

А. В. Черток

**ОБРАЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ:
ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ**

Политический медиадискурс акцентирует внимание на взаимодействии между политиками и аудиторией через СМИ, создавая образ политического деятеля, отвечающего ожиданиям электората. Печатные СМИ активно используются для этих целей.

Для выявления лексических средств, используемых для создания образа Д. Трампа и К. Харрис, нами проанализировано 40 статей американской прессы, освещавших предвыборную кампанию в США 2024 года. Как показал анализ, образ Д. Трампа в англоязычных печатных СМИ представлен с нейтральной, либо с негативной стороны. Основным лексическим средством выражения критики в адрес политика являются эпитеты, подчеркивающие его личностные недостатки: *‘Over the next four years, the world’s most powerful office will be inhabited by a **twice-impeached convicted felon**’* (LA Times). С помощью эмоционально окрашенных глаголов изображается агрессивный стиль поведения: *‘Trump is trying to **shift the spotlight** to Harris’s weaknesses’* (WSJ), в то время как сравнения усиливают критику и проводят параллели с историческими фигурами: *‘The former president’s reliance on superlatives follows a style used by fascists such as **Hitler**’* (LA Times). Метафоры (13 % выявленных средств) способствуют созданию негативных ассоциаций у аудитории: *‘Donald Trump **fuelled concerns** about his state of mind...’* (FT US).

Презентация К. Харрис в проанализированных печатных СМИ менее детализирована и выражается с помощью эпитетов, акцентирующие гендерно-расовую уникальность кандидата и её позитивные качества: *‘Harris cast herself as a “new generation of leadership” and the forward-looking candidate’* (USA Today). Сравнения эксплицируют ограниченность её компетенций. Метафоры *‘She is just shifting with the political winds..’* (WP) и эмоционально окрашенные глаголы подчеркивают как противоречия в личности К. Харрис, так и её достижения: *‘But in recent weeks, Harris has chipped away at Trump’s margin’* (LA Times).

Таким образом, нами было установлено, что при репрезентации образа Д. Трампа самым распространённым лексическим средством были эпитеты (63 % выявленных лексических средств), за которыми следуют эмоционально окрашенные глаголы (16 %), метафоры (13 %) и сравнения (8 %). При создании образа К. Харрис эпитеты также составили наибольшее число лексических средств – 60 % от общего количества, за ними следуют сравнения (21 %), метафоры (11 %) и эмоционально окрашенные глаголы (8 %).