, фемінізму, соціальної справедливості як магістральні ідеологеми. При цьому поляризація мала не лише двополюсний характер. Соціальні мережі створили мультивекторну реальність, в якій кожен сегмент суспільства мав власного «правильного» кандидата, що відображав його ідеологічну, емоційну й культурну належність. Унаслідок цього політична комунікація фрагментувалася до рівня мікронаративів, які не мали мети переконати умовного «середнього виборця», а лише мобілізували лояльну аудиторію на конкретні дії - лайк, репост, участь у стрімі, голосування, підписка.

З огляду на зростання електоральної дезінформації, кампанії обох років характеризувалися активним використанням технологій інформаційного маніпулювання. У 2016 році широке обговорення викликала діяльність бот-мереж, фабрик тролів, фейкових новин, які поширювалися через Facebook або Twitter. Це сприяло радикалізації електоральних настроїв, особливо у сільських і консервативних регіонах. У 2024 році дезінформація стала менш

очевидною, однак більш технологічно витонченою. Було зафіксовано використання deepfake-відео, синтетичних голосів, автоматизованих чат-ботів, які імітували реальних виборців та коментаторів. Значна частина контенту створювалась через генеративні моделі штучного інтелекту, що дозволяло імітувати справжню дискусію, продукувати тексти, які неможливо відрізнити від людських, і цілеспрямовано впливати на тональність комунікаційного поля. Цей феномен суттєво ускладнив верифікацію інформації й посилив когнітивне навантаження на електоральну свідомість.

Варто підкреслити, що паралельно з технологічними інноваціями змінився і структурний склад аудиторії. У 2016 році значний вплив мали покоління X та Baby Boomers, тоді як у 2024 році помітно активізувалися покоління Z і молодші сегменти мілленіалів. Це зумовило зміну платформи ведення кампаній: від телевізійних дебатів до Instagram Stories, від газет до Discord-каналів. Молоді виборці демонстрували низький рівень довіри до традиційних ЗМІ, але високу чутливість до peer-to-peer комунікації, до думки інфлюенсерів і до символічних маркерів належності, включаючи одяг, музику, візуальні патерни тощо. Партійні структури були змушені адаптувати свою агітацію до так званих «мов нових медіа», де неформальність, інтерактивність, реактивність і швидкість переважають над складною аргументацією. Це призвело до формування нової динаміки передвиборчого впливу, де кандидати більше не транслювали політичні програми у звичному розумінні, а взаємодіяли з аудиторією як медійні персони, створюючи свій бренд і викликаючи емоційне залучення [47, с. 5].

Порівняльний аналіз виборчих кампаній у США 2016 та 2024 років у контексті методів мобілізації електорату та стратегічної організації політичного впливу демонструє радикальну трансформацію політичного маркетингу, що відображає загальноцивілізаційні зсуви у структурі комунікації, обробки інформації та соціальної взаємодії. Якщо у 2016 році основною стратегією мобілізації було використання психологічного профілювання виборців за допомогою даних з відкритих соціальних профілів

і взаємодії з цифровими платформами, то вже у 2024 році домінувала комплексна система когнітивного картографування поведінкових реакцій, в яку було інтегровано інструменти штучного інтелекту, аналіз великих даних у реальному часі, персоналізовані системи рекомендацій і біометричні моделі прогнозування емоційної схильності до політичної дії. У 2016 році кампанія Трампа вже демонструвала перші елементи мікротаргетингу – коли через Facebook рекламні повідомлення надсилалися сегментовано за віком, расою, освітою, інтересами. У 2024 році мікротаргетинг вийшов за межі класичної соціологічної стратифікації й ґрунтувався на динамічному моделюванні профілю кожного виборця, в якому враховувалися не лише сталі характеристики, а й зміна патернів онлайн-поведінки, частота переглядів певного контенту, історія реакцій на подібні теми, участь у спільнотах, час доби найбільшої залученості, інтенсивність клікової активності, а також емоційна реактивність на тригерні теми [53, с. 16].

Ці технології забезпечили нову парадигму мобілізації – перехід від масової агітації до індивідуалізованого конструювання виборчої реальності. Кандидати перестали бути носіями єдиного меседжу для всіх – натомість, один кандидат поставав у тисячах різних образів залежно від цільової групи. Одному сегменту виборців демонструвалася фігура захисника традиційних цінностей, іншому – інноватора у сфері кліматичної політики, третьому – борця з нерівністю. Технічно це стало можливим завдяки інтеграції CRM-платформ, що збирали дані з різних каналів (соціальні мережі, месенджери, е-комерція, браузерна поведінка), у єдиний аналітичний центр. У кампанії 2024 року такі системи дозволяли не лише виявляти слабкі місця у переконаннях виборців, а й тестувати повідомлення у режимі А/В тестування на фокусних групах у реальному часі. Уміння адаптувати комунікацію відповідно до результатів моментального аналізу підвищувало ефективність до 35% порівняно з класичними методами. Це зумовило новий тип політичної агітації, що будувалася не на риториці, а на технологічному інжинірингу, в якому

виборець не усвідомлював впливу, а взаємодіяв з ним як з природним цифровим середовищем [49, с. 8].

Додатковим вектором мобілізації у 2024 році стала візуалізація дії – контент, орієнтований не на заклики до голосування, а на зображення самого процесу участі у виборах як частини стилю життя. У соціальних мережах поширювались мікровідео, де користувачі демонстрували свої походи на дільниці, реакції на заяви кандидатів, участь у флешмобах. Ці матеріали були не просто рефлексією подій – вони слугували цифровими маяками для алгоритмів, що ідентифікували активні групи та спрямовували до них додаткову агітацію. Підключення систем розпізнавання зображень і відео дозволило операторам кампаній виявляти наявність політичних символів у кадрі, візуальних атрибутів прихильності, геолокаційних прив'язок – і на основі цього переналаштовувати рекламні бюджети, інтервали таргетування і зміст повідомлень. Електоральна мобілізація у 2024 році набула рис глибокої вбудованості в повсякденну медіареальність, втративши ознаки окремого політичного акту і ставши частиною постійного інформаційного середовища.

Паралельно з технологічною революцією спостерігалось переосмислення просторової стратегії ведення виборчих кампаній. У 2016 році основний ресурс кампаній концентрувався на «батлграунд-штатах» – тих територіях, де розрив між партіями був мінімальним і існувала можливість схилити електорат в один або інший бік. Ці штати отримували найбільше фінансування, відвідувань кандидатів, медіаактивностей. До них належали Пенсильванія, Мічиган, Флорида, Вісконсин, Огайо, Північна Кароліна. У 2024 році структура виборчої географії зазнала перегляду: з одного боку, змінилась демографія – урбанізація, міграція молоді, зміна етнічного складу, поява нових кластерів населення; з іншого – виникла потреба реагувати не на географічну карту, а на карту когнітивної динаміки. Технологічні інструменти дозволяли ідентифікувати регіони з високим потенціалом коливань у настроях навіть у межах стабільно партійних територій. Це означало, що у 2024 році політичні штаби почали використовувати підхід «geotarget + psychomap», за

якого враховувалася не лише фізична присутність прихильників, а й динаміка зміни їхніх установок [40, с. 4].

Виборчі штаби 2024 року перейшли до децентралізованої моделі організації, в якій значна частина рішень делегувалась локальним аналітичним осередкам. На відміну від жорстко ієрархізованої системи 2016 року, нова модель передбачала постійний обмін даними між центром і регіонами, що здійснювався через інтегровані платформи зі спільною аналітикою. Волонтерські структури перетворилися на мережеві системи, в яких активісти не просто роздавали листівки чи телефонували, а керували мікрокампаніями у соціальних мережах, запускали гейміфіковані механіки, організовували локальні події, що синхронізувалися з національним порядком денним. Фандрейзингова діяльність регіональних осередків також еволюціонувала: у 2024 році велика частина коштів надходила через цифрові платформи, де процес пожертв інтегрувався з медійною активністю – лайк, репост, участь у стрімі конвертувалися в автоматизовану пропозицію підтримати кандидата фінансово. Це дозволило зменшити залежність від великих донорів і підвищити ефективність горизонтальної мобілізації ресурсів.

3.2. Вплив виборів 2016 та 2024 років на внутрішньополітичну ситуацію у США та міжнародні відносини

Президентські вибори у Сполучених Штатах 2016 та 2024 років продемонстрували глибоку еволюцію внутрішньополітичної архітекτονіки держави, що супроводжувалася радикальним переформатуванням партійного дискурсу та зміщенням акцентів в ідеологічних конструктах обох провідних політичних сил. Республіканська партія, яка упродовж кількох десятиліть відстоювала принципи економічного неолібералізму, зниження податкового навантаження та жорсткої міжнародної позиції, у 2016 році під впливом політичного дискурсу Дональда Трампа зазнала глибокої популістської модифікації. Електоральна підтримка змістилася від традиційного республіканського середнього класу до пролетаризованих білих виборців із

середнього Заходу та Півдня, що призвело до риторичного зсуву на користь протекціонізму, націоналізму, ізоляціонізму та ревізії міжнародних зобов'язань. Демократична партія, своєю чергою, втратила частину своєї електоральної монополії на робітничі голоси, що спричинило посилення впливу прогресистського крила, орієнтованого на соціальну справедливість, розширення державної участі в охороні здоров'я, реформу поліції, підтримку ЛГБТ+ спільноти та розширення програм з охорони довкілля. Така перебудова призвела до поляризації політичного спектра: традиційний центр змістився, а межі між партіями радикалізувалися, що вплинуло на всю структуру американської демократії як у 2016, так і в 2024 році [54, с. 19].

У 2024 році, в умовах глобальних геополітичних загроз, постпандемійної соціальної фрустрації та зростання інфляційного тиску, відбулося подальше загострення ідеологічної конфронтації. Трансформація республіканського дискурсу набула чітких ознак постістеблішментного популізму з елементами змовницького мислення, антисистемної мобілізації та тотальної недовіри до федеральних інституцій. Цей тренд проявився у консолідації прихильників Трампа навколо наративів щодо фальсифікацій, втручання державного апарату у свободу слова, посилення цензури, особливо в інформаційному середовищі Big Tech. У відповідь демократична партія адаптувала свої стратегії до потреб нових соціальних коаліцій: міської молоді, етнічних меншин, жінок, а також професійних спільнот із секторів високих технологій та освіти. Водночас зросло значення неформальних структур впливу – цифрових платформ, незалежних журналістських ініціатив, лідерів думок та субкультурних спільнот. Трансформація американської партійної системи упродовж восьми років набула гібридних рис: формального двопартійного поділу зі змістовним зрощенням із зовнішніми мобілізаційними центрами, що продукують альтернативні канали легітимації політичної дії.

На рівні внутрішньої політики обидві виборчі кампанії суттєво вплинули на визначення пріоритетів і механізмів реалізації національної стратегії. У 2016 році після перемоги Дональда Трампа розпочалося згортання

ліберального соціального курсу адміністрації Обама. Було здійснено спробу демонтажу системи Obamascare через скорочення бюджетного фінансування та децентралізацію повноважень штатів у сфері охорони здоров'я. У податковій сфері було реалізовано масштабну реформу 2017 року, яка передбачала зниження корпоративного податку з 35% до 21%, тимчасове зменшення індивідуальних ставок та дерегуляцію фінансового сектору. Імміграційна політика була реструктуризована відповідно до принципів жорсткого контролю: посилення депортацій, скорочення квот на прийом біженців, ініціація будівництва фізичного бар'єру на південному кордоні та введення жорсткіших вимог до процедур надання притулку. Екологічна політика характеризувалася відходом від Паризької кліматичної угоди, підтримкою викопної енергетики, скороченням норм щодо викидів та зниженням екологічного регулювання промисловості [51, с. 13].

У 2024 році адміністрація Джо Байдена представила альтернативний стратегічний вектор, націлений на соціальну інклюзивність, екологічну модернізацію та розширення прав меншин. У сфері охорони здоров'я було продовжено розширення покриття Medicaid та субсидіювання страхових полісів через маркетплейси. Податкова політика передбачала поступове підвищення ставок для корпорацій до 28%, запровадження мінімального глобального податку, стимулювання «зеленої» економіки через податкові пільги та інвестиційні механізми. Імміграційна реформа передбачала лібералізацію візового режиму, програми інтеграції нелегальних мігрантів та подальшу цифровізацію контролю за кордонами без розширення фізичної інфраструктури. Екологічний порядок денний був зосереджений на реалізації плану Clean Energy, інвестуванні в інфраструктуру відновлюваних джерел, скороченні викидів CO₂ та участі у глобальних кліматичних коаліціях. У такий спосіб порівняння внутрішньої політики між 2016 та 2024 роками ілюструє не лише розбіжність ідеологічних позицій, а й зміну самого концепту державного управління: від регуляторного мінімалізму та пріоритету

національного інтересу до інклюзивного соціального планування та мультистейкхолдерного врядування [46, с. 7].

Інституційно вибори 2016 року дали старт процесу делегітимації багатьох демократичних механізмів у США. Інформаційні кампанії щодо втручання іноземних держав, зокрема Росії, маніпуляції через соціальні мережі, бот-мережі та мікротаргетинг аудиторій стали індикаторами нової доби цифрової політики. Риторика Дональда Трампа щодо «глибокої держави», викривлення результатів голосування та недовіри до медіа інституалізувала парадигму постправди, що сприяла виникненню альтернативних наративів, які конкурують із офіційними. Вибори 2024 року стали апогеєм цієї тенденції: з одного боку, спостерігалось посилення бюрократичної прозорості, цифрових аудитів, багаторівневого підтвердження результатів та стійкості виборчої системи до кібератак, з іншого - суспільна свідомість залишалася фрагментованою та недовіра до електорального процесу продовжувала інфікувати масові уявлення. Таким чином, обидва цикли сформували передумови для формування двох паралельних інтерпретацій реальності - формально-інституційної та емоційно-репрезентативної [52, с. 14].

На міжнародному рівні результати виборів 2016 року мали суттєвий вплив на зовнішньополітичний курс США. Раптова зміна пріоритетів - від багатосторонніх союзів до преференційного двостороннього підходу - спричинила дестабілізацію у відносинах зі стратегічними партнерами, зокрема в межах НАТО, СОТ та ООН. Ізоляціоністська риторика, вихід з Паризької кліматичної угоди, Іранської ядерної угоди (JCPOA), тиск на Китай через торговельні бар'єри - все це трансформувало Сполучені Штати із конструктора глобального порядку на дестабілізуючого гравця. Зовнішньополітична стратегія 2024 року характеризувалася поверненням до глобалістської моделі з акцентом на відновлення союзницьких відносин, багатосторонню дипломатію та участь у формуванні глобальних стандартів. Проте амбівалентність внутрішньополітичної ситуації та відсутність

консенсусу у зовнішньополітичному класі перешкоджали реалізації цілісної стратегії [50, с. 17].

Президентські вибори 2016 та 2024 років у США продемонстрували наративно-програмну, структурну та геополітичну девіацію традиційної моделі міжнародної поведінки Сполучених Штатів. Вектор глобального позиціонування, сформований адміністрацією Дональда Трампа після 2016 року, суттєво відрізнявся від усталеної моделі ліберального інтернаціоналізму, яка протягом десятиліть визначала зовнішньополітичну парадигму США. Умовно з 1945 по 2016 рік американська дипломатія тяжіла до інституційної участі у багатосторонніх структурах (ООН, НАТО, СОТ, ВООЗ), формувала стабілізаційний порядок через систему союзів, економічного домінування та міжнародного права. Вибори 2016 року стали стартовою точкою концептуального зсуву в бік транзакційного націоналізму, в основі якого лежала переоцінка участі у міжнародних союзах, орієнтація на двосторонні відносини, ревізія торговельних угод та зменшення зобов'язань у сфері безпеки. Президент Трамп системно трансформував зовнішньополітичні орієнтири США: відбулося скорочення внесків до НАТО, тиск на союзників з метою збільшення їхньої частки фінансування, оголошення про вихід із Паризької кліматичної угоди, припинення участі у Транстихоокеанському партнерстві та ініціація торговельної війни з Китаєм, яка включала введення тарифів на суму понад 360 мільярдів доларів. Із Росією риторика адміністрації виявлялася неоднозначною: з одного боку, на рівні інституцій діяли санкції, Конгрес посилював тиск через обмеження на банківські операції та енергетичний сектор, з іншого - на рівні риторичних сигналів простежувалося прагнення до ревізії формату взаємодії, що породжувало амбівалентні реакції у країнах Балтії, Польщі, Україні та Південному Кавказі.

Геополітичний контекст 2024 року кардинально відрізнявся за структурними параметрами: війна в Україні, загострення на Тайванському напрямі, активізація діяльності БРІКС і поглиблення конкуренції між США і КНР як головними системними гравцями постглобального світу.

Адміністрація Байдена, яка прийшла до влади на тлі пандемії COVID-19 та політичного інституційного конфлікту після протестів 6 січня 2021 року, обрала модель відновлення традиційного глобального лідерства. Стратегічні документи, зокрема Національна стратегія безпеки 2022 року, засвідчували повернення до пріоритетів ліберального порядку: колективна безпека, демократичне врядування, захист прав людини та багатостороннє партнерство. НАТО знову почала розглядатися як головний інструмент стримування Росії в Європі, а також як потенційна платформа для коаліційного стримування Китаю в Індо-Тихоокеанському регіоні. Фінансування оборони союзників, зокрема в межах Ініціативи сприяння безпеці України (USAI) та програм допомоги Польщі, Балтії, Фінляндії, Швеції, зазнало значного збільшення, що засвідчило переорієнтацію США від концепту стримування до концепту активного контрвпливу. Одночасно відбулося посилення військово-технічної присутності в Тайванській протоці, підтримка реформ у рамках QUAD, розширення функціоналу AUKUS та участь у форматах інфраструктурного опору китайській ініціативі «Один пояс – один шлях» [42, с. 6].

У площині міжнародної комунікації та інформаційної дипломатії вибори 2016 року спричинили системну делегітимацію США як морального авторитету в очах значної частини демократичного світу. Мова йде про підриз засад довіри до демократичних процедур, викликаний кампанією проти фальсифікацій, поширенням фейкових новин, втручанням Росії через фабрики тролів, хакерські атаки на інфраструктуру Демократичної партії, а також політичну експлуатацію дезінформації. Ці фактори активізували глобальні дискусії про природу цифрового суверенітету, допустимість втручання в онлайн-простори інших держав, етику алгоритмів соціальних мереж та відповідальність технологічних платформ. Результатом стало утворення альтернативних векторів інтерпретації демократії: авторитарні режими, такі як Китай, Росія, Іран, почали апелювати до виборів 2016 року як до прикладу структурної дестабілізації західної моделі, що дозволяло їм конструювати

легітимність власних політичних моделей як більш стабільних, технологічно керованих і стратегічно автономних. Американська публічна дипломатія в цей період зазнала ерозії - рівень довіри до США як до демократичного лідера в опитуваннях Pew Research Center знизився на 20–30% у ключових країнах ЄС [48, с. 11].

На тлі цих подій адміністрація Байдена у 2024 році намагалася відновити легітимність американського політичного бренду через активну участь у цифрових ініціативах: Декларації майбутнього Інтернету, заходах проти кіберзлочинності (Будапештська конвенція), спільних проєктах з Євросоюзом щодо етики штучного інтелекту, боротьбі з дезінформацією та координації платформ. Посилення інформаційної безпеки, зокрема після нападів на Colonial Pipeline та SolarWinds, зумовило структурну реформу Національного агентства кібербезпеки США, підвищення бюджетного фінансування цифрових загроз та впровадження індикаторів національного інформаційного суверенітету. Така стратегія вплинула на зміну інформаційної гегемонії у світі: з одного боку, США намагалися зберегти функцію генератора нормативного контенту для цифрового простору, з іншого - зіштовхнулися з конкуренцією з боку КНР, яка просуvala модель регульованого інтернету, підконтрольного державі, з відповідними вимогами до хостингу, обміну даними та контенту.

Порівняльний вимір результатів виборів 2016 і 2024 років демонструє зміну не тільки пріоритетів зовнішньої політики США, а й форматів глобального лідерства. Якщо 2016 рік виявив дефіцит спроможності до стратегічної мобілізації партнерів через риторику транзакційності, економічного протекціонізму і відмову від колективної відповідальності, то 2024 рік позначився спробою реконструкції довіри, акцентом на синхронізації дій із союзниками, участю у багатосторонніх форумах. У геоекономічному вимірі зросла роль інфраструктурної дипломатії: у 2021–2024 роках США реалізували спільно з ЄС ініціативу Build Back Better World, спрямовану на інвестиції у глобальний Південь, що мало на меті протидіяти китайським економічним впливам. У воєнно-стратегічному вимірі акцент змістився з лише

силового стримування до гібридних методів: інформаційної резистентності, підтримки демократичної стійкості та впровадження інновацій у системи цифрової мобілізації громадян у партнерських державах.

Висновки до розділу 3

Порівняльний аналіз президентських виборів 2016 та 2024 років у США виявляє глибокі зміни як у форматах агітаційної комунікації, так і в наслідках для внутрішньополітичної та зовнішньої політики держави. Виборчі кампанії в обох циклах демонструють посилення візуально-цифрової мобілізації виборців, домінування персоналізованих образів кандидатів над програмним змістом, а також структурну залежність політичного процесу від соціальних мереж, алгоритмів розподілу контенту та емоційно-провокаційних наративів. Кампанія 2016 року, яку очолив Дональд Трамп, заклала основу для масштабної популістської мобілізації, де політична ідентичність формувалася на основі розчарування, соціального реваншу та конфронтації з істеблішментом. У 2024 році, в умовах постпандемійної турбулентності та глобальної дестабілізації, відбулося посилення антисистемних імпульсів у дискурсі обох таборів, що призвело до ерозії довіри до інституцій і формування паралельних інформаційних реальностей.

У внутрішньополітичному вимірі ці вибори ініціювали процес радикалізації партійних структур, зміщення центрів впливу до популістських крил, гібридизацію політичної платформи через включення екстраінституційних джерел легітимації. У міжнародному плані зафіксовано зсув у стратегічному позиціонуванні США - від транзакційної ізоляції 2016 року до спроби відновлення глобального лідерства у 2024 році на основі багатосторонньої взаємодії, цифрового врядування та інформаційного контрвпливу.

ВИСНОВКИ

У межах проведеного дослідження було здійснено комплексне теоретико-методологічне осмислення природи виборчого процесу у США на основі міждисциплінарного підходу, що поєднав політологічний, соціологічний, правовий та комунікативний аналіз. У ході систематизації наукових уявлень про вибори як політичний інститут, особливу увагу було приділено концептам представницької демократії, політичної участі, електоральної поведінки, а також системам легітимації влади. Застосовані підходи дозволили не лише розширити розуміння функціонування виборів як інструменту народного суверенітету, а й виявити відмінності між формальним інституціоналізмом і реальними практиками, зокрема в умовах цифрової доби та інформаційної гібридності. У контексті категоріального апарату було проаналізовано низку базових понять, зокрема «електоральний цикл», «виборча стратегія», «мобілізаційна модель кампанії», «популістська риторика», «антисистемна агітація» тощо. Їхнє застосування дозволило адекватно відобразити специфіку політичної динаміки під час президентських перегонів у США та структурувати складові цієї динаміки в логічні блоки. У ході дослідження еволюції виборчої системи США було простежено формування її фундаментальних принципів: федералізму, непрямого голосування через Колегію виборників, впливу двопартійної моделі на функціонування механізмів представництва. Було окреслено ключові історичні етапи її трансформації – від обмеженого цензового голосування до сучасної всеохопної демократичної системи з акцентом на цифрову інтеграцію та боротьбу з маніпуляціями. Особливе значення надано оцінці еволюційних змін після реформ 1960-х років, у тому числі Voting Rights Act та кейсів, що визначали тлумачення повноважень штатів у забезпеченні виборчих прав. Розгляд цих питань створив методологічне підґрунтя для розуміння не лише технічної організації виборів, а й широкого спектра ідеологічних та нормативних передумов американського електорального процесу.

Аналіз виборів 2016 і 2024 років дозволив виявити, що на результати виборчого процесу впливають не лише програмні положення кандидатів, а насамперед – контекстуальні змінні: соціальні очікування, рівень поляризації суспільства, структурні кризи, зміни в масовій свідомості. У 2016 році перемога Дональда Трампа стала результатом комбінації економічного невдоволення, антисистемних настроїв, ефективної персоналізованої комунікації та активного використання соціальних медіа для мобілізації електорату. Значну частину підтримки забезпечили виборці із середовища постіндустріальних регіонів, де деіндустріалізація, міграційний тиск і занепад локальних економік сформували базу для ресентименту та відчуття маргіналізації. У 2024 році кампанія була зумовлена зовсім іншими викликами – геополітичною турбулентністю, соціальними наслідками пандемії, зміною інформаційного ландшафту та новими формами цифрової взаємодії між кандидатами і виборцями. Боротьба точилася не лише за програмну підтримку, а й за контроль над емоційною, символічною, візуальною уявою виборців. Байдену вдалося мобілізувати широку коаліцію, яка включала представників нацменшин, жінок, молодь, а також інтелектуальні прошарки міст, завдяки послідовній риториці стабільності, демократичного відновлення та відмови від радикалізації. Таким чином, було підтверджено висновок, що результат виборів дедалі менше корелює з класичною політичною раціональністю і більше залежить від наративних, емоційних і технологічних факторів.

Порівняльне вивчення президентських виборів 2016 і 2024 років показало суттєве розходження у стратегіях політичної комунікації, каналах мобілізації, змісті ідеологічних сигналів та структурі підтримки. У першому випадку домінувала риторика антисистемного протесту, у другому – наратив демократичної консолідації. Відмінності торкалися не лише програмних орієнтирів, а й глибокої зміни архітектури внутрішньополітичної легітимації: електорат дедалі частіше оцінює кандидатів не за класичними ідеологічними дихотоміями (ліві–праві), а через призму уявлень про автентичність, безпеку,

справедливість та відповідність власному соціальному досвіду. Аналіз політичного дискурсу обох кампаній продемонстрував поступову руйнацію класичної політичної вертикалі та заміщення інституційного впливу персоніфікованими, емоційно насиченими меседжами, що тиражуються через алгоритмічні системи соціальних платформ. У контексті зовнішньої політики було виявлено різні моделі позиціонування США у світі – ізоляціонізм 2016 року, що базувався на принципі America First, протиставлено багатосторонній, коаліційній дипломатії 2024 року. Цей зсув ілюструє глибші зрушення у світоглядних засадах американської еліти, що відображаються у зміні відношення до глобальних зобов'язань, військової присутності, експортної політики демократії, а також до інституціональної участі в міжнародних організаціях. Водночас обидва виборчі цикли продемонстрували, що зовнішньополітичні імперативи дедалі більше підпорядковуються внутрішньополітичній логіці, де домінують короткострокові електоральні інтереси.

Загальні висновки дослідження засвідчують, що вибори у США втратили функцію виключно національного механізму делегування влади й набули характеру глобального комунікативного феномену, в якому стикаються парадигми, ідеології, технології та наративи сучасної цивілізації. Аналіз подій 2016 і 2024 років у порівняльному розрізі дозволяє констатувати, що президентські вибори в Сполучених Штатах перетворюються на конфігураційне поле, в якому конструюється не лише нова політична реальність для США, а й загальносвітові тренди демократичного розвитку, цифрової комунікації, інформаційної безпеки та легітимації влади в умовах нестабільності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балашова О. Дослідження партійної системи через кількісну методологію. 2018. Політичне життя. № 2. 5-13.
2. Козинець О.Г., Кот В.В. Особливості проведення виборів президента США. 2022. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія Юридичні науки. Т. 33. № 1. 19-24.
3. Мацканюк В.А. Особливості непрямих президентських виборів США. 2018. Молодий вчений. № 5. 624-627. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/5/144.pdf> (дата звернення: 13.03.2025).
4. Моренчук А.А. Особливості президентських виборів у США. 2016. Актуальні проблеми країнознавчої науки. Луцьк. 84-88. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/11303/1/Моренчук%20А.А..pdf> (дата звернення: 13.03.2025).
5. Abramowitz A., Webster S. Negative Partisanship Explains Everything. 2017. PoliticoMagazine. URL: <https://www.politico.com/magazine/story/2017/09/05/negative-partisanship-explains-everything-215534> (дата звернення: 13.03.2025).
6. Jeffrey M., Jones M. Last Trump Job Approval 34%. 2021. Gallup. URL: <https://news.gallup.com/poll/328637/last-trump-job-approval-average-record-low.aspx> (дата звернення: 13.03.2025).
7. Kittilson M.C. Gender and Electoral Behavior. 2018. The Palgrave Handbook of Women's Political Rights. 21-32. URL: <https://link.springer.com/book/10.1057%2F978-1-137-59074-9> (дата звернення: 13.03.2025).
8. Public Trust in Government Remains Near Historic Lows as Partisan Attitudes Shift. 2017. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2017/05/03/public-trust-in-government->

remains-near-historic-lows-as-partisan-attitudes-shift (дата звернення: 13.03.2025).

9. Trende S., Byler D. How Trump Won: The Midwest. 2017. RealClearPolitics. URL: https://www.realclearpolitics.com/articles/2017/01/19/how_trump_won_the_midwest_132834.html (дата звернення: 13.03.2025).

10. Allison N. Threat to Roe puts GOP on defence in 2022 battlegrounds. 2022. Politico. URL: <https://www.politico.com/news/2022/05/07/gop-steers-clear-of-roe-in-2022-battlegrounds-00030880> (дата звернення: 13.03.2025).

11. Americans are more willing to welcome Ukrainians than others fleeing violence. 2022. The Economist. URL: <https://www.economist.com/graphic-detail/2022/03/25/americans-are-more-willing-to-welcome-ukrainians-than-others-fleeing-violence> (дата звернення: 13.03.2025).

12. Americans confident in Zelenskyy but have limited familiarity with some other world leaders. 2023. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/04/17/americans-confident-in-zelenskyy-but-have-limited-familiarity-with-some-other-world-leaders/> (дата звернення: 13.03.2025).

13. Americans' concerns about war in Ukraine. 2022. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2022/05/10/americans-concerns-about-war-in-ukraine-wider-conflict-possible-u-s-russia-clash/> (дата звернення: 13.03.2025).

14. Americans' views on the war reveal a striking generational divide. 2022. The Economist. URL: <https://www.economist.com/united-states/2022/04/02/americans-views-on-the-war-reveal-a-striking-generational-divide> (дата звернення: 13.03.2025).

15. Babb C. All 31 Abrams tanks in Ukraine US military confirms to VOA. 2023. Voa News. URL: <https://www.voanews.com/a/all-31-abrams-tanks-in-ukraine-us-military-confirms-to-voa/7313918.html> (дата звернення: 13.03.2025).

16. Because of Ukraine America's arsenal of democracy is depleting. 2022. The Economist. URL: <https://www.economist.com/united-states/2022/05/07/because-of-ukraine-americas-arsenal-of-democracy-is-depleting> (дата звернення: 13.03.2025).

17. Biden Administration announces new security assistance for Ukraine. 2023. U.S. Department of Defence. URL: <https://www.defense.gov/News/Releases/Release/Article/3578754/biden-administration-announces-new-security-assistance-for-ukraine/> (дата звернення: 13.03.2025).

18. Biden pleads the case for Israel Ukraine and American leadership. 2023. The Economist. URL: <https://www.economist.com/united-states/2023/10/20/biden-pleads-the-case-for-israel-ukraine-and-american-leadership> (дата звернення: 13.03.2025).

19. Browse the United States Statutes at Large. URL: <https://www.govinfo.gov/app/collection/statute> (дата звернення: 13.03.2025).

20. Campaign communication reform act. 1972. Govinfo. URL: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/STATUTE-86/pdf/STATUTE-86-Pg3.pdf> (дата звернення: 13.03.2025).

21. Constitution of the United States. URL: <https://www.senate.gov/about/origins-foundations/senate-and-constitution/constitution.htm> (дата звернення: 13.03.2025).

22. Desilver D. In 2022 midterms nearly all Senate election results again matched states' presidential votes. 2022. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/12/08/in-2022-midterms-nearly-all-senate-election-results-again-matched-states-presidential-votes/> (дата звернення: 13.03.2025).

23. Desilver D. Turnout in 2022 House midterms declined from 2018 high. 2023. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/03/10/turnout-in-2022-house-midterms-declined-from-2018-high-final-official-returns-show/> (дата звернення: 13.03.2025).

24. Doherty C. How Republicans view their party and key issues facing the country. 2023. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/01/19/how-republicans-view-their-party-and-key-issues-facing-the-country-as-the-118th-congress-begins/> (дата звернення: 13.03.2025).
25. Fact Sheet on U.S. Security Assistance to Ukraine. 2023. Defense.gov. URL: <https://media.defense.gov/2023/Oct/26/2003328546/-1/-1/0/UKRAINE-FACT-SHEET-PDA-49.PDF> (дата звернення: 13.03.2025).
26. Fix L., Kimmage M. A Containment strategy for Ukraine. 2023. Foreign Affairs. URL: <https://www.foreignaffairs.com/united-states/containment-strategy-ukraine> (дата звернення: 13.03.2025).
27. Forgey Q. Trump takes back Senate endorsement for Mo Brooks. 2022. Politico. URL: <https://www.politico.com/news/2022/03/23/trump-rescinds-mo-brooks-senate-endorsement-00019588> (дата звернення: 13.03.2025).
28. Full Transcript of President Biden's Speech in Philadelphia. 2022. Politico. URL: <https://www.nytimes.com/2022/09/01/us/politics/biden-speech-transcript.html> (дата звернення: 13.03.2025).
29. Gabbatt A. Republicans and Democrats are spending billions on ads. 2022. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2022/nov/03/republicans-democrats-political-ads-us-midterms> (дата звернення: 13.03.2025).
30. H.R.2471. Consolidated Appropriations Act. 2022. URL: <https://www.congress.gov/bill/117th-congress/house-bill/2471/actions> (дата звернення: 13.03.2025).
31. H.R.7691. Additional Ukraine Supplemental Appropriations Act. 2022. URL: <https://www.congress.gov/bill/117th-congress/housebill/7691/text> (дата звернення: 13.03.2025).
32. Ho V. Democrat re-elected by a landslide in Pennsylvania even though he's dead. 2022. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/usnews/2022/nov/09/pennsylvania-dead-democrat-tony-deluca-victory> (дата звернення: 13.03.2025).

33. House B., Wasson E., Dennis S. Trump ally Mike Johnson elected House Speaker shifting GOP further right. 2023. Bloomberg. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-10-25/johnson-has-enough-votes-to-win-house-speaker-tally-ongoing> (дата звернення: 13.03.2025).
34. How popular/unpopular is Joe Biden?. 2023. ABC News. URL: <https://projects.fivethirtyeight.com/biden-approval-rating/> (дата звернення: 13.03.2025).
35. Inside Biden's reversal on sending long-range missiles to Ukraine. 2023. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2023/10/17/us/politics/biden-ukraine-atacms-weapons.html> (дата звернення: 13.03.2025).
36. Is America growing weary of the long war in Ukraine?. 2022. The Economist. URL: <https://www.economist.com/united-states/2022/07/17/is-america-growing-weary-of-the-long-war-in-ukraine> (дата звернення: 13.03.2025).
37. Joe Biden donates weapons to Taiwan as he does to Ukraine. 2023. The Economist. URL: <https://www.economist.com/united-states/2023/07/28/joe-biden-donates-weapons-to-taiwan-as-he-does-to-ukraine> (дата звернення: 13.03.2025).
38. Jones J. Americans' favorable rating of Russia sinks to new low of 9%. 2023. Gallup. URL: <https://news.gallup.com/poll/471872/americans-favorable-rating-russia-sinks-new-low.aspx> (дата звернення: 13.03.2025).
39. Jones J.M. Last Trump Job Approval 34% Average Is Record-Low 41%. 2023. Gallup. URL: <https://news.gallup.com/poll/328637/last-trump-job-approval-average-record-low.aspx> (дата звернення: 13.03.2025).
40. Kai Chen J., Alcantara C., Guskin E. How different groups voted according to exit polls and AP VoteCast. 2022. The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/11/08/exit-polls-2022-elections/> (дата звернення: 13.03.2025).
41. Kapos S. Bobby Rush wants to pick who gets his seat. 2022. Politico. URL: <https://www.politico.com/news/2022/04/11/bobby-rush-illinois-00023782> (дата звернення: 13.03.2025).

42. Kevin McCarthy's sacking deepens the chaos in American government. 2023. The Economist. URL: <https://www.economist.com/united-states/2023/10/04/the-sacking-of-kevin-mccarthy-will-make-supporting-ukraine-harder> (дата звернення: 13.03.2025).
43. Kittilson M.C. Gender and Electoral Behavior. 2018. The Palgrave Handbook of Women's Political Rights. 21-32.
44. Lemire J. Biden isn't running out of ideas Dems fear. He's running out of time. 2022. Politico. URL: <https://www.politico.com/news/2022/07/08/president-joe-biden-running-out-of-time-00044636> (дата звернення: 13.03.2025).
45. Lemire J. Election anxiety creeps inside the White House. 2022. Politico. URL: <https://www.politico.com/news/2022/10/26/election-anxiety-begins-to-creep-inside-the-white-house-00063524> (дата звернення: 13.03.2025).
46. Leppert R., Desilver D. 118th Congress has a record number of women. 2023. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/01/03/118th-congress-has-a-record-number-of-women/> (дата звернення: 13.03.2025).
47. Kinery E. Biden launches 2024 reelection campaign promising to fulfill economic policy vision. CNBC. 2023. URL: <https://www.cnbc.com> (дата звернення: 13.03.2025).
48. Harris says she'll earn nomination as Biden steps aside. The Washington Post. 2024. URL: <https://www.washingtonpost.com> (дата звернення: 13.03.2025).
49. Protest B., Bromwich J.E., Haberman M., Christobek K., McKinley J. Trump convicted on all counts to become America's first felon president. The New York Times. 2024. URL: <https://www.nytimes.com> (дата звернення: 13.03.2025).
50. Nuzzi O. The Mind-Bending Politics of RFK Jr. Intelligencer. 2023. URL: <https://www.intelligencer.com> (дата звернення: 13.03.2025).
51. Enten H. How RFK Jr. could change the outcome of the 2024 election. CNN. 2023. URL: <https://www.cnn.com> (дата звернення: 13.03.2025).

52. Collins E. RFK Jr. to Name Nicole Shanahan as Running Mate for Presidential Bid. The Wall Street Journal. 2024. URL: <https://www.wsj.com> (дата звернення: 13.03.2025).

53. Sahil K. 7 big issues at stake in the 2024 election. NBC. 2024. URL: <https://www.nbc.com> (дата звернення: 13.03.2025).

54. Arnsdorf I. Trump brags about efforts to stymie border talks. The New York Times. 2024. URL: <https://www.nytimes.com> (дата звернення: 13.03.2025).

55. Manchester J. Republicans see education as winning issue in 2024. The Hill. 2023. URL: <https://www.thehill.com> (дата звернення: 13.03.2025).