

Политическая лингвистика. 2026. № 3 (117).
Political Linguistics. 2026. No 3 (117).

УДК 811.111'42+811.111'38+81'27
ББК Ш143.21-51+Ш143.21-55+Ш100.621

ГРНТИ 16.21.25; 16.21.55

Код ВАК 5.9.8

Анна Владимировна Пушкина^{1✉}, Людмила Бабаян^{2✉}

^{1,2} Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва, Россия

¹ pushkina4@yandex.ru[✉], SPIN-код: 8533-0182

² lyudmilababayan11@mail.ru[✉]

Лексические средства текстов предвыборных дебатов как один из способов коммуникативного воздействия на электорат на примере дебатов Д. Трампа и К. Харрис

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются лексические и стилистические средства, применяемые кандидатами на пост президента США — Дональдом Трампом, Камалой Харрис — в ходе предвыборных дебатов. Цель работы заключается в выявлении языковых приемов, формирующих политический имидж кандидатов и воздействующих на восприятие образа политического деятеля электоратом. Для достижения этой цели был проведен лексический и стилистический анализ текстов предвыборных дебатов Д. Трампа и К. Харрис. Методология работы заключается в лингвистическом анализе, который позволяет определить, как различные языковые средства усиливают или ослабляют посыл информации, создают образы, активизируют настроения аудитории. Также уделялось внимание контексту употребления выражений.

Результаты демонстрируют, что Д. Трамп, К. Харрис использовали схожие приемы, но с разными акцентами. Трамп обращался к агрессивной, гиперболизированной лексике, создавая контрасты. Эта манера речи способствовала формированию образа решительного лидера, способного противостоять угрозам. Камала Харрис акцентировала внимание на моральных ценностях, справедливости, применяя сдержанную, но в то же время эмоционально насыщенную лексику. Она стремилась продемонстрировать свою гуманность, приверженность социальным переменам.

Сведения, которые будут отражены в работе, представляют интерес для специалистов в области политической лингвистики, риторики, медиаполитики.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс, политические тексты, политические деятели, американские президенты, выборы президента, предвыборные дебаты, политическая риторика, политические речи, лексикология английского языка, лексические единицы, стилистика, манипулятивное воздействие, электорат, Д. Трамп, К. Харрис, языковые средства, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Пушкина Анна Владимировна, доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков, филологический факультет, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва, Россия.

Бабаян Людмила, аспирант кафедры иностранных языков, филологический факультет, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва, Россия, email: lyudmilababayan11@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Пушкина, А. В. Лексические средства текстов предвыборных дебатов как один из способов коммуникативного воздействия на электорат на примере дебатов Д. Трампа и К. Харрис / А. В. Пушкина, Людмила Бабаян. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2026. — № 3 (117). — С. 118-127.

Anna V. Pushkina^{1✉}, Ludmila Babayan^{2✉}

^{1,2} Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia

¹ pushkina4@yandex.ru[✉], SPIN code: 8533-0182

² lyudmilababayan11@mail.ru[✉]

Lexical Means of Election Debate Texts as a Way of Communicative Influence on the Electorate (On the Example of Debates between Donald Trump and Kamala Harris)

ABSTRACT. The article examines the lexical and stylistic means used by the U.S. presidential candidates, Donald Trump and Kamala Harris, during their election debates. The aim of the study is to identify the linguistic techniques that shape the political image of the candidates and influence the electorate's perception of the political figure. To achieve this aim, the authors conduct a lexico-stylistic analysis of the texts of the election debates between Trump and Harris. The methodology of the study draws on linguistic analysis, which allows the researchers to find out how different linguistic means strengthen or weaken the message, create images, and activate the mood of the audience. Attention is also paid to the context of the use of expressions.

The results show that Trump and Harris used similar techniques, but with different emphases. Trump utilizes aggressive, hyperbolic vocabulary, creating contrasts. This manner of speech contributed to the formation of the image of a decisive leader capable of confronting threats. Harris emphasized moral values and justice, using restrained but emotionally charged vocabulary. She sought to demonstrate her humanity and commitment to social change.

The information presented in the article may be of interest to specialists in the field of political linguistics, rhetoric, and media policy.

KEYWORDS: *political discourse, political texts, politicians, American presidents, presidential election, election debates, political rhetoric, political speeches, English lexicology, lexical units, stylistics, manipulative influence, electorate, D. Trump, K. Harris, language means, communicative strategies, communicative tactics.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Pushkina Anna Vladimirovna, Candidate of Pedagogy, Associate Professor of Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia.*

Babayan Ludmila, Post-Graduate Student of Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia.

FOR CITATION: *Pushkina A. V., Babayan L. (2026). Lexical Means of Election Debate Texts as a Way of Communicative Influence on the Electorate (On the Example of Debates between Donald Trump and Kamala Harris). In Political Linguistics. No 3 (117), pp. 118–127. (In Russ.).*

ВВЕДЕНИЕ

Предвыборные дебаты представляют собой элемент политической кампании, предоставляющий кандидатам возможность обратиться к избирателям, сформировать публичный образ. Одним из аспектов успешного выступления является использование лексических и стилистических средств, влияющих на восприятие электоратом личности участников в предвыборных дебатах. Язык дебатов отражает политические взгляды, становится средством воздействия на эмоции, установки, предпочтения аудитории. Политическая лексика представляет собой пласт, который используется преимущественно в сфере общественно-политических отношений и играет важную роль в процессе манипуляции общественным мнением¹.

Рост интереса к взаимосвязи языка и политики, а именно применяемым риторическим стратегиям с целью воздействия на электорат, обосновывает актуальность работы. Предвыборные дебаты превращаются в арену для использования различных языковых средств выразительности: метафор, гипербол, антитез, повторений, а также других лексических и стилистических средств.

Цель работы заключается в выявлении языковых приемов, формирующих политический имидж кандидатов и воздействующих на восприятие политического деятеля электоратом.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В последние годы наблюдается возросший интерес к анализу политического дискурса. Данный факт подтверждается рядом научных работ, посвященных особенностям использования языковых средств в политическом контексте, где форма высказывания определяется целью и ситуацией [Борисенко 2017: 70–73].

Н. Н. Равочкин при определении термина «политический дискурс» описывает всю совокупность взаимоотношений на уровне «человек — общество». Это смешение содержаний порождает новое содержание. Вполне очевидным представляется, что политический дискурс всегда будет выступать активным преобразователем окружающей действительности, участником сферы политической борьбы за завоевание, удержание и использование политической власти [Равочкин 2018: 244–250].

Е. И. Шейгал в своем исследовании предлагает полевой подход к анализу структуры дискурса политики и считает дискурс политическим, если к сфере политики относится хотя бы одна из трех составляющих: субъект, адресат или содержание речевого произведения [Шейгал 2000: 121–130].

Проанализировав мнения вышеупомянутых исследователей, можно отметить, что политический дискурс представляет собой сложное явление, отражающее систему взаимоотношений на уровне «человек — общество», влияющее на формирование мировоззрения электората. Политическая речь, представляющая собой конкретный акт публичной коммуникации с использованием лексических и стилистических приемов для воздействия на аудиторию, является эмпирическим воплощением более широкого политического дискурса, который, будучи совокупностью структурированных идеологических и знаковых практик, формирует рамки и контексты политического взаимодействия, таким образом обеспечивая взаимное проникновение и конституирование смысла в каждой конкретной речевой стратегии. В данной статье при определении термина «политический дискурс» мы будем придерживаться комплексного подхода, принимая во внимание указанные взгляды, чтобы глубже исследовать природу и особенности политического дискурса.

¹ Election 2024: Did the Harris-Trump Debate Reset the Presidential Race? — Текст : электронный — URL: <https://www.cfr.org/blog/election-2024-did-harris-trump-debate-reset-presidential-race>.

Рассмотрим лингвистические аспекты политического дискурса. Необходимо отметить, что ряд исследований акцентирует внимание именно на когнитивно-семантических характеристиках политического дискурса как объекта лингвистического анализа. Так, Т. И. Краснова при анализе политического дискурса прибегает к интегративному подходу и анализирует когнитивно-семантические аспекты политического дискурса, подчеркивая его характер как объекта лингвистического анализа. В работе акцентируется внимание на социальной и ментальной обусловленности процессов формирования идеологических значений, проявляющихся в структурах политической коммуникации. Автор подчеркивает, что дискурс следует понимать не столько как речевую практику, сколько как непрерывный ментальный поток, включающий образы, интенции и внутренние состояния сознания, лишь фрагментарно фиксируемые в языке. При этом дискурс раскрывается как множественный и двойственный феномен, способный одновременно выражать разные, зачастую противоречивые смыслы — от аффективных реакций до рациональных высказываний. Ключевую роль в конструировании смысла играет модализация, выступающая как идеологически мотивированный механизм, формирующий отношение говорящего к высказыванию и накладывающий на дескриптивное содержание оценочную рамку. Эта рамка тесно связана с идеологической оценкой, которая становится не внешней характеристикой, а внутренним компонентом когнитивного процесса, опирающимся на установки «приятия» или «неприятия». В качестве ядра политического дискурса выступает языковая картина мира, трансформируемая модализованным сознанием и приобретающая оппозитивную структуру. Важным аспектом является также процесс перекоцептуализации, в ходе которого происходит переосмысление устоявшихся понятий и значений под влиянием идеологических установок. Наконец, значимость внутреннего контекста и пресуппозиций — скрытых допущений, стереотипов и социальных норм — подчеркивает, что смысл высказывания формируется не только на уровне явного содержания, но и за счет глубинных когнитивных и социальных механизмов, предшествующих самому акту речи. Автор показывает, что дискурс — это не просто язык, а сложный когнитивно-семантический процесс, в котором сознание, идеология, эмоции и язык взаимодействуют, формируя множественные, динамичные и идеологически окрашенные смыслы. Понимание дискурса требует анализа не только

текста, но и глубинных психических и онтологических оснований, лежащих в основе его порождения [Краснова 2013: 46–54].

О. В. Спиридовский в статье «Категория выразительности в президентской коммуникации» рассматривает роль средств в речи политических лидеров. Автор анализирует, как такие средства помогают воздействовать на аудиторию в условиях политической борьбы. В работе делается вывод, что определенная выраженность речи служит не только эстетическим целям, но и влияет на восприятие избирателей, способствует формированию политического образа [Спиридовский 2013: 168–173].

Ж. Багана и Э. А. Бочарова рассматривают предвыборные дебаты как жанр с определенной ролевой структурой. Авторы анализируют особенности высказываний с высоким уровнем эмоциональной напряженности, официальности, а также призывами к действию, с выражением четкой позиции, попыткой установить связь с аудиторией. На основании выявленных характеристик исследователи приходят к выводу, что данные риторические стратегии являются не только отражением жанровых особенностей предвыборных дебатов, но и эффективным инструментом формирования имиджа кандидата, мобилизации электората и влияния на политическую повестку, подчеркивая тем самым значимость жанрового подхода в анализе политической коммуникации [Багана, Бочарова 2012: 121–125].

К. Г. Борисенко отмечает, что среди стилистических средств, используемых в политическом дискурсе, выделяются метафоры, эпитеты, гиперболы, анафоры, антитезы, риторические вопросы. И именно они играют важную роль в восприятии сообщения, формируя эмоциональное и когнитивное воздействие на аудиторию [Борисенко 2017: 70–73].

А. Р. Рюков анализирует употребление лексических средств языка в политических текстах с целью воздействия на аудиторию. В результате анализа выдвигается гипотеза о том, что данные механизмы выступают не только в роли инструмента передачи информации, но и как стратегически выверенный комплекс средств манипуляции общественным мнением. Автор приходит к выводу, что осознанное использование позволяет формировать эмоционально окрашенный нарратив, посредством которого политические акторы не только передают свое видение действительности, но и активно влияют на интерпретацию политических событий аудиторией, что, в свою очередь, способствует консолидации власти и легитимации политических позиций [Рюков 2021: 1087–1093].

В свою очередь, М. А. Семкин говорит о важности не только содержания, но и формы выступления политика. Выбор соответствующего лексического средства, стилистического приема помогает формировать определенные образы, которые влияют на восприятие аудитории. Именно лексико-семантический анализ в данном случае позволяет выявить, как конкретные слова, фразы используются для выстраивания коммуникации с избирателями, направляют внимание на те вопросы, которые хотел донести оратор [Семкин 2012: 209–215].

Е. А. Уразова отмечает, что речевые обороты, содержащие метафоры, противопоставления, выделительные конструкции, создают контрасты между положительными и отрицательными образами. Выражения, такие как «будущее» или «ошибки», «страна» или «хаос», фокусируют внимание на аспектах предвыборной программы, подчеркивают ключевые проблемы, которые беспокоят избирателей [Уразова 2017: 170–175]. Анафора, метонимия, эпитеты придают речи выразительность, усиливают ее воздействие. Повторение слов «мы», «страна», «будущее» создает ощущение уверенности, сплоченности с кандидатом. В свою очередь, включение статистических данных подтверждает компетентность кандидата, его готовность решать существующие задачи¹.

Для проведения настоящего исследования необходимо уточнить, что мы будем понимать под лексическими и стилистическими средствами выразительности.

Лексические средства — это слова и фразы, которые помогают сделать речь выразительной, передать эмоции, акцентировать важные идеи. К ним можно отнести: 1) эмоциональную и эмоционально-оценочную лексику; 2) негативно окрашенные эпитеты; 3) антитезы; 4) лексические повторы; 5) специальную лексику, в данном случае связанную с экономикой и технологиями; 6) грубоватые выражения; 7) гиперболизирующие прилагательные.

Стилистические средства — это языковые единицы, приобретающие или видоизменяющие стилистические коннотации в высказывании при реализации некоторого экспрессивного задания, установки на определенный стилистический эффект². Сюда можно отнести: 1) риторические вопросы; 2) гиперболы; 3) склонность к сарказму и иронии; 4) повтор на уровне синтаксиса; 5) экспрессию, эмоцио-

нальные восклицания и эмоциональные нападки; 6) контрастные образы; 7) использование стереотипов; 8) метафоры.

С учетом вышеизложенной информации для достижения цели данной работы и проведения анализа речей кандидатов на пост президента США нами были выбраны следующие методы исследования: метод сплошной выборки, метод лексического анализа, метод стилистического анализа, описательный метод, метод сравнительного анализа.

Для проведения лексического и стилистического видов анализа мы прибегли к следующему алгоритму: выявили стиль (публицистический), на какую сферу общения и ситуацию ориентирован текст (предвыборные дебаты), важные функции (воздействие), форму (устная). Далее выделили в тексте примеры использования лексических и стилистических средств в соответствии с вышеописанными определениями и произвели дальнейший сравнительный анализ.

Далее перейдем непосредственно к анализу используемых лексических и стилистических средств выразительности в текстах дебатов кандидатов на пост Президента США: Дональда Трампа и Камалы Харрис.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

С помощью метода сплошной выборки в речи Камалы Харрис было выявлено 200 лексических и 96 стилистических средств, в речи Дональда Трампа — 387 лексических и 180 стилистических средств. Анализ охватывал как эмоционально-оценочную лексику, так и разнообразные риторические приемы, включая повторы, эпитеты, риторические вопросы и другие фигуры, активно задействованные политиками для усиления аргументации и привлечения внимания аудитории.

Результаты представлены в графиках на рис. 1 и 2.

С точки зрения лексического анализа, как Камала Харрис, так и Дональд Трамп демонстрируют устойчивую тенденцию к использованию эмоционально окрашенной и эмоционально-оценочной лексики, что свидетельствует о стратегической ориентации их риторики на эмоциональное вовлечение аудитории. Данная лексическая стратегия способствует усилению экспрессивности высказываний и формированию субъективной оценки обсуждаемых явлений, что характерно для политического дискурса, направленного на мобилизацию и убеждение.

¹ Кречотень, П. А. Использование выразительных средств языка в политическом дискурсе / П. А. Кречотень. — URL: <https://school-science.ru/7/3/40388>.

² Винокур, Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц / Т. Г. Винокур. — Москва, 1980.

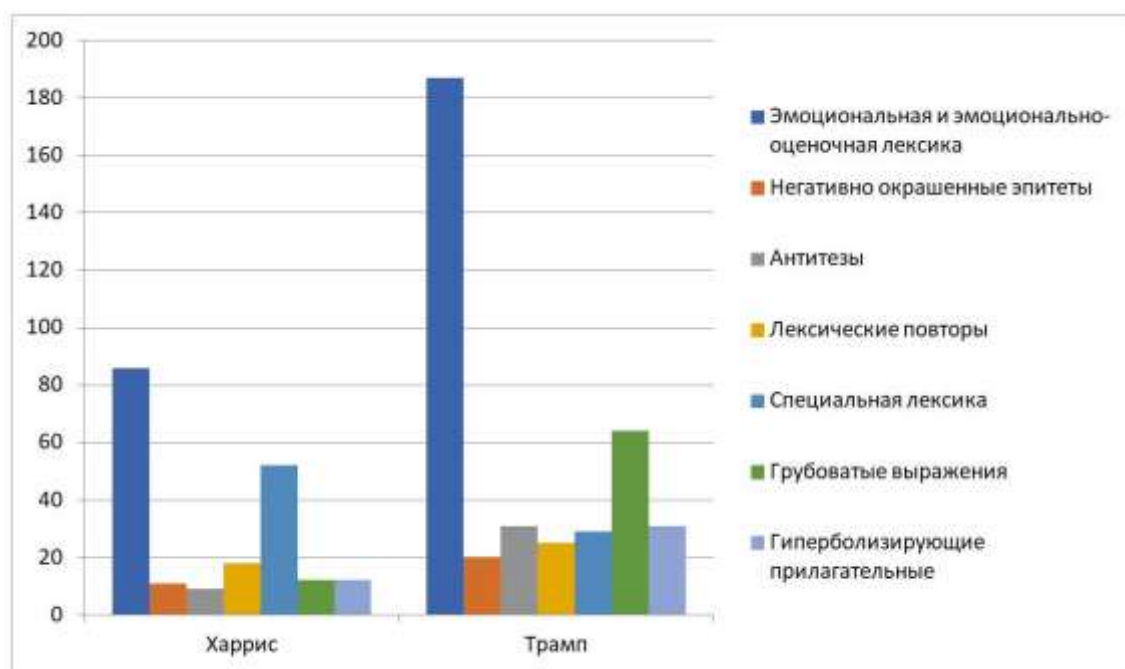


Рис. 1. Лексические средства (график)

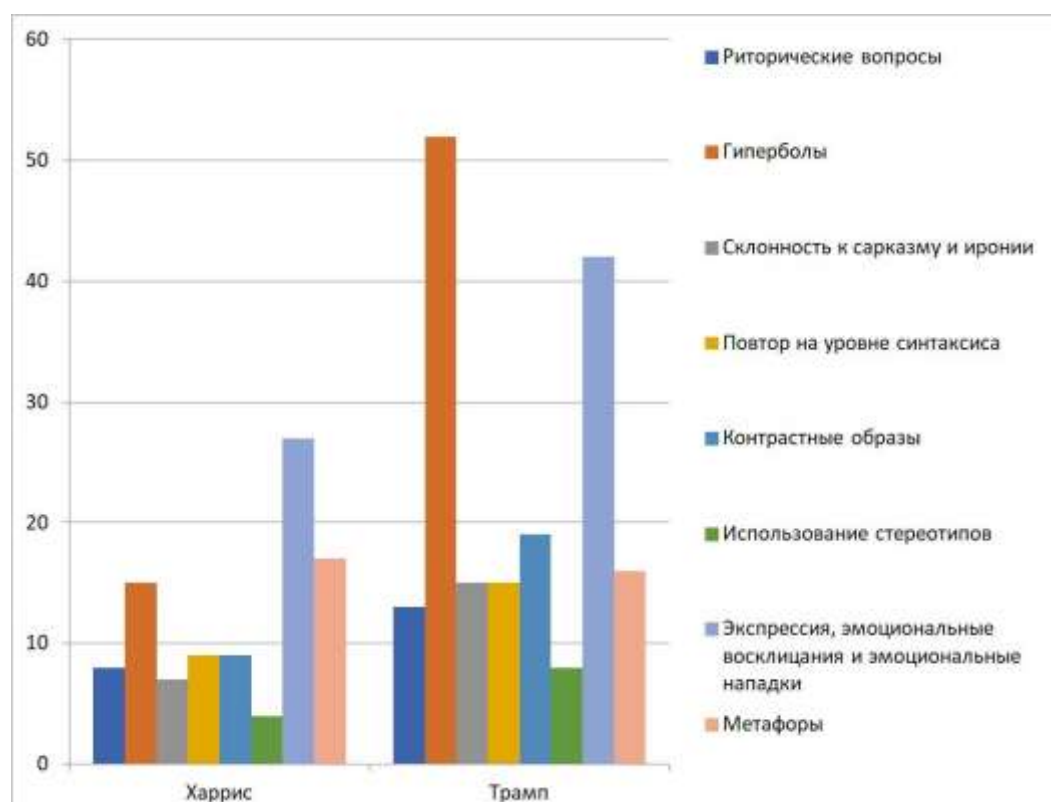


Рис. 2. Стилистические средства (график)

Анализ графика позволяет сделать вывод о том, что Камала Харрис в своей риторике чаще прибегает к экспрессивным средствам и метафорическим конструкциям, тогда как Дональд Трамп демонстрирует склонность к использованию гиперболизации и экспрессивных форм, зачастую усиливающих эмоциональное воздействие высказывания. Таким образом, в стилистическом

профиле каждого политика прослеживается доминирование определенных тропов, отражающих индивидуальные стратегии риторического воздействия.

Лексические средства, используемые К. Харрис, Д. Трампом

В выступлениях Камалы Харрис выявлена насыщенная эмоционально-оценочная

лексика, помогающая формировать необходимое впечатление об обсуждаемых проблемах и оппоненте. Так, словосочетания «the worst public health epidemic in a century» — «самая страшная эпидемия общественного здравоохранения за столетие», «a bunch of lies» — «куча лжи» или «dangerous plan» — «опасный план» имеют яркую экспрессивную окраску и акцентируют серьезность заявлений. При этом выбор лексики нередко переходит в разряд сниженно-разговорного стиля, как видно на примере выражения «куча лжи», где резкое прямолинейное высказывание подчеркивает несогласие с оппонентом. Помимо общих эмоционально окрашенных слов, Харрис регулярно использует отрицательно заряженные эпитеты вроде «опасный план» или метафорическую характеристику «горячая точка экономики», позволяя заострить внимание на проблемных точках. Также в ее речи систематически встречается прием антитезы, когда противопоставляются такие элементы, как «право женщин» — «запрет для женщин» или «поддерживать — разрушать», что помогает показать разные векторы политических позиций. Существенной чертой риторики Харрис являются лексические повторы, придающие дополнительную убедительность утверждениям: она часто повторяет термин «план» или словосочетание «an opportunity economy» — «экономика возможностей». Параллельно с этим она обращается к специальной лексике, связанной с экономикой и технологиями: «дефицит бюджета», «рецессия», «искусственный интеллект» и «квантовые вычисления»; такого рода словоупотребление создает впечатление компетентного и аналитического подхода. Итоговая совокупность лексических средств у Харрис оценивается в двести примеров.

Если говорить о Дональде Трампе, то в его высказываниях обилие эмоционально-оценочной лексики более заметно. Он часто прибегает к жестким и экспрессивным конструкциям: «a terrible economy» — «ужасная экономика», «worst inflation» — «худшая инфляция», «they're destroying our country» — «они разрушают нашу страну» и пр. При этом речь изобилует сниженными, грубоватыми выражениями, благодаря которым возникает эффект прямолинейной, иногда агрессивной манеры общения со сторонниками и оппонентами. Подобные фразы, как «They threw him out of a campaign like a dog» — «Его вышвырнули из кампании, как собаку», показывают привычку к жестким оценкам, создающим образ «сильного лидера», не стесняющегося в высказываниях. Количество негативно окрашенных эпитетов, сопровождаемых повторениями и антитезами, оказывается выше по сравнению с речью Харрис. Трамп часто выстраивает открытый контраст («великая экономика — разрушенная экономика»), усиливающий конфронтационную тональность диалога. Кроме того, характерен прием лексического повтора, в котором он многократно говорит «большой», «самый большой», «огромный», а также употребляет другие гиперболизирующие прилагательные в последовательных фразах, чтобы закрепить впечатление о масштабности обсуждаемых успехов или бедствий. При этом он активно использует экономические термины, такие как «дефицит», «инфляция», «пошлина», но в основном в политизированном, эмоционально-насыщенном ключе. Общая совокупность лексических средств у Трампа насчитывает триста восемьдесят семь.

На рисунке 3 представлено количество лексических средств, использованных каждым из кандидатов в ходе предвыборных дебатов.

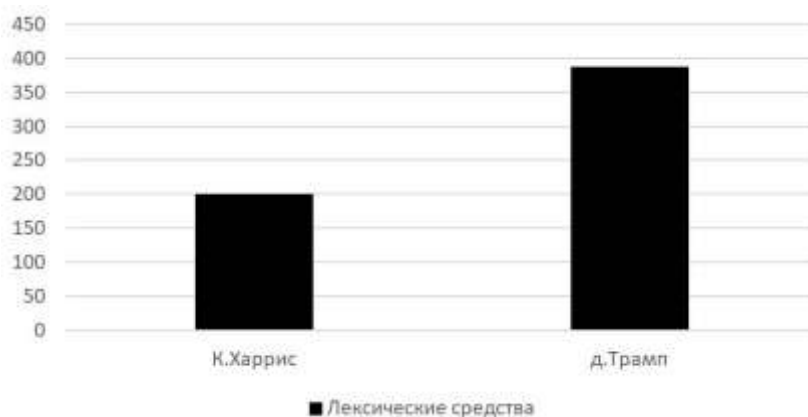


Рис. 3. Использование кандидатами в предвыборных дебатах лексических средств (составлено авторами)

Стилистические средства, используемые К. Харрис, Д. Трампом

К. Харрис использует целый спектр риторических приемов, которые усиливают эмоциональную вовлеченность слушателя и подчеркивают значимость обсуждаемых тем. Среди них заметны риторические вопросы, адресованные аудитории: «And what we have done is clean up Donald Trump's mess». — «И все, что мы сделали, — это убрали беспорядок, оставленный Дональдом Трампом» и «Do you believe...» — «Считаете ли вы, что...?», которые стимулируют внутренний диалог и поддерживают напряженность дискуссии. В тексте встречаются и гиперболы, когда Харрис говорит о «куче лжи» или о том, что «Donald Trump left us the worst unemployment» — «Дональд Трамп оставил нам самый высокий уровень безработицы», фактически усиливая эмоциональный фон и вызывая у слушателя ощущение масштабности проблем. Важным элементом речи являются эпитеты («страшная эпидемия», «аморальный»), придающие дополнительный эмоциональный вес. Прямые обращения к аудитории, вроде «Я обещаю вам...» или «Я скажу вам всем...», способствуют более тесному психологическому контакту, а повторы на уровне фраз (пример: «Я верю в амбиции...», «Я верю в мечты...») создают ритмичность и повышают запоминаемость ключевых тезисов. У Харрис можно заметить иронические и саркастические интонации, хотя по интенсивности они уступают тем, что наблюдаются в выступлениях ее оппонента. По результатам подсчетов, совокупное число стилистических (риторических) средств в ее речи составляет девяносто шесть, что подтверждает активное использование экспрессивно-речевых стратегий при взаимодействии со слушателями.

Стилистическая сторона выступления Трампа не менее примечательна: он широко применяет гиперболу, ссылаясь на «самую

высокую инфляцию в истории» и «миллионы и миллионы преступников». Такие формулировки зачастую не имеют конкретной фактологической базы, но усиливают впечатление катастрофичности положения. Несмотря на то, что риторические вопросы у Трампа встречаются реже в чистом виде, чем у Харрис, он всё же активно их использует, задавая их аудитории и ведущим, а затем часто сам же предлагает ответ. В речи Трампа явно заметна склонность к сарказму и иронии: он высмеивает оппонента, обрывает оппонента или ведущего короткими ремарками, обзывает противника или принижает его заслуги. Прием повтора на уровне синтаксиса (например, «Они захватывают города. Они захватывают здания. Они действуют жестоко») усиливает эффект внушения, а эпитеты вроде «слабый, жалкий человек» или «ужасная ситуация» добавляют резкого эмоционального фона. Итоговое количество стилистических приемов в речи Трампа оценивается в сто восемьдесят примеров, что подтверждает его активную склонность к публичной экспрессии и прямым эмоциональным нападениям.

На рисунке 4 представлено количество стилистических средств, использованных каждым из кандидатов в ходе предвыборных дебатов.

Таким образом, можно отметить, что Трамп активно использует как лексические, так и стилистические средства, при этом его речь характеризуется ярко выраженной тенденцией к эмоционально агрессивному и гиперболизированному стилю. В то же время речь Харрис отличается меньшим количеством экспрессивных приемов, она более структурирована и носит официальный характер, с акцентом на изложении программных положений. Однако и в ее речи присутствуют такие элементы, как оценочные суждения, эпитеты, сарказм и повторы.

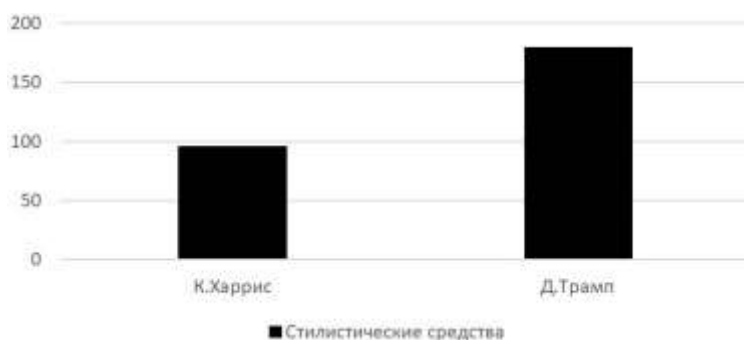


Рис. 4. Использование кандидатами в предвыборных дебатах стилистических средств (составлено авторами)

Стоит также рассмотреть, как кандидаты дополняют свои выступления другими риторическими инструментами, такими как статистика, контрастные образы и метафоры, которые помогают им акцентировать внимание на ключевых проблемах и формировать определенное отношение у аудитории.

Так, применение статистических показателей, как в случае с инфляцией: «We have inflation like very few people have ever seen before. Probably the worst in our nation's history. We were at 21%». — «У нас инфляция, которую мало кто когда-либо видел. Возможно, худшая в истории нашей страны. Мы достигли уровня в 21%» — обнажает ключевые экономические проблемы, провоцируя тревогу, заставляя думать о мерах, направленных на исправление ситуации. Такие данные создают напряжение, усиливая впечатление о масштабах экономического кризиса¹.

Контрастные образы, например, «The values I bring to the importance of home ownership knowing not everybody got handed \$400 million on a silver platter and then filed bankruptcy six times, is a value that I bring to my work to say we are going to work with the private sector and home builders to increase 3 million homes, increase by 3 million homes by the end of my first term». — «Мои ценности, связанные с важностью владения жильем, основаны на понимании, что не всем в жизни дают 400 миллионов долларов на блюде с голубой каемочкой, а потом они шесть раз становятся банкротами. Именно это я привношу в свою работу: мы будем работать с частным сектором и застройщиками, чтобы увеличить количество домов на 3 миллиона к концу моего первого срока» представляют Трампа как человека, получившего \$400 млн «на блюде с голубой каемочкой», а затем шесть раз объявившего себя банкротом, демонстрируют его связь с элитой, а также неспособность эффективно управлять. Образ Харрис, связанный с трудящимися, противопоставляется Трампу, создавая некую грань между ними².

Использование стереотипов, таких как «марксистка», позволяет создать у избирателей отрицательное восприятие оппонента. Это выражение настраивает на восприятие программы как угрозы рыночной экономике, а также существующим демократическим ценностям.

Эмоциональные восклицания, риторические вопросы также играют свою роль. Когда Трамп обвиняет Харрис в ненависти к Израилю («She hates Israel. If she's president, I believe that Israel will not exist within two years from now»). — «Она ненавидит Израиль. Если она станет президентом, я уверен, что через два года Израиль исчезнет»), это воздействует на чувства сторонников, провоцируя страх, враждебность. Подобные выражения используют для формирования негативного образа оппонента, подталкивая аудиторию к определенному выбору³.

Риторические вопросы, например, утверждение Харрис о том, что «мировые лидеры смеются над Трампом», подрывают доверие к его лидерским качествам, создают у избирателей ощущение его неподготовленности к должности представителя страны на мировой арене.

Метафоры, такие как «Израиля не будет через два года», усиливают восприятие угрозы, подчеркивая необходимость немедленных действий.

Противопоставление кандидатов через риторические средства, такие как антитезы, гиперболы, помогает выделить их отличия, на фоне которых показать свою персону подходящей народу. Что формирует мнение избирателей о том, что один из кандидатов компетентен, честен, другой — менее подходящий для руководства страной⁴.

Таким образом, на основании изложенного следует отметить, что выбор слов формирует у слушателей определенные эмоции, будь то уверенность в будущем, стремление к переменам, протест против существующей власти. Яркие контрасты, эмоциональная насыщенность речи призваны не только передать информацию, но и вовлечь избирателей, побуждая их в последующем проголосовать за кандидата на выборах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе анализа стратегий, применённых Дональдом Трампом, Камалой Харрис в дебатах, было выявлено, что оба кандидата активно использовали риторические средства для формирования политического имиджа, воздействия на избирателей. Язык дебатов, наполненный метафорами, контрастными структурами, эмоциональными выражениями, служил необходимым

¹ READ: Harris-Trump presidential debate transcript. — URL: <https://abcnews.go.com/Politics/harris-trump-presidential-debate-transcript/story?id=113560542>.

² Там же.

³ Там же.

⁴ Election 2024: Did the Harris-Trump Debate Reset the Presidential Race? — URL: <https://www.cfr.org/blog/election-2024-did-harris-trump-debate-reset-presidential-race>.

инструментом влияния на общественное мнение.

Дональд Трамп придерживался агрессивной, поляризующей лексики, создавая образ решительного лидера, противопоставляя себя «слабым» противникам, «неамериканским» угрозам. Камала Харрис сосредоточила внимание на гуманизме, справедливости, подчеркивая моральные ценности, используя мягкие, эмоционально насыщенные выражения.

Применялись стилистические приемы: повторение ключевых фраз, антитезы, гиперболы. Эти средства усиливали контраст между кандидатами, вызвали эмоциональную реакцию зрителей. Оба кандидата использовали язык для создания полярных образов, что стало основой риторической стратегии. Употребление этих приемов зависело от целей избирательной кампании каждого из кандидатов.

Результаты проведенного анализа подтверждают, что лексика, стилистика имеют значение в политической коммуникации. Языковые средства служат не только для передачи политических идей, но и для формирования имиджа, воздействия на настроения избирателей.

ИСТОЧНИКИ

1. Обменялись оскорблениями: как прошли дебаты Трампа и Харрис. — URL: <https://iz.ru/1757314/elizaveta-gritcenko/obmenialis-oskorbleniiami-kak-proshli-debaty-trampa-i-kharris> (date of access: 12.05.2026).
2. READ: Harris-Trump presidential debate transcript. — URL: <https://abcnews.go.com/Politics/harris-trump-presidential-debate-transcript/story?id=113560542> (date of access: 12.05.2026).
3. Election 2024: Did the Harris-Trump Debate Reset the Presidential Race? — URL: <https://www.cfr.org/blog/election-2024-did-harris-trump-debate-reset-presidential-race> (date of access: 12.05.2026).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Багана, Ж. Предвыборный политический дискурс как особая сфера коммуникации / Ж. Багана, Э. А. Бочарова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. — 2012. — № 1. — С. 121–125. — EDN OQPEHN.
2. Бондаренко, И. В. Лингвопрагматический потенциал метафоры в политическом выступлении / И. В. Бондаренко // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. — 2019. — № 2. — С. 52–60. — EDN VVMCBJ.
3. Борисенко, К. Г. Стилистические приемы как средство усиления прагматического эффекта текста (на материале предвыборных выступлений Барака Обамы) / К. Г. Борисенко // Филология и лингвистика. — 2017. — № 2 (6). — С. 70–73. — EDN YSPLMT.
4. Боташева, А. К. Специфика политических дебатов в рамках политической коммуникации в предвыборный период / А. К. Боташева, И. С. Миллер // Каспийский регион: политика, экономика, культура. — 2019. — № 2(59). — С. 62–68. — DOI 10.21672/1818-510X-2019-59-2-062-068. — EDN SKRYRU.
5. Игнатов, Д. В. Экспрессивно-выразительные средства языка в политическом дискурсе (на материале текстов выступлений Х. Клинтон и Д. Трампа) / Д. В. Игнатов // Мировое культурно-языковое и политическое пространство: инновации в коммуникации : сборник научных трудов. — Москва

: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2017. — С. 88–97. — EDN YWHMQV.

6. Краснова, Т. И. Анализ политического дискурса: подходы и категории / Т. И. Краснова // Политическая лингвистика. — 2013. — № 2 (44). — С. 46–54. — EDN QBNHJS.

7. Лагутина, А. В. Лексические и стилистические средства текстов предвыборных дебатов как один из способов коммуникативного воздействия на электорат / А. В. Лагутина, Т. И. Лалова // Филология: научные исследования. — 2020. — № 6. — С. 42–51. — DOI 10.7256/2454-0749.2020.6.32977. — EDN RZDKKR.

8. Перельгут, Н. М. О структуре понятия «политический дискурс» / Н. М. Перельгут, Е. Б. Сухоцкая // Вестник Нижегородского государственного университета. — 2013. — № 2. — С. 35–41. — EDN QCEMZR.

9. Равочкин, Н. Н. Особенности политического дискурса / Н. Н. Равочкин // Вестник Костромского государственного университета. — 2018. — Т. 24. — № 3. — С. 244–250. — EDN YOIOIH.

10. Рюкова, А. Р. Языковые средства воздействия в политическом дискурсе / А. Р. Рюкова // Вестник Башкирского университета. — 2021. — Т. 26. — № 4. — С. 1087–1093. — DOI 10.33184/bulletin-bsu-2021.4.41. — EDN GSQJIM.

11. Селиверстова, Л. Н. Политический слоган как речевой жанр с точки зрения прагматической лингвистики / Л. Н. Селиверстова // Вестник Таганрогского института управления и экономики. — 2014. — № 1 (19). — С. 48–51. — EDN SHTVXL.

12. Семкин, М. А. Стилистические средства в дискурсе политического комментария / М. А. Семкин // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. — 2012. — № 2. — С. 209–215. — EDN OZONUD.

13. Спиридовский, О. В. Категория выразительности в президентской коммуникации / О. В. Спиридовский // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2013. — № 2. — С. 168–173. — EDN RBOGIN.

14. Уразова, Е. А. Особенности использования метафоры в политическом дискурсе / Е. А. Уразова // Вестник Московской международной академии. — 2017. — № 1. — С. 170–175. — EDN ZEFWTT.

15. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — Москва ; Волгоград : Перемена, 2000. — 367 с. — EDN NLROTZ.

MATERIALS

1. Iz.ru (n.d.). Exchanging insults: How the Trump-Harris debate went. Available at May 12, 2026 from <https://iz.ru/1757314/elizaveta-gritcenko/obmenialis-oskorbleniiami-kak-proshli-debaty-trampa-i-kharris>.
2. READ: Harris-Trump presidential debate transcript (n.d.). Available at May 12, 2026 from <https://abcnews.go.com/Politics/harris-trump-presidential-debate-transcript/story?id=113560542>.
3. Election 2024: Did the Harris-Trump Debate Reset the Presidential Race? (n.d.). Available at May 12, 2026 from <https://www.cfr.org/blog/election-2024-did-harris-trump-debate-reset-presidential-race> (date of access: 12.05.2026).

REFERENCES

1. Bagana, Zh., Bocharova, E. A. (2012). Predvybornyj politicheskij diskurs kak osobaya sfera kommunikacii = Pre-election political discourse as a special sphere of communication. *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Linguistics*, 1, 121–125.
2. Bondarenko, I. V. (2019). Lingvopragmaticheskij potencial metafory v politicheskom vystuplenii = Lingvopragmatic potential of metaphor in political speech. *Bulletin of the Immanuel Kant Baltic Federal University. Series: Philology, pedagogy, psychology*, 2, 52–60.
3. Borisenko, K. G. (2017). Stilisticheskie priemy kak sredstvo usileniya pragmaticheskogo efekta teksta (na materiale predvybornykh vystuplenij Baraka Obamy) = Stylistic devices as a means of enhancing the pragmatic effect of the text (based on Barack Obama's pre-election speeches). *Philology and Linguistics*, 2(6), 70–73.
4. Botasheva, A. K., Miller, I. S. (2019). Specifika politicheskikh debatov v ramkah politicheskoy kommunikacii v predvybornyj period = Specifics of Political Debates within the Framework of Political Communication during the Pre-Election Period.

Caspian Region: Politics, Economics, Culture, 2(59), 62–68.

5. Ignatov, D. V. (2017). Ehkspressivno-vyrazitel'nye sredstva yazyka v politicheskom diskurse (na materiale tekstov vystupleniy Kh. Klinton i D. Trampa) = Expressive means of language in political discourse (based on the texts of speeches of Khrushchev and Donald Trump). *World cultural-linguistic and political space: innovations in communication. Collection of scientific papers*, 88–97. Moscow: Peoples' Friendship University of Russia (RUDN), 2017. EDN YWHMQV.

6. Krasnova, T. I. (2013). Analiz politicheskogo diskursa: podhody i kategorii = Analysis of political discourse: approaches and categories. *Political Linguistics*, 2(44), 46–54.

7. Lagutina, A. V., Lalova, T. I. (2020). Leksicheskie i stilisticheskie sredstva tekstov predvybornykh debatov kak odin iz sposobov kommunikativnogo vozdejstviya na elektorat = Lexical and Stylistic Means of Pre-Election Debate Texts as One of the Methods of Communicative Influence on the Electorate. *Philology: Scientific Research*, 6, 42–51.

8. Perelgut, N. M., Sukhotskaya, E. B. (2013). O strukture ponyatiya «politicheskij diskurs» = On the structure of the concept of “political discourse”. *Bulletin of Nizhnevartovsk State University*, 2, 35–41.

9. Ravochkin, N. N. (2018). Osobennosti politicheskogo diskursa = Features of political discourse. *Bulletin of Kostroma State University*, 24(3), 244–250.

10. Ryukova, A. R. (2021). Yazykovye sredstva vozdejstviya v politicheskom diskurse = Linguistic means of influence in political discourse. *Bulletin of the Bashkir University*, 26(4), 1087–1093.

11. Seliverstova, L. N. (2014). Politicheskij slogan kak rechevoj zhanr s točki zreniya pragmalingvistiki = Political Slogan as a Speech Genre from the Point of View of Pragmalinguistics. *Bulletin of the Taganrog Institute of Management and Economics*, 1(19), 48–51.

12. Semkin, M. A. (2012). Stilisticheskie sredstva v diskurse politicheskogo kommentariya = Stylistic Means in the Discourse of Political Commentary. *Bulletin of St. Petersburg University. Language and Literature*, 2, 209–215.

13. Spiridovskij, O. V. (2013). Kategoriya vyrazitel'nosti v prezidentskoj kommunikacii = The Category of Expressiveness in Presidential Communication. *Bulletin of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2, 168–173.

14. Urazova, E. A. (2017). Osobennosti ispol'zovaniya metafory v politicheskom diskurse = Features of the Use of Metaphor in Political Discourse. *Bulletin of the Moscow International Academy*, 1, 170–175.

15. Sheigal, E. I. (2000). Semiotika politicheskogo diskursa = Semiotics of political discourse. Moscow; Volgograd: Peremena, 367 p.