

УДК 811.111'37'38'42:32:659.13

<https://doi.org/10.31861/gph2026.858-859.272-279>

## ЛЕКСИЧНІ, ГРАМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДИСКУРСУ АНГЛОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ СПОТІВ

Микола ПРОХОРОВ

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

[m.prokhorov@chnu.edu.ua](mailto:m.prokhorov@chnu.edu.ua)

<https://orcid.org/0000-0002-5827-2602>

*Статтю присвячено дослідженню лексичних, граматичних і стилістичних особливостей дискурсу англомовних політичних спотів. З цією метою у статті залучено методи лексичного, граматичного та стилістичного аналізу. Зазначені методи, а також методи узагальнення, контекстуального, інтерпретативного, соціолінгвістичного, лінгвокультурологічного та описового аналізу дозволяють пояснити значення та виявити специфіку використання лексичних, граматичних і стилістично маркованих одиниць в аналізованому дискурсі.*

*Політичний спот є коротким відеороликом, створеним для передачі інформації про політиків з метою формування електоральних вподобань у адресата. Лексичний рівень дискурсу англомовних політичних спотів відзначається використанням засобів номінації таких ключових понять сфери політики, як влада, зміни, цінності, політичні діячі та їх характеристики. Деспеціалізована термінологія, розмовна та оцінна лексика аналізованого дискурсу забезпечують розуміння і впливовість його повідомлень та їх маніпулятивний потенціал. Його особисті прийменники та модальні конструкції сприяють створенню ефекту солідаризації з адресатом та моделюванню ситуацій потенційних позитивних змін, здійснених політиками. Ключову роль у формуванні їх образів та передачі інформації про них відіграють такі стилістичні засоби та прийоми лексико-семантичного рівня, як метафора, метонімія, каламбур, епітети, художні порівняння та алюзії. Алітерація, рима та інші стилістично марковані одиниці фонетичного рівня додають експресивності дискурсу англомовних політичних спотів. Повтори, паралельні конструкції, хіязми, антитези, риторичні питання забезпечують його запам'ятовування. Саме синергія та взаємодія різнорівневих мовних засобів дискурсу англомовних політичних спотів сприяє здійсненню впливу на адресата та формуванню електоральних вподобань.*

**Ключові слова:** англомовний політичний спот, дискурс, лексичний рівень, метафора, стилістичні засоби та прийоми.

---

Прохоров М. Лексичні, граматичні та стилістичні особливості дискурсу англомовних політичних спотів. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Германська філологія.* Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2026. Вип. 858-859. С. 272-279. <https://doi.org/10.31861/gph2026.858-859.272-279>

© 2026 The Author(s). Published by Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University



This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## I. ВСТУП

Політична реклама відіграє надзвичайну роль у популяризації політичних ідей, поширенні цінностей і настанов, конструюванні політичних образів, формуванні електоральних вподобань. Її різноманітність визначається не тільки змістом, але й формою, а також засобами творення, на що вказують політичні листівки, плакати, бігборди, агітаційні телевізійні ролики, політичні споти. **Актуальність** статті зумовлена загальним інтересом мовознавців до політичної комунікації та політичної реклами, поширенням англомовних політичних спотів у сучасному медіапросторі, їх лінгвальною варіативністю та прагматичним потенціалом.

Попри те, що дискурс англомовних політичних спотів вже підлягав вивченню науковців з огляду на його діалогічність (Прохоров, 2024), жанрову своєрідність (Прохоров, Чепишко, 2024), соціофункціональні характеристики (Benoit, 2014), ще й донині не встановлені його лексико-семантичні і стилістичні особливості. Саме цей факт і визначає **мету** статті, а її завдання, пов'язані з метою, полягають у з'ясуванні передумов та історії виникнення політичного споту, наданні йому визначення та загальної характеристики, встановленні тих лексичних, граматичних засобів, а також стилістичних засобів і прийомів різного рівня, які відіграють ключову роль у оформленні його змісту, передачі його ключової інформації, конструюванні його оцінно-експресивної перспективи та прагматичного потенціалу.

**Методи дослідження.** Ключовими для цієї статті, є семантичний, граматичний, стилістичний, контекстуальний, інтерпретаційний аналіз, а також метод опису. Вказані методи допомагають з'ясувати та пояснити значення різнорівневих мовних засобів і специфіку їх використання у дискурсі англомовних політичних спотів. Релевантними для розвідки є також соціолінгвістичний та лінгвокультурологічний аналіз, задіяні для пояснення їх вживання в дискурсі англомовних політичних спотів. Методи опису та надання дефініції вжито для надання визначення та опису історії появи та розвитку англомовних політичних спотів.

## II. РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОБГОВОРЕННЯ

Еволюція політичної реклами зумовлена не тільки розвитком суспільно-політичних відносин, але й науково-технічним прогресом людства. Публічне мовлення на площах і майданах, народних зібраннях, агітаційні написи на будівлях, сприяли поширенню інформації про політичних кандидатів і їх ідеї у Давньому Римі та Давній Греції (Richards, 2024, p. 33). З розвитком писемності та книгодрукування засобами поширення інформації про політиків стали листівки та плакати. Радіо та телебачення стали спочатку додатковими, а потім і основними засобами поширення політичної реклами в багатьох країнах світу.

Поява та поширення політичних спотів, що є короткими рекламними відеороликами про політиків, створеними для формування електоральних вподобань, відбулося в середині ХХ століття у США. У 60-ті рр. ХХ політичні споти стали надбанням Європи, а згодом і інших країн світу. З появою та поширенням інтернет-технологій їх почали розташовувати на сайтах, офіційних інтернет-сторінках політиків, їх політичних партіях та інших інтернет-платформах. Ключовим у поширенні політичних спотів став також відеохостинг Youtube, що допомагає ознайомитися з розташованою за його допомогою інформацією у всьому світі.

Популярність політичних спотів як засобів реклами та антиреклами політиків пояснюється не тільки доступністю, але й стислим форматом, полікодовим характером, що сприяє здійсненню впливу на адресата та подання йому інформації в лаконічній і привабливій формі. Варіативністю відзначається при цьому вербальна складова дискурсу політичних спотів. У зв'язку з чим у статті йдеться про лексичний рівень дискурсу англомовних політичних спотів, позначений зокрема вживанням лексем, що реалізують ключове для

політичного дискурсу та політичної реклами поняття *влада*, а також політичні, економічні, юридичні, соціологічні та історичні терміни, в тому числі й абрєвійовані, зокрема:

(1) «*That's why I've worked so hard to lead the fights to defend these **cherished values***» (Ted Cruz for President, 2015).

(2) «*Like the historic battle to **defund Obamacare***» (Ted Cruz for President, 2015).

(3) «*Standing up to the **leadership** from both **parties** to fight a **debt ceiling** increase, and putting everything on the line to stop President Obama's **illegal** and **unconstitutional amnesty***» (Ted Cruz for President, 2015).

(4) «*We've sent a clear message that America will stand with our allies and against our enemies, and taken on an **IRS** that was threatening and intimidating its citizens*» (Ted Cruz for President, 2015).

Політичні та інші терміни, що вживаються в дискурсі англomовних спотів, є, як правило, деспеціалізованими. Тому вони є зрозумілими для адресата і не ускладнюють комунікацію. Як свідчать наведені приклади, більшість із них мають оцінні конотації, формуючи аксіологічну перспективу аналізованого дискурсу та сприяючи здійсненню емоційного впливу на адресата.

Для дискурсу англomовних політичних спотів характерним є також вживання лексики з широким значенням. Найбільш часто подібна лексика є, за нашими спостереженнями, компонентами словосполучень «означення + іменник із широким значенням», де означення має здебільшого позитивну чи негативну конотацію, підсилює значення іменника, наприклад:

(5) «*That's what our plan will deliver: real **hope**, real **rewards** and real **opportunities** for all Australians*» (New Hope, 2013).

Позитивна семантика іменників *hope*, *rewards*, *opportunities* підсилюється означувальним прикметником *real*. За нашими спостереженнями, подібні іменники часто вживаються з метою завоювання симпатії адресата, не вдаючись до конкретних заяв і обіцянок. Саме тому вони виступають в аналізованому типі дискурсу не тільки одиницями здійснення впливу, але й засобами маніпулювання.

Лексичні одиниці вживаються в дискурсі англomовних політичних спотів з метою вказівки на можливі позитивні зміни, які здатен привнести політик після свого обрання на ту чи ту посаду. При цьому, як правило, вони вживаються разом із різноманітними лексико-граматичними засобами солідаризації з адресатом, зокрема:

(6) «*Together we can bring **change** in Ottawa. I invite **you** to be **part** of it*» (New Hope, 2013).

Наведений фрагмент мовлення із політичного споту належить лідеру Ліберальної партії Канади Джастіну Трюдо, який у 2015 році успішно балотувався на посаду прем'єр-міністра країни. Одиницями солідаризації у його мовленні виступають особові займенники *we*, *you*, а також засоби іншої частиномовної приналежності *part of*, *together*. Зміст про здійснення можливих змін привносить у мовлення політика не тільки лексема *change*, але й лексичні одиниці *can*, *bring*, що утворюють разом присудок можливої дії у першому із зазначених речень.

Семантика позитивних змін може бути актуалізована прикметниками чи прислівниками у порівняльному ступені, що виступають означеннями до позитивно-оцінних іменників, вжитих у дискурсі англomовних політичних спотів, наприклад:

(7) «*More for families, **better** services, a **stronger** economy and **better** government*» (New Hope, 2013).

Наведений вище уривок містить приклади так званого «елідованого порівняння», тобто порівняння, в якому відсутній або один із компонентів, що порівнюється, або параметр порівняння (Simpson, 2014, p. 78). Зауважимо, що елідовані порівняння, які вживаються у політичних спотах, мають велику маніпулятивну силу. При відсутності вказівки на політичного конкурента вони імпліцитно зазначають те, що політичний кандидат, про якого йдеться в політичному споті, має перевагу над суперником.

Засобами створення позитивних або негативних образів політиків є й інші лексичні одиниці оцінної семантики, зокрема:

(8) «*Man 1: John McCain's a man of integrity and a man of great character.*

*Man 2: John McCain's experience matters because he's been there. John McCain is a role model»* (John McCain: Integrity, 2015).

Лексеми та словосполучення позитивно-оцінної семантики вживаються у дискурсі політичного споту для надання характеристик американському політичному діячу із зазначенням його імені. Впливовості зазначеного споту сприяє надання Джону МакКейну позитивних характеристик кількома особами.

Лексичними маркерами дискурсу англomовних політичних спотів є також розмовна лексика, сленгізми, наприклад:

(9) «*D'you know, my Paul is worse than the telly these days»* (Even Worse, 2015).

(10) «*He will not leave off about the referendum»* (Mike Ross: Empty Promises We Can't Afford, 2014).

(11) «*That guy off the telly promises us we can»* (Change We Choose, 2010).

(12) «*Yeah, right, I've heard that one before»* (The Woman who Made Up Her Mind, 2014).

Подібні лексичні засоби сприяють інтимізації спілкування між рекламодавцем і адресатом. За їх допомогою створюється імітація невимушеної бесіди з адресатом, що дозволяє приховати маніпулятивний характер рекламного повідомлення, а також представити інформацію політичного споту як більш реалістичну.

У теперішній час спостерігається яскраво виражена тенденція до колоквіалізації мови у різних сферах суспільного життя, політики, ЗМІ та реклами. Розмовний характер англomовної політичної реклами обумовлений її медіатизованим характером та загальною тенденцією до демократизації англійської мови, що передбачає зближення літературної мови із мовою розмовною, зниження рівня прескрипції. Зауважимо, що тенденція до демократизації характерна й для інших сфер використання англійської мови.

Невід'ємним компонентом аналізованого дискурсу є також його **стилістичні засоби**, за допомогою яких вдало створюються образи політичних діячів, характеризується їх діяльність, наміри та ін. Ключовим засобом виступає при цьому метафора, що зумовлено метафоричністю мислення, конденсованим характером образності та іншими характеристиками метафоричних одиниць (Куц, 2013, с. 46). В метафорах, що вживаються в політичних спотах, сфера-джерело, як правило, є оригінальною, що сприяє яскравості створення образів у політичних спотах. Так, наприклад, текст споту кандидата в Сенат США від штату Луїзіана Роберта Менесса під назвою «Even Worse» базується на метафорі «алігатори – уряд США»:

(13) «*I am Rob Maness [ROB MANESS CONSERVATIVE \* VET \* ONE OF US] and here in Louisiana you learn to be tough. One moment of weakness, and the alligators can eat you alive. So when I get to Washington, I'll stand up to the big spenders. I'll fight to repeal Obamacare. And I'll protect our gun rights. I'm Colonel Rob Maness and I approve this message because Louisiana needs a senator that will stand up to the career politicians and the alligators»* (Even Worse, 2015).

Вочевидь, алігатори є загрозою для людини. Саме ця характеристика хижих плазунів приписується представникам уряду країни. Вважаємо, що вибір метафори вмотивований наміром адресанта встановити контакт з цільовим адресатом, оскільки алігатор є офіційним символом штату Луїзіана. Уподібнюючи представників уряду алігаторам, політичний діяч, з одного боку, підкреслює наявність небезпеки для мешканців Луїзіани, а, з іншого боку, вказує на свою приналежність до спільноти визначеного штату країни.

Метафору «Сенат США – театр маріонеток» містить також політичний спот «Pulling the Strings», скерований на критику кандидата у члени Сенату країни від штату Монтана та Демократичної партії Джона Волша. Політика представлено як маріонетку в руках головних

кукловодів Демократичної партії – Барака Обама та Гаррі Ріда. Вербальними засобами реалізації метафори є лексика, що належить до лексико-семантичної «театр маріонеток»:

(14) «*Harry Reid and Barack Obama are pulling the strings in Montana. Setting up the next act – the hand-picked candidate John Walsh. Obama and Reid are going around Montanans, clearing the stage for Walsh to be appointed to the Senate. The problem... He's afraid of the spotlight. Critics are down on Walsh, but that's not stopping Obama and Reid from putting him on Center Stage*» (Pulling the Strings, 2014).

Значну роль у створенні образів аналізованого дискурсу відіграє метонімія. Яскравий приклад метонімії знаходимо в дискурсі англомовного політичного споту «Lunch Box (Linda McMahon TV Ad)» 2010 року кандидата в Сенат США від штату Коннектикут Лінди Макмен. У наведеному нижче фрагменті метонімія базується на відносинах «частина – ціле»: слово *lunch box* (ціле) виступає в якості заміни фраземи *a lot of people who've lost jobs* (ціле):

(15) «*Linda McMahon: A lot of people ask me why I'm running for Senate. Here's why: this lunch box. It represents a lot of people who've lost jobs. I'm Linda McMahon and I approve this message because we need this lunch box and a lot more like it back at work*» (Lunch Box, 2010).

Для того щоб полегшити адресату розуміння тексту політичного споту у ньому пояснюється характер зв'язку між двома визначеними поняттями за допомогою фрази *It represents a lot of people who've lost jobs*. При цьому в споті представлено зображення кандидата та ланч-боксу, але відсутнє зображення робітників.

Достатньо часто використовується в аналізованому дискурсі і каламбур. В одному із роликів споту Ліберальної партії Австралії з про Кевіна Радда каламбур базується на одночасній реалізації двох значень слова *lemon*:

«*fruit with a hard yellow skin and sour juice; someone who is stupid or not effective*» (McArthur, 2018, p. 401).

Псевдонім Kevin07, який кандидат в прем'єр-міністри Австралії Кевін Радд прийняв під час передвиборчої кампанії 2007 року, підляг контамінації (Kevin07+lemon), в результаті якої за рахунок наявності компонента *lemon* став антропонімом з негативною конотацією. Каламбур у тексті споту підкріплюється використанням лексики, що належить до лексико-семантичної групи *lemon*, зокрема:

(16) «*You just never know, do you? You think something is going to be great and you just can't wait to get it. But don't you hate it when you start to realize it's not what you thought it was? It looked good, it sounded good. But it's all gone sour. It's a lemon [KEVIN07]. Kevin O'Lemon*» (Lemon, Lime and Bitter, 2011).

Каламбур у дискурсі англомовних політичних спотів нерідко базується на комічному обіграванні імені конкурента, наприклад:

(17) «*Will Hurd will hurt our school system*» (Heard Enough, 2014).

Зауважимо, що Вілл Херд був кандидатом в Палату представників США в 2014 році від Республіканської партії, якого було успішно обрано до неї.

Вживаються в аналізованому дискурсі і художні порівняння. Так, у дискурсі політичного споту «New Ron Paul Ad – BIG DOG» кандидата в президенти США порівнюють із собаками кімнатної породи шитцу. Порівняння виражено за допомогою прийменника *like*:

(18) «*Voiceover (male): What's up with these sorry politicians? [WHAT'S UP WITH THESE SORRY POLITICIANS].*

*[BARK! BARK! BARK!] Lots of bark; when it's [SHOWTIME] showtime, whimpering like little shi tzus*» (New Ron Paul Ad – BIG DOG, 2011).

Експресивності та впливовості дискурсу англомовних політичних спотів, яскравості та образності характеристик політичних діячів, про яких йдеться в ньому, сприяє вживання в ньому епітетів, зокрема:

(19) «*Still not sure about the 2014 Bob Dold? More than just a run-of-the-mill Republican. We're talking lockstep, yes-man, tea-party-can-rely-on-me Republican*» (Under the Hood, 2014).

Вживаними в аналізованому дискурсі є також алюзії. Так, наприклад, в політичному споті «Salmon Cheese Catfish» кандидата в Палату представників США від штату Міннесота Стюарта Міллза використовується наступне висловлювання, спрямоване проти його конкурента Ріка Нолана:

(20) «*My name is Rick Van Winkle, and I'm putting an end to: salmon, cheese, catfish*» (Salmon Cheese Catfish, 2014).

Вказана фраза створює комічний ефект за рахунок мовної гри *Rick Van Winkle*, що базується на імені конкурента (*Rick*), а також абсурдного сполучення слів *salmon, cheese, catfish*. Номінація *Rick Van Winkle* є прикладом словотвірної мовної гри, розуміння якої базується на фонових знаннях адресата. Визначена номінативна одиниця є алюзією до імені персонажа Ріпу ван Вінкл (*Rip Van Winkle*) із однойменної новели американського письменника Вашингтона Ірвінга. В американській культурі Ріп ван Вінкль – це символ людини, що відстала від часу та змарнувала своє життя (Devos, 2002, p. 88). Через алюзію до вказаного персонажа Стюарт Міллз вказує на відсталість політичних поглядів і прийомів політичної боротьби Ріка Нолана. Підкреслюємо, що без необхідних знань із сфери американської культури правильне декодування повідомлення було б неможливим.

Стилістично маркованими є не тільки лексико-семантичний рівень дискурсу англомовних політичних спотів, але й фонетичний, зокрема:

(21) «*The President's playing politics*» (Crossroad, 2012).

(22) «*David Perdue, he's not for you*» (Proud, 2014).

Наведені приклади свідчать про використання алітерації та рими у фрагментах дискурсу англомовної політичної реклами. Вживання вказаних фонетико-стилістичних засобів сприяє запам'ятовуванню повідомлень визначеного типу дискурсу.

Його експресивності сприяють також стилістично марковані синтаксичні засоби, зокрема:

(23) «*Our congressman has changed. It's time to change our congressman*» (Silence, 2010).

(24) «*[The Promise]. [5 days before the election]. Julia Gillard: There will be no carbon tax under the government I lead. No carbon tax. No carbon tax. No carbon tax*» (The Betrayal, 2014).

(25) «*Rick Scott. Just too shady for the Sunshine State*» (Shady, 2014).

(26) «*The year, 2013.*

*The Middle East stabilized.*

*Nuclear terror threat reduced.*

*Border security strengthened.*

*Energy independence advanced.*

*Wasteful spending reformed.*

*Healthcare choice delivered.*

*Economic confidence restored.*

*The year, 2013*» (The Year 2013, 2013).

(27) «*When I look at my new granddaughter, I think to myself, we're going to do everything we can to make sure she has opportunities in life. But what about all the kids?*» (Every child, 2015).

(28) «*And we would pay – painful income taxes, skyrocketing taxes on life savings, electricity and home heating oil. Can your family afford that?*» (Dome, 2008).

Наведені приклади свідчать про вживання хіазму (23), повторів (24), антитези (25), паралельних синтаксичних конструкцій (26), риторичних питань (27, 28). Експресивності, приверненню уваги, запам'ятовуванню, додають також інші стилістично марковані синтаксичні конструкції аналізованого дискурсу, забезпечуючи разом із іншими мовними засобами його прагматичний потенціал, а також організацію та зміст інформативної складової.

### III. ВИСНОВКИ

Отже, поява та поширення політичних спотів, створених для формування електоральних вподобань та уявлень про політиків під час передвиборчих компаній, зумовлена розвитком політичної реклами. Лексичний рівень дискурсу англомовних політичних спотів позначено використанням деспеціалізованих термінів, розмовної лексики, оцінних номінацій ключових понять зі сфери політики. Граматична організація речень дискурсу англомовних політичних спотів сприяє солідаризації з адресатом та моделюванню образів потенційних позитивних змін у ньому. Стилистичні засоби та прийоми різного рівня забезпечують експресивність та запам'ятовування аналізованого типу дискурсу, його здатність здійснювати вплив та формувати електоральні преференції масового адресату.

Перспективи подальших досліджень пов'язуємо з вивченням полімодальних характеристик дискурсу англомовних політичних спотів.

#### REFERENCES

- Benoit, W. L. (2014). *A functional analysis of political television advertisements*. Plymouth: Lexington Books.
- Change We Choose [Video]. (2010). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QeJxEMQ5Ig4>
- Crossroads GPS: Deflect [Video]. (2012). YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=j\\_GhwBfBNAo](https://www.youtube.com/watch?v=j_GhwBfBNAo)
- Devos, D. (2002). *Rediscovering American Values*. New York: Gallery Books.
- Dome [Video]. (2008). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kjvzFyMO-k>
- Even worse [Video]. (2015). YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=ALLtxky3zmQDZeKdfxI\\_RA](https://www.youtube.com/watch?v=ALLtxky3zmQDZeKdfxI_RA)
- Every Child [Hillary Clinton [Video]. (2015). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=U22UuYAH00I>
- John McCain: Integrity [Video]. YouTube, 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7tSXQZ7OR7E>.
- Heard Enough [Video]. YouTube, 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zwxGmiR3k>.
- Kushch, E. O. (2013). Metaforychni Nominatsii Inozemtsiv Yak Zasoby Eksplikatsii Uperedzhen Amerykanskykh Politykiv [Metaphorical Nominations of Foreigners as Means of Explicating Prejudices of American Politicians]. *Nova filolohiia*, 57, 45–48. [In Ukrainian]
- Lemon, Lime and Bitter [Video]. (2011). YouTube. URL: <https://youtube.com/watch?v=Vtgv3LaL9W>
- Lunch Box (Linda McMahon TV ad) [Video]. (2010). YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=L8-M\\_UL54Tg](https://www.youtube.com/watch?v=L8-M_UL54Tg)
- Mike Ross: Empty Promises We Can't Afford [Video]. (2014). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ig4Wz--OY4E>
- McArthur, T. *The Oxford Companion to the English Language*. Oxford : OUP, 744 p.
- New Hope [Video]. (2014). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TPpHtvi5phU>
- New Ron Paul ad – Big dog [Video]. (2011). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MXCZVmQ74OA>
- Oxford Dictionary of Modern English (Onions, C. T., Ed.). (2006). Oxford: OUP.
- Prokhorov, M. H. (2024). Dialohichni Kharakter Anhliiskomovnykh Politychnykh Spotiv [Dialogic Nature of English-language Political Spots]. *Naukovyi Visnyk Mizhnarodnoho Humanitarnoho Universytetu. Serii: Filolohiia*, 67, 96–99. <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.67.23> [In Ukrainian]
- Prokhorov, M. H., & Chepyshko, R. M. (2024). Zhanrova Hibrydyzatsiia Dyskursu Dnhliiskomovnykh Politychnykh Spotiv [Genre Hybridization of the Discourse of English-language Political Spots]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Filolohiia*, 69(1), 55–58. <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.69.1.12> [In Ukrainian]
- Proud – Michelle Nunn for U.S. Senate [Video]. (2014). YouTube. Retrieved March 10, 2026, from <https://www.youtube.com/watch?v=UKYdU-owVQw>
- Pulling the strings [Video]. (2014). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HipMOZvONI>
- Richards, J. I. (2024). *A History of Advertising*. New York: Rowman & Littlefield.
- Simpson, P. (2014). *Stylistics* (2nd ed.). London: Routledge.
- Salmon cheese catfish [Video]. (2014). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wYbpyIpugw>
- Shady [Video]. (2014). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qKzeh5ZVPdI>
- Silence [Video]. (2010). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hkuw6ZyMk0I>
- The Betrayal [Video]. (2014). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AJ845ot075E>

The Woman Who Made up her Mind [Video]. (2013). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OLAewTVmkAU>.  
The Year 2013 [Video]. (2013). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9nsvc1xxDWA>  
Under the Hood [Video]. (2014). YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hp14luKGVc>

## LEXICAL, GRAMMATICAL AND STYLISTIC FEATURES OF THE DISCOURSE OF ENGLISH POLITICAL SPOTS

Mykola PROKHOROV

*The article is devoted to the study of lexical, grammatical and stylistic features of the discourse of English political spots. Methods of lexical, grammatical and stylistic analysis are employed in the article for this purpose. The abovementioned methods as well as methods of generalization, contextual, interpretative, sociolinguistic, linguocultural and descriptive analysis help to explain meanings and reveal the specificity of use of lexical, grammatical and stylistically marked units in the analyzed discourse.*

*A political spot is a short video clip created to convey information about politicians and shape electoral preferences of the addressee. The lexical level of the discourse of English political spots is characterized by the use of means of designation of such key political notions as power, change, values, politicians, and their characteristics. Despecialized terminology, colloquial and evaluative vocabulary of the analyzed discourse provides understanding of its messages and their influential potential. Its personal pronouns and modal constructions contribute to the creating of the effect of solidarization with addressee and modelling the situations of potential positive changes implemented by politicians. Such stylistic means and devices of lexical-semantic level as metaphors, metonymies, puns, epithets, similes and allusions play key role in creating images of politicians and transmitting information about them. Alliteration, rhyme and other stylistically marked units of phonetic level contribute to the expressiveness of the discourse of English political spots. Repetitions, parallel constructions, chiasmus, antithesis, rhetoric questions enhance its memorability. The interaction of language means of different levels used in the discourse of English political spots contributes to influencing the addressee and shaping electoral preferences.*

**Keywords:** *English political spot, discourse, lexical level, metaphor, stylistic means and devices.*

---

Дата надходження до редакції / Submitted: 23.03.2026  
Дата прийняття до публікації / Accepted: 11.04.2026