

УДК 811.111'37/38:324.019.51:070](045)

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-214.1-19>**МОВНОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ПРЕДСТАВЛЕННЯ КАНДИДАТІВ  
У ПРЕЗИДЕНТИ США В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІА ПРОСТОРІ****LINGUISTIC AND STYLISTIC DEVICES OF REPRESENTING  
U.S. PRESIDENTIAL CANDIDATES  
IN THE ENGLISH-LANGUAGE MEDIA****Андрущенко І. О.,***orcid.org/0000-0003-2658-2662**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови**Національного технічного університету України**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»***Кравченко А. С.,***orcid.org/0009-0002-5473-1805**магістрант факультету лінгвістики**Національного технічного університету України**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Стаття присвячена комплексному аналізу лінгвістичних і стилістичних засобів, що використовуються для зображення кандидатів у президенти США в сучасному англomовному медійному дискурсі під час виборчої кампанії 2024 року. Дослідження ґрунтується на аналізі публікацій провідних американських ЗМІ: The New York Times, Fox News та USA Today, які представляють різні політичні орієнтації та підходи до висвітлення політичних подій. Автори детально розглядають механізми формування публічного іміджу Дональда Трампа та Камали Гарріс через призму мовностилістичних стратегій впливу на масову свідомість. Особлива увага приділяється аналізу ключових лінгвістичних інструментів: метафор, емоційно забарвленої лексики, алюзій, контрастних конструкцій, риторичних питань, епітетів та гіпербол, які відіграють визначальну роль у створенні позитивної чи негативної оцінки політичних діячів. Дослідження демонструє, як різні медіа-платформи використовують специфічні мовні стратегії для конструювання політичної реальності. The New York Times застосовує критичну риторику з використанням юридично-політичної термінології у негативному контексті, створюючи образ Д. Трампа як загрози для демократії. Fox News, навпаки, використовує хвалебний наратив, позиціонуючи Д. Трампа як сильного лідера через гіперболізацію та емоційне навантаження. USA Today демонструє більш збалансований підхід, фокусуючись на емоційному резонансі та суспільних настроях. Автори підкреслюють роль фреймінгу та емоційного тону у формуванні сприйняття лідера як «свого» або «чужого», «чесного» або «небезпечного», особливо в контексті політичної поляризації та інформаційної війни. Доведено, що медіатексти не є нейтральними передавачами інформації, а виступають потужним засобом конструювання політичних наративів і маніпулювання громадською думкою. Результати дослідження мають важливе значення для розуміння сучасних механізмів політичної комунікації та формування електоральних преференцій у демократичних суспільствах. Робота сприяє розвитку критичного мислення щодо медіаконтенту та підкреслює необхідність усвідомленого підходу до споживання політичної інформації.

**Ключові слова:** медіадискурс, лінгвостилістика, політична риторика, імідж політика, маніпуляція, президентські вибори, ЗМІ.

The article is devoted to a comprehensive analysis of linguistic and stylistic devices used to represent U.S. presidential candidates in contemporary English-language media discourse during the 2024 election campaign. The research is based on the analysis of publications from leading American media outlets: The New York Times, Fox

News, and USA Today, which represent different political orientations and approaches to covering political events. The authors examine in detail the mechanisms of forming the public image of Donald Trump and Kamala Harris through the lens of linguostylistic strategies of influencing mass consciousness. Special attention is paid to the analysis of key linguistic tools: metaphors, emotionally coloured vocabulary, allusions, contrasting constructions, rhetorical questions, epithets, and hyperbole, which play a decisive role in creating positive or negative assessments of political figures. The research demonstrates how different media platforms use specific linguistic strategies to construct political reality. The New York Times employs critical rhetoric using legal-political terminology in a negative context, creating Trump's image as a threat to democracy. Fox News, conversely, uses laudatory narrative, positioning Trump as a strong leader through hyperbolization and emotional intensity. USA Today demonstrates a more balanced approach, focusing on emotional resonance and public sentiments. The authors emphasize the role of framing and emotional tone in shaping the perception of a leader as "one of us" or "one of them," "honest" or "dangerous," particularly in the context of political polarization and information warfare. It has been proven that media texts are not neutral transmitters of information but act as powerful means of constructing political narratives and manipulating public opinion. The research results are of significant importance for understanding contemporary mechanisms of political communication and the formation of electoral preferences in democratic societies. The work contributes to the development of critical thinking regarding media content and emphasizes the necessity of a conscious approach to consuming political information.

**Key words:** media discourse, linguostylistics, political rhetoric, political image, manipulation, presidential elections, mass media.

**Постановка проблеми.** Немає сумнівів, що сучасні засоби масової інформації відіграють ключову роль у формуванні громадської думки про політиків загалом та кандидатів на виборні посади зокрема. Особливої уваги представників медіа привертають виборчі кампанії за посаду очільника держави – особливо у країнах, які є впливовими гравцями на міжнародній арені. У цьому контексті дослідження того, як саме мовностилістичні засоби впливають на презентацію кандидатів у президенти США в англomовному медіапросторі, набуває особливої актуальності. Різноманітні лінгвостилістичні прийоми відіграють важливу роль у формуванні образу політика в уявленні аудиторії та можуть істотно впливати на її електоральний вибір. Комплексний аналіз цих механізмів сприяє глибшому розумінню того, як медіа конструюють політичні наративи. З огляду на зростаючий вплив ЗМІ на виборчі процеси та необхідність критичного осмислення медіатекстів, вивчення мовностилістичних стратегій презентації американських президентських кандидатів є важливим завданням сучасної лінгвістики та медіадосліджень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Із бурхливим розвитком цифрових технологій та соціальних платформ роль як традиційних ЗМІ, так і соціальних медіа у формуванні політичного іміджу кандидатів значно зросла. Так, у дослідженні О. Ель-Тасба, П. Молнара та Р. Джорджа [1] розкрито, як за допомогою алгоритмів та аналізу настроїв можна ідентифікувати групи користувачів Twitter з подібними політичними поглядами, демонструючи опосередкований вплив мейнстрімних ЗМІ на онлайн-дискурс і, як наслідок, на імідж політичних кандидатів. Д. П. Крістенсон і Г. Ф. Вайсберг [2] стверджують, що, незважаючи на постійну роль партійної приналежності у формуванні іміджу політиків, ключову роль відіграють лінгвістичні та стилістичні характеристики, пов'язані з особистими якостями кандидатів, зокрема лідерські якості, компетентність, емпатія та чесність. Саме зниження оцінки цих рис у медійному дискурсі, на їхню думку, спричинило поширення негативних емоцій щодо кандидатів на пост президента США 2016 року. Ще один аналіз іміджу кандидатів у президенти США 2016 року в контексті особистої репрезентації, проведений Б. Віссером, А. Бука і А. Волком [3] із застосуванням моделі НЕХАСО засвідчує, що риси особистостей політиків, зокрема ознаки «темної тріади», негативно вплинули на їхню медіа-репрезентацію, а також виявив гендерний дисбаланс у сприйнятті жінки-кандидатки.

У свою чергу, дослідження Ч. Я. Кіма, Ч. Сяна і С. Кіусіса [4] підкреслює важливість стратегічного фреймування питань у виступах кандидатів для формування порядку денного у світових ЗМІ, а також розбіжності між офіційними меседжами та їхнім відображенням у медіа. Водночас, питання впливу дезінформації на демократичні процеси розкривається

у роботі Д. Ваттса, М. Ротшильда та М. Мобіуса [5], які акцентують на необхідності створення відкритої інфраструктури даних для об'єктивного аналізу новинного контенту. Усі ці дослідження підкреслюють роль мовних і стилістичних засобів у конструюванні публічного образу кандидатів у медійному просторі та важливість критичного підходу до аналізу політичної інформації.

**Мета дослідження.** Метою цього дослідження є встановити мовностилістичні засоби, які функціонують у сучасних англомовних засобах масової інформації для зображення кандидатів на пост президента США. Матеріал дослідження було дібрано із передових американських видань, а саме: *The New York Times* (часто підтримує Демократичну партію), *Fox News* (часто підтримує Республіканську партію) і *The USA Today* (уникає явної підтримки партій). Загалом, було проаналізовано по дві статті з кожного видання, в яких відсвітлювалися президентські перегони 2024 року.

**Виклад основного матеріалу.** Американська політична публіцистика є важливим каналом формування суспільної думки, особливо у періоди виборчих кампаній. Видання *The New York Times* традиційно позиціонує себе як захисник демократичних цінностей і використовує жанр аналітичної статті для формування ідейної рамки сприйняття політичних фігур. У статті «A Warning About Donald Trump and 2024» [6]. A Warning About Donald Trump], опублікованій на початку виборчого року, редакційна колегія звертається до громадськості із застереженням щодо потенційного повернення Дональда Трампа на посаду президента, подаючи цей сценарій як фундаментальну загрозу для американської демократії.

Наратив статті формується поступово: автори спершу підкреслюють серйозність моменту та унікальність політичної ситуації, а вже згодом переходять до персоналізованої критики. Текст спонукає читача зробити морально-політичний вибір, використовуючи стратегію поступового нарощування напруги, в якому Д. Трамп подається як осередок загрози, а не як типовий політик-конкурент. Хоч автори не артикулюють це прямо, лінгвостилістичні маркери у тексті чітко вказують на негативну оцінку об'єкта зображення.

У тексті статті активно використовуються емотивно забарвлена лексика та оцінні епітети, які формують негативний і водночас емоційно насичений образ Д. Трампа. Наприклад, у фразі «utterly unfit for high office» (абсолютно непридатний для високої посади (тут і далі переклад наш – І.А. й А.К.)) використовується підсилювальний прислівник *utterly* для посилення категоричності судження; вираз «wielded power carelessly and often cruelly» (зловживав владою легковажно та часто жорстоко) поєднує моральну оцінку з натяком на особисту безвідповідальність і жорстокість; словосполучення «plots retribution» (планує помсту) вводить кримінальну конотацію, натякаючи на деструктивні наміри. Далі, у фразі «contempt for the rule of law» (зневага до верховенства права) вживається юридичний термін із негативною оцінкою, що посилює тривожність дискурсу; вираз «corrode the ideals of national service» (роз'їдає ідеали державної служби) є метафорою, яка підкреслює системну шкоду цінностям; епітет «dangerously misguided» (небезпечний та введений в оману) створює образ людини, чия діяльність є не лише помилковою, а й шкідливою для суспільства; слово «vermin» (погань, шкідники) використовується як приклад дегуманізації опонентів, а у вислові «a man who has proudly shown open disdain for the law» (людина, яка відкрито та з гордістю демонструє зневагу до закону) поєднання понять «гордість» і «зневага» посилює драматизм та моральне обурення.

Із лінгвостилістичного погляду, ми маємо справу з поєднанням емоційно-оцінної лексики, метафоричних конструкцій, оціночних дієслів та юридично-політичної термінології, вживаної у негативному контексті. Таке лексичне наповнення не залишає простору для інтерпретацій – образ Д. Трампа постає як монолітна загроза. Водночас, емоційна напруга підкріплюється повторюваністю ключових слів і фраз, а також риторичними запитаннями, які звертаються до колективної пам'яті виборця.

Стаття має виразно політичний та публіцистичний характер, позаяк її основною метою є не просто поінформувати, а сформувати у читача емоційно забарвлене ставлення до конкретного політика. Конструкція тексту навмисно створює атмосферу загрози та надзвичайності, використовуючи лексику страху, гніву й тривоги. Структурно матеріал побудований як попередження, засноване на досвіді минулого та проєкції майбутнього. Таким чином, публікація виступає як інструмент політичного впливу, який, через лінгвостилістичні засоби, виконує мобілізаційну функцію, тобто закликає до недопущення повторення політичної помилки.

У публікації «Donald Trump Will Never Be Done With New York» [7], опублікованій у The New York Times 27 жовтня 2024 року, журналіст розглядає стійкий зв'язок Дональда Трампа з його рідним містом – Нью-Йорком. Незважаючи на географічну дистанцію, юридичні конфлікти та політичні антагонізми, автор підкреслює, що Нью-Йорк залишається не лише фізичним, але й символічним центром особистої та публічної історії Трампа. Стаття насичена стилістично маркованими висловами, які відображають конфліктний характер цієї взаємодії, підкреслюючи амбівалентність образу політика.

Уже в перших реченнях створюється напружене, драматичне звучання через метафоричне порівняння відносин Д. Трампа з Нью-Йорком із «семидесятирічним шлюбом» – («*The seven-decade marriage between Donald J. Trump and New York City*»). Семидесятирічний шлюб між Дональдом Трампом та Нью-Йорком є метафорою, що встановлює емоційний фон і водночас передає ідею складного, нестабільного союзу. Опис виступу Д. Трампа в Madison Square Garden як «*a remarkable gambit even by his standards*» (видатна авантюра навіть за його мірками) виступає іронічною гіперболою, що підкреслює ексцентричність його політичних дій. Автор використовує емоційно забарвлену лексику: «*race-baiting, bravado and grievance-soaked distortions*» (расистські провокації, бравада та насичені образами викривлення) – публіцистичне згущення, що вказує на маніпулятивну риторику Д. Трампа та його конфлікт із політичними й моральними нормами. Далі його зображено як «*vengeance-seeking specter idling above the skyline*» (мстивий привид, що завис над горизонтом) – ще одна метафора, що додає образу Трампа загрозливого, фантомного характеру. Згадка про «*mental ledgers that he would never wipe clean*» (ментальні рахунки, які він ніколи не спливе) – метафора, що вказує на нездатність до прощення чи забуття, натякаючи на мстивість. У вставці щодо порівняння з фашизмом подається оцінна цитата з атрибуцією: «*meets the definition of a fascist*» (відповідає визначенню фашиста) – оцінне судження з відсилкою до авторитетного джерела, яке надає висловлюванню псевдооб'єктивності.

Наведені приклади формують образ політика, якого автор позиціонує як небезпечного, агресивного, конфліктного та нездатного відпустити минуле. Лінгвостилістичні засоби спрямовані на створення образу внутрішнього ворога, що повертається, затьмарює простір, не піддається моральному суду і постійно нагадує про себе, попри спроби суспільства його виключити. Основна функція цих засобів є не лише передати критичне ставлення автора, а й залучити читача в морально забарвлений дискурс. Такі інструменти, як метафора, гіпербола, публіцистична лексика й оцінні судження, працюють комплексно, конструюючи образ Д. Трампа як політичного та культурного фантома, що не полишає сцену, попри поразки та осуд.

У статті «The Only Patriotic Choice for President» [8]. The Only Patriotic Choice], опублікованій у The New York Times 30 вересня 2024 року, автор розглядає моральну і політичну придатність Дональда Трампа та його суперниці, Камали Гарріс, у контексті майбутніх президентських виборів США. Текст фокусується на порівнянні лідерських якостей, цінностей та програмних позицій двох кандидатів, окреслюючи вибір не просто між політиками, а між двома протилежними концепціями майбутнього країни.

Уже з початку матеріалу вживається низка емотивно забарвлених характеристик на адресу Д. Трампа: «*morally unfit*» (морально непридатний) – оцінне означення, що засвідчує особистісну неприйнятність; «*temperamentally unfit*» (темпераментно непридатний) – оцінка особистих якостей; «*disqualifying characteristics*» (недопустимі риси) – позначення дефектів, що



позбавляють права бути президентом. Лексика строго негативна, спрямована на делегітимацію політичного опонента. Опис його «*many criminal charges*» (багато кримінальних звинувачень) слугує юридичною характеристикою, що підкреслює його суспільну небезпеку.

Протилежно Д. Трампу, Камала Гарріс зображується через позитивні лінгвістичні маркери: «*dedicated public servant*» (відданий громадський службовець), «*care, competence and an unwavering commitment*» (турбота, компетентність і непохитна відданість) – позитивні оцінні вирази, що формують образ надійного лідера. Звертається увага на якісні характеристики, які важливі для політика: «*wisdom, honesty, empathy, courage, restraint, humility, discipline*» (мудрість, чесність, емпатія, мужність, стриманість, смиренність, дисципліна) – перелік етичних і психологічних якостей, що підкреслюють фундаментальну різницю між кандидатами.

Активно використовуються метафори та концептуальні протиставлення: «*degrade the values, defy the norms and dismantle the institutions*» (принижувати цінності, ігнорувати норми і руйнувати інститути), що є метафоричним зображенням руйнівної діяльності й виступає застереженням для виборців, а також вислів «*the only patriotic choice*» (єдиний патріотичний вибір), що стилістично підкреслює виключну важливість вибору.

Далі в тексті простежується інтенсивне використання контрастної лексики: «*twice-impeached version*» (двічі імпічментований), «*a barrage of criminal charges*» (потік кримінальних звинувачень), що підсилюють образ політика, чия поведінка є постійним джерелом загрози для демократії. З іншого боку, позитивні політичні кроки К. Гарріс описані через формулювання «*shared future beyond hate and division*» (спільне майбутнє поза ненавистю та розколом) й «*thoughtful plans*» (продумані плани), що створює надійний, прогресивний імідж.

Таким чином, можна стверджувати, що аналізована стаття використовує широкий арсенал лінгвостилістичних засобів – від оцінних прикметників і метафор до антонімічних протиставлень і емоційно забарвленої публіцистичної лексики, – щоб чітко розмежувати образи кандидатів та підкреслити морально-політичний вибір. Основна мета тексту полягає не лише в інформуванні, а й активізації патріотичної відповідальності виборця, заклику до усвідомленого вибору між руйнівним впливом і конструктивною альтернативою.

У матеріалі Fox News від 31 жовтня 2024 року [9], а саме фрагментах інтерв'ю з обома кандидатами та коментарях до них, зображення Д. Трампа та К. Гарріс будується через гостре протиставлення їхніх позицій щодо теми міграції, безпеки жінок й абортів. Журналісти підкреслюють жорстку риторику Д. Трампа, зокрема за допомогою фрази на кшталт «*Kamala has imported criminal migrants... including savage criminals who assault, rape, and murder our women and girls*» («Камала імпортувала злочинних мігрантів... включно з дикими злочинцями, які твaлтують, вбивають наших жінок і дівчат»), що містить гіперболу та емоційно навантажену лексику, яка створює образ К. Гарріс як загрози для жінок та нації. Д. Трамп підкреслює свою «героїчну» роль захисника висловлюванням: «*I'm gonna do it whether the women like it or not. I'm gonna protect them*» (Я зроблю це, подобається жінкам чи ні. Я буду їх захищати). Ця фраза є прикладом категоричної модальності та патерналістського стилістичного прийому, що формує образ рішучого політика, який бере відповідальність за прийняття рішень.

Зі свого боку, К. Гарріс відповідає у стилі контрнарративу: «*Donald Trump thinks he should get to make decisions about what you do with your body*» («Дональд Трамп вважає, що має право вирішувати, що вам робити зі своїм тілом») Наведений приклад містить персоналізацію протиставлення (personalized opposition) і риторичний прийом фреймінгу (rhetorical framing), що націлений на позиціонування Д. Трампа як авторитарного політика. Разом з тим, у зазначеному матеріалі також наводяться коментарі інших політиків, наприклад, сенатора-республіканця Майка Лі, зокрема: «*killing a full-term baby isn't 'what you do with your body*», що містять елементи провокативної метафори й оцінної номінації та сприяють формуванню негативного іміджу К. Гарріс.

Таким чином, у матеріалі спостерігається чітке використання лінгвостилістичних засобів для поляризації образів обох кандидатів. Д. Трамп подається через жорсткий, маскулітний і месіанський наратив, використовуючи гіперболи, модальність та емоційне навантаження, тоді як К. Гарріс та її союзники застосовують іронію, критичний фреймінг і контрнарлативи, спрямовані на демонстрацію загрози з боку суперника.

У матеріалі Fox News від 31 жовтня 2024 року подано інтерв'ю віцепрезидентки Камали Гарріс [10], вперше після того, як вона стала основною кандидаткою від Демократичної партії на президентських виборах. Журналісти підкреслюють, що її мовчання тривало 39 днів, з акцентом на уникання нею прес-конференцій та спілкування зі ЗМІ. Інтерв'ю стало майданчиком не лише для озвучення позицій К. Гарріс, а й для виявлення її невизначеності, непослідовності й риторичних ухилянь, які було обрамлено набором характерних лінгвостилістичних засобів, як з боку самої кандидатки, так і з боку журналістів Fox News, що подають інформацію з чіткою позицією.

У тексті активно використовуються мовні прийоми, що спрямовані на послаблення впевненості та авторитету К. Гарріс. Вона описується як така, що «*fumbles*» (*заплуталась, провалилася*) під час відповіді на базове питання через використання дієслова з негативною конотацією. Формулювання «*Harris dodges whether Biden endorsed her*» (*Гарріс ухиляється від відповіді, чи підтримав її Байден*) слугує прикладом прийому *evasion framing* (рамкування ухиляння), що створює образ політика, якому бракує щирості або рішучості. Подібним чином, уживання «*flip-flops*» (*різкі зміни позицій, з натяком на непослідовність*) є елементом негативної політичної лексики, що підриває довіру до кандидата.

При розгляді прямих цитат К. Гарріс, журналіст виділяє її непряму, обтічну риторику. Висловлення «*When I look at the aspirations, the goals, the ambitions of the American people... fueled by hope and optimism*» (*Коли я дивлюсь на прагнення, цілі та амбіції американського народу... підживлені надією та оптимізмом*) виступає прикладом абстрактної генералізації, що використовується замість конкретної відповіді. Її відповідь «*Day one, it's gonna be about one, implementing my plan for what I call an opportunity economy*» (*У перший день я реалізую мій план як я це називаю «економіки можливостей»*) характеризується наявністю евфемізмів і конструкції «*what I call*» (*як я це називаю*), що мають пом'якшувальну функцію, але також викликають сумніви у конкретиці. Такі вирази є маркерами стилістичної невизначеності, що може бути інтерпретовано як уникання декларування прямої позиції.

Fox News посилює враження непослідовності К. Гарріс також за рахунок апеляції до історичного контексту: «*she said... she's in favor of banning fracking*» у 2019 році, і тепер «*I made that clear... I would not ban fracking*» у 2024, що є зіставленням прямої суперечності й слугує прикладом лінгвостилістичного прийому контрастивного зіставлення, що навмисно створює образ лицемірства. Це підкріплюється фразами типу «*transcript shows another story*» (*транскрипт свідчить про інше*), що виконує функцію недовіри (*distrust cue*).

Загалом, структура тексту побудована на комбінації описового формату з глибоко суб'єктивним тоном, що, за допомогою мовної невизначеності, риторичних заплутувань і емоційно нейтральної, але об'єктивізованої критики, сприяє створенню образу К. Гарріс як слабкого політика-популіста, що ухиляється від прямих відповідей. Водночас, Fox News оперує стилістичними рамками дискредитації, через які сприйняття кандидатки завжди проходить крізь лінзу сумніву або недовіри, що, у свою чергу, відповідає моделі медійного дискурсу, що виконує функцію делегітимації шляхом фокусування на риторичних невдачах, лінгвістичній нечіткості та політичній амбівалентності.

Слід також зазначити, що у межах аналізу лінгвостилістичних особливостей медіа-дискурсу особливої уваги заслуговують саме матеріали правоконсервативного телеканалу Fox News, оскільки він стабільно демонструє симпатії до Д. Трампа та його політичної риторики. Так, у публікації, присвяченій його участі в Town Hall [11] на програмі «Hannity», можна про-

стежити типову для Fox News манеру висвітлення інформації: на перший план виходить не критичний аналіз висловлювань Д. Трампа, а підкреслення його харизми, впевненості та анти-елітарної риторики, що апелює до емоційної ідентифікації з аудиторією.

Уже в перших фрагментах тексту домінує образ Д. Трампа як лідера, що «прогнозує» розвиток подій та володіє «правдою», якою ділиться з аудиторією. Таким чином, висловлення *«I personally don't think he makes it»* (Я особисто не думаю, що він дотягне [до виборів]) містить емотивно забарвлену суб'єктивну оцінку стану Джо Байдена з позиції переваги; лексичний інструмент: оцінне судження, що побудовані на гіперболізації та сарказмі: *«He wasn't able to lift a beach chair, which is meant for children to lift»* (Він не зміг підняти пляжний стілець, який навіть діти можуть підняти) є іронію, оцінним гіперболізованим образом; *«he would 'fall over' if I simply blew on him»* (він би впав, якби я просто дмухнув на нього) – саркастичне порівняння, метафора фізичної слабкості. Подібні формулювання створюють образ Дж. Байдена як некомпетентного, слабкого та недієздатного, що контрастує з образом Д. Трампа як активного й дієвого лідера.

Подальші висловлювання містять провокаційні тези, що знаходяться за межами політичного етикету: *«I want to close the border and I want to drill, drill, drill. [...] After that, I'm not a dictator»* (Я хочу закрити кордон і бурити, бурити, бурити. Після цього – я не диктатор). Наведений приклад містить повтор, гру на очікуваннях, парадокс, що свідомо межує з жартом, але легітимізує можливість жорсткої авторитарної дії на «перший день». Тобто мова Д. Трампа будується на формулі «я говорю правду, яку ви не чуєте від інших», де грубість сприймається як чесність, а порушення етичних норм як ознака рішучості.

Не менш показовим є й використання зневажливої номінації: *«Ron DeSanctus»* та *«Ron DeSanctimonious»*, що є грою слів і викривленим прізвиськом суперника, що формує образ лицеміра. Тут задіяна пейоративна лексика, мовна гра та неймінг через приниження. Крім цього, він узагальнює дії демократів як *«cheating on elections and great talking points»* (єдине, що вони добре вміють – це фальсифікації на виборах і вигадання гарних тез) – дискредитація, звинувачення, емотивно забарвлене узагальнення.

У завершальних частинах аналізованої статті автор тексту не вводить жодних контраргументів чи дистанції, натомість підкреслює захоплення публіки: *«eliciting cheers from the crowd»*, *«the crowd laughed»*, *«cheers from the Hawkeye State crowd»* через семантику підтримки, позитивну соціальну реакцію, що підкріплює легітимність сказаного через реакцію натовпу, а не фактологічну обґрунтованість. Повторення меседжів на кшталт *«I gave the farmers \$28 billion»*, *«Who else could do that?»* містять риторичні питання, свідчить про самозвеличення та відсилки до «успіхів минулого».

Загалом, лінгвостилістичний портрет публікації виразно демонструє хвалебний наратив щодо Д. Трампа. Основу тексту складають пряма мова політика з мінімальним втручанням журналіста, що дозволяє риториці Д. Трампа звучати некритично. Основною метою досліджуваного матеріалу є неінтерпретативно передати меседж Д. Трампа із фокусом на його силу, впевненість, енергійність і дотепність, що формує образ «народного героя» в опозиції до слабкого і карикатурного Дж. Байдена.

У статті *«Trump returns to the same town he was shot in as mythology grows with his base»* [12], опублікованій USA Today 5 жовтня 2024 року, центральним об'єктом аналізу виступає Дональд Трамп. Основна увага приділяється його поверненню в Батлер, штат Пенсільванія – місце, де на нього було скоєно замах. Подія використовується як потужний інструмент формування міфологізованого образу політика, особливо серед його відданої аудиторії. Журналісти показують, як трагічний епізод стає частиною передвиборчого наративу, де Д. Трамп постає не просто як кандидат, а як символ стійкості і жертви заради нації.

Серед найяскравіших лінгвостилістичних засобів, що сприяють створенню цього образу, є часте використання образів героїзму і страждання. Сам Д. Трамп каже: *«I took the bullet for*



*democracy»* (Я прийняв кулю заради демократії). Це гіперболічне висловлювання, де просте фізичне поранення трансформується в акт героїчної жертви та передається за допомогою метафори жертви. Його фраза *«I could be having a nice life right now. Nobody would be shooting at me»* (Я міг би зараз спокійно жити. У мене б ніхто не стріляв) підсилює мотив самопожертви через антонімічне протиставлення спокійного життя і політичної боротьби. Подібний прийом загострює відчуття винятковості його становища.

Не менш виразною є візуальна складова цього дискурсу, що формує іконографію страждання: *«the picture of Trump pumping his fist on stage moments after being shot, blood smeared across his face»* (фото, де Трамп піднімає кулак на сцені відразу після пострілу, з кров'ю на обличчі). Це візуальна метафора сили, яка миттєво тиражується на футболках, прапорах і різдвяних прикрасах і закріплює образ Д. Трампа як мученика і борця. Репліка його прихильників, які скандують *«fight, fight, fight»* («борись, борись, борись») є прикладом риторичного повторення, що служить як емоційний підсилювач і засіб мобілізації.

В аналітичному ключі, використання таких засобів має чітку комунікативну мету, а саме спровокувати емоційний відгук і побудувати наратив, в якому Д. Трамп постає фігурою майже міфологічною, страждаючою, але незламною. Відсутність згадки про реального нападника підміняється колективним образом ворога, найчастіше асоційованого з демократами. Це дозволяє використовувати евфемістичне заміщення, де конкретне джерело загрози замінюється більш широким поняттям політичного супротивника. У сукупності, подібна лінгвостилістична стратегія сприяє побудові стійкого, героїзованого образу кандидата, протиставленого абстрактному, але зловісному «їм» – антигероям цієї передвибірчої драми.

У статті, опублікованій The USA Today у липні 2024 року, розглядається участь віцепрезидентки Камали Гарріс у подкасті «Call Her Daddy» [13] як приклад зміни медіапейзажу, в якому політики все частіше надають перевагу неформальним інтерв'ю з інфлюенсерами, а не традиційним журналістам. Автор критикує цей тренд як частину ширшої проблеми втрати авторитету класичних ЗМІ, що більше не є основними посередниками між політиками та суспільством.

Так, К. Гарріс заявляє: *«This is not the 1950s anymore»* (Зараз уже не 1950-ті роки), що є висловом, який містить анахроністичне протиставлення та за допомогою якого політик підкреслює зміну соціальних норм і водночас виправдовує свій медійний вибір. Далі ведуча подкасту Алекс Купер коментує: *«I'm so aware I have a very mixed audience when it comes to politics, so please hear me when I say my goal today is not to change your political affiliation»* (Я знаю, що моя аудиторія політично змішана, тож моя мета – не змінити вашу політичну орієнтацію). У цьому фрагменті простежується апеляція до нейтральності, яка, однак, знижує рівень критичності дискусії.

Інтерв'ю з К. Гарріс позбавлене гострих запитань чи спроб домогтися чітких відповідей: *«The vice president essentially regurgitated her usual talking points and relayed very little new information»* (Віцепрезидентка по суті повторила свої звичні тези і не подала нової інформації) – це медіакритичний наратив, що формує дистанцію між об'єктивною журналістикою і м'якими форматами комунікації. У матеріалі зазначається, що *«Soft interviews conducted by non-journalists also offer politicians and public figures a place to present their platform without pushback»* (М'які інтерв'ю від не-журналістів дають політикам майданчик без критики). Наведений приклад характеризується наявністю в ньому оксюморонного аналізу: «інтерв'ю» без «журналістики».

Заключна думка тексту висловлюється у фрагменті *«It's our job to adapt with a changing media landscape, lest we be left behind»* (Наше завдання – пристосовуватись до змін у медіа, інакше залишимося позаду), що містить метафору виживання, яка окреслює виклик для традиційних ЗМІ в нових умовах. Це не тільки рефлексія щодо ролі журналіста, а й самоаналіз професійної ідентичності в добу розмитих жанрових меж.



Загалом текст демонструє широкий спектр лінгвостилістичних інструментів: від соціокультурного антагонізму до саморефлексії, що допомагає зрозуміти, як публічні особи адаптуються до нових форматів комунікації, а журналісти до нових форм втрати контролю над повісткою. Мовні засоби працюють тут як маркери зміни ролей: політики як медіаактори, інфлюенсери як нові інтерв'юери, а журналісти як ті, хто більше не диктує правила.

У статті The USA Today від серпня 2024 [15] року викладено емоційний і багатоголосий портрет суспільного ставлення до кандидатури Камали Гарріс як потенційної президентки США. Текст побудований на чергуванні особистих висловлювань громадян, коментарів експертів і громадських лідерів, аналітичних вставок та статистичних даних, що створює поліфонічну наративну структуру з ефектом живого суспільного діалогу.

Типовий вислів «*It's just a vibe I'm feeling with her*» є прикладом розмовної інтенції, що сигналізує нераціональний, але глибоко емоційний рівень політичної підтримки. Саме слово *vibe* повторюється у заголовку й кількох цитатах, і виступає тут як лінгвістичний маркер зміни політичної культури – від програм до відчуттів, від раціональності до афективності.

Такі фрази, як «*There was an energy, an excitement I had not felt in quite a while*», або «*a breath of fresh air*», формують лексичне поле емоційної реанімації, у якому К. Гарріс фігурує не стільки як політичний діяч, скільки як символ надії, трансформації, новизни. У багатьох репліках використано паралельні структури для підсилення риторики, наприклад: «*white people and Black people, blue-collar mingling with white-collar folks, different age groups, different backgrounds*», що містять анастрофічний повтор, який візуалізує соціальну єдність.

Водночас присутній і інтертекстуальний конфлікт, оскільки у коментарях дисидентів, як-от Хассана Абдель Салама чи Корнела Веста, риторика змінюється і звучать терміни «*enabling genocide*», «*moral substance*», «*punish her*», що вводять лексему моралізації у протизагугу «вібраційній» підтримці. Це створює семантичний контраст між ідеєю «демократичного об'єднання» і «незадоволення активістів».

Статистика подається у форматі, що підсилює основну ідею емоційної мобілізації: «*79% were very motivated*» vs. «*51% motivated for Biden*» – антиклімактична побудова, що створює відчуття динаміки й прогресу. Коментаторка з Vote.Org підкреслює: «*We've used the momentum... to build up civic participation*». Це вже прагматичний реєстр, в якому афект перетворюється на політичну дію.

У підсумку, текст балансує між наративною журналістикою, яка дає голос «простим людям», і стратегічною легітимацією кандидатки через масовий емоційний резонанс. Це приклад того, як сучасна політична мова все більше набуває рис попкультурного дискурсу, де суб'єктивне враження – *vibe* – стає основою для електорального вибору.

**Висновки.** Дослідження показало, що лінгвістичні та стилістичні засоби, які використовуються в сучасних англомовних ЗМІ для зображення кандидатів у президенти США, є різноманітними і відіграють важливу роль у формуванні політичного іміджу. Зокрема, найпоширенішими засобами є метафори, епітети, порівняння та емоційно забарвлена лексика, які підсилюють емоційний вплив на аудиторію. Аналіз підтвердив, що ці лінгвістичні засоби сприяють створенню стереотипних образів кандидатів, які можуть як підкреслювати їхні позитивні якості, так і формувати негативні конотації.

Дослідження також показало, що особливості використання лінгвістичних і стилістичних засобів залежать від мовного середовища та культурного контексту, що підкреслює важливість міжкультурного підходу під час аналізу політичного дискурсу. Крім того, встановлено, що такі засоби виконують не тільки інформаційні, а й маніпулятивні функції, що робить їх ключовими елементами медіастратегії.

Таким чином, систематизація та поглиблений аналіз лінгвістичних і стилістичних прийомів у політичних ЗМІ сприяють більш об'єктивному розумінню процесів формування громад-

ської думки і можуть бути корисними для журналістів, політологів, лінгвістів та широкого кола дослідників політичного дискурсу.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. ElTayeb O., Molnar P., George R. Measuring the Influence of Mass Media on Opinion Segregation through Twitter. *Procedia Computer Science*. 2014. Vol. 36. P. 152–159. doi: 10.1016/j.procs.2014.09.062.
2. Christenson D. P., Weisberg H. F. Bad characters or just more polarization? The rise of extremely negative feelings for presidential candidates. *The Electoral Studies*. 2019. Vol. 61. P. 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2019.03.008>
3. Visser B. A., Book A. S., Volk A. A. Is Hillary dishonest and Donald narcissistic? A HEXACO analysis of the presidential candidates' public personas. *Personality and Individual Differences*. 2017. Vol. 106. P. 281–286. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.10.053>
4. Kim J. Y., Xiang Z., Kioussis S. Agenda building effects by 2008 presidential candidates on global media coverage and public opinion. *Public Relations Review*. 2011. Vol. 37. P. 109–111. doi:10.1016/j.pubrev.2010.09.009
5. Watts D. J., Rothschild D. M., Mobius M. Measuring the news and its impact on democracy. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*. 2021. Vol. 118, No. 15. Article e1912443118. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.1912443118>
6. Editorial Board. A Warning About Donald Trump and 2024. *The New York Times*. 2024. 6 January. URL: <https://www.nytimes.com/2024/01/06/opinion/trump-2024-campaign-warning.html> (дата звернення: 07.06.2025).
7. Flegenheimer M., Haberman M. Donald Trump Will Never Be Done With New York. *The New York Times*. 2024. 27 October. URL: <https://www.nytimes.com/2024/10/27/us/politics/trump-new-york-msg.html> (дата звернення: 07.06.2025).
8. Editorial Board. The Only Patriotic Choice for President. *The New York Times*. 2024. 30 September. URL: <https://www.nytimes.com/2024/09/30/opinion/editorials/kamala-harris-2024-endorsement.html> (дата звернення: 26.06.2025).
9. Nitzberg A. Trump says he wants to protect women; Harris says Trump wants to 'decide what you do with your body'. *Fox News*. 2024. 15 October. URL: <https://www.foxnews.com/politics/trump-says-he-wants-protect-women-harris-says-trump-wants-decide-what-you-do-your-body> (дата звернення: 08.06.2025).
10. Hein T. Top 5 moments from Kamala Harris' first interview as Dem nominee: 'I will not ban fracking'. *Fox News*. 2024. 4 August. URL: <https://www.foxnews.com/politics/top-5-moments-from-kamala-harris-first-interview-dem-nominee-i-not-ban-fracking> (дата звернення: 08.06.2025).
11. Colton E., Cina M. Top moments from Trump's Hannity town hall. *Fox News*. 2024. 19 October. URL: <https://www.foxnews.com/politics/top-moments-trumps-hannity-town-hall> (дата звернення: 08.06.2025).
12. Anderson Z., Jackson D. Trump survives assassination attempt during campaign stop in Butler. *USA Today*. 2024. 5 October. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2024/10/05/trump-assassination-attempt-campaign-butler/75514805007/> (дата звернення: 10.06.2025).
13. Mframa K. Kamala Harris on podcasting, journalism and the evolving media industry. *USA Today*. 2024. 13 October. URL: <https://www.usatoday.com/story/opinion/columnist/2024/10/13/harris-podcast-journalism-adapt-media-industry/75578690007/> (дата звернення: 26.06.2025).
14. Collins T., Berry D. B., Hughes T. 'A vibe I'm feeling': Here's what people are saying about Kamala Harris. *USA Today*. 2024. 22 August. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2024/08/22/kamala-harris-election-campaign-momentum-dnc/74878362007/> (дата звернення: 10.06.2025).

Дата надходження статті: 28.07.2025

Дата прийняття статті: 29.08.2025

Опубліковано: 16.10.2025