

УДК 811.161'42

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-215-32>

## МОВНІ ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ НЕГАТИВНОГО ОБРАЗУ ПОЛІТИКА У СУЧАСНИХ МЕДІА

## LINGUISTIC MECHANISMS FOR CONSTRUCTING A POLITICIAN'S NEGATIVE IMAGE IN CONTEMPORARY MEDIA

**Петров О. О.,**

*orcid.org/0000-0003-4641-3559*

*кандидат філологічних наук,*

*доцент кафедри германської філології, перекладу та зарубіжної літератури  
Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*

**Пальчеська О. С.,**

*orcid.org/0000-0002-2090-4870*

*кандидат філологічних наук*

*доцент кафедри іноземних мов та перекладознавства  
Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*

**Монастирська О. О.,**

*orcid.org/0009-0000-8063-5572*

*здобувач освіти за ОП В11 Філологія.*

*Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська  
Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*

У статті розглянуто медіадискурс як ключовий інструмент конструювання публічного образу політика, зокрема його негативної репрезентації. Виходячи з комунікативно-прагматичних підходів (Г. Почепцов, О. Сербенська, О. Пономарів, П. Чілтон, Т. ван Дейк, Дж. Lakoff, Т. Космеда), політичний образ трактується як спеціально організований комунікативний конструкт, що через емотивно й оцінно навантажені мовні засоби програмує сприйняття аудиторії. Метою статті є з'ясування способів вербального моделювання негативного образу політика в сучасному англomовному медіапросторі. Матеріалом дослідження стала спеціально сформована вибірка з вебкорпусу English Web 2021 (enTenTen21) загальним обсягом 4 411 893 токени, опрацьована за допомогою корпусного менеджера SketchEngine. Застосовано методи контекстуального та дискурс-, стилістичного аналізу. У центрі уваги – медійне конструювання постаті Дональда Трампа як репрезентативного прикладу негативного політичного образу. Показано, що метафора, іронія, гіпербола, алюзія, алегорія, порівняння та епітетизація утворюють єдину систему тропеїчних і фігуральних засобів, які забезпечують семантичне унаочнення, емоційне загострення й ідеологічне маркування. Виокремлено групи порівнянь типу «людина – тварина», «людина – людина», «людина – міфічна істота», «людина – хвороба», «людина – артефакт» та описано їхній внесок у формування оцінних стереотипів. З'ясовано, що медіатексти передусім акцентують риси характеру, інтелектуальні та моральні якості політика, задаючи стійку негативну валентність образу. Перспективу подальших досліджень убачаємо в розширенні жанрового спектра матеріалу (теледебати, подкасти, блоги, соціальні мережі), залученні інших національних та міжнародних політичних фігур, а також у поглибленому когнітивно-прагматичному й міжкультурному аналізі стратегій медійної демонізації політиків.

**Ключові слова:** медіадискурс, політичний образ, негативний образ політика, стилістичні засоби, метафора, порівняння, корпус English Web 2021 (enTenTen21).

The article examines media discourse as a key instrument in constructing the public image of a politician, in particular its negative representation. Drawing on communicative-pragmatic approaches (H. Pochepstov, O. Serbenska, O. Ponomariv, P. Chilton, T. van Dijk, G. Lakoff, T. Kosmeda), the political image is interpreted as

© Петров О. О., Пальчеська О. С., Монастирська О. О., 2025

Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

a specially organized communicative construct – a purposeful message with a clear pragmatic orientation which, through emotionally and evaluatively charged linguistic means, programs the audience's perception. The aim of the article is to identify ways of verbal modelling of the negative image of a politician in contemporary English-language media space. The research material consists of a specially compiled sample from the English web corpus English Web 2021 (enTenTen21) with a total volume of 4,411,893 tokens, processed using the SketchEngine corpus manager. The study employs methods of contextual, discourse and stylistic analysis. The focus is on the media construction of Donald Trump as a representative example of a negative political image. It is shown that metaphor, irony, hyperbole, allusion, allegory, comparison and epithet formation constitute a unified system of tropes and figurative devices that provide semantic visualization, emotional intensification and ideological marking. Groups of comparisons such as “human – animal”, “human – human”, “human – mythical creature”, “human – disease”, “human – artefact” are distinguished and their contribution to the formation of evaluative stereotypes is described. The study reveals that media texts primarily emphasize character traits, intellectual and moral qualities of the politician, thus setting a stable negative valence of the image. Prospects for further research include expanding the genre spectrum of the material (televised debates, podcasts, blogs, social networks), involving other national and international political figures, as well as deepening cognitive-pragmatic and cross-cultural analyses of strategies of media demonization of politicians.

**Key words:** media discourse, political image, negative image of a politician, stylistic devices, metaphor, comparison, English Web 2021 (enTenTen21) corpus.

**Постановка проблеми.** У сучасному медійному просторі підтримання публічного образу є стратегічною потребою для більшості суспільно значущих акторів, насамперед політиків. Рівень довіри виборців, легітимність рішень і виборча успішність істотно залежать від того, як політичний діяч конструюється та інтерпретується в масмедійному дискурсі. Політичний образ доцільно розглядати як спеціально організований комунікативний конструкт – цілеспрямоване повідомлення з чіткою прагматичною настановою, що активує відповідні фрейми сприйняття та формує очікувані оцінні реакції аудиторії (пор. комунікативно-прагматичні підходи у працях Г. Почепцова, О. Сербенської, О. Пономаріва).

Ключову роль у моделюванні такого образу відіграють стилістичні, риторичні та дискурсивні засоби, за допомогою яких ЗМІ задають тональність повідомлення, структурують увагу та нормалізують певні інтерпретації подій. У політичній комунікації особливо продуктивними є тропи й фігури (епітетизація, метафоризація, порівняльні моделі, гіперболізація), а також вибір лексики з виразною оцінною семантикою. Вони виконують функції семантичного унаочнення, емоційного підсилення та ідеологічного маркування, у такий спосіб спрямовуючи реципієнта до бажаних висновків (див. дослідження стилістичної норми й публічної комунікації Л. Масенко, О. Сербенської).

Емоційний вимір є невід'ємною складовою репрезентації політика. Доцільно розрізняти емоційність як психологічну характеристику переживань і емотивність як лінгвістичну категорію, що відбиває вербалізовані емоційні смисли в тексті (Т. Космеда). Саме емотивність забезпечує текстові маркери оцінності – експліцитні та імпліцитні – через які ЗМІ формують позитивну або негативну валентність образу. Значущими є не лише прояви емоцій самого політика (інтонаційні, невербальні, цитатні індикатори), а й вторинні емотивні рамки, створювані коментаторами, експертами та «голосами аудиторії» (інтерв'ю, коментарі, соцмережеві реакції), що кумулятивно підсилюють чи нівелюють первинне повідомлення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Політичний дискурс є формою публічної комунікації, що виникає в умовах соціальної взаємодії та використовується як інструмент впливу на масову свідомість. У широкому розумінні він охоплює будь-які висловлювання, що стосуються влади, управління, політичної ідеології, національних інтересів або політичної поведінки.

Український дослідник Г. Г. Почепцов визначає політичний дискурс як систему текстів, які продукуються владою або стосуються неї, і які мають на меті не лише передачу інформації, а й формування бажаного образу дійсності. Він підкреслює: «Мова політики є не дзеркалом реальності, а засобом її програмування в суспільній свідомості» [1, с. 28]. Таким чином, політичний дискурс не лише відображає події, а й формує образи політиків, які часто існують автономно від їхніх реальних дій чи характеристик [2].

Прикладом такої мовної конструкції реальності може слугувати аналіз виступів українських політиків, який наводить Г. Г. Почепцов. У його дослідженні акцентується, що одні й ті самі політичні події можуть інтерпретуватись по-різному залежно від того, хто говорить і в якій політичній площині: «реальність – це не те, що відбулося, а те, як це описали» [1, с. 55].

Додатково, у праці Paul Chilton "Analysing Political Discourse: Theory and Practice" підкреслюється, що політичний дискурс є когнітивно організованим способом сприйняття світу, в якому домінують опозиційні категорії типу «ми – вони». На думку П. Чілтона, саме мова дозволяє створювати дихотомії, де «ми» подається як раціональне, справедливе і патріотичне, а «вони» – як загрознає, нечесне чи вороже [3].

У політичному медіадискурсі мовні засоби виконують роль інструментів впливу на формування уявлень про політичних фігур. Як зазначає Т. ван Дейк, саме дискурс є ключовим каналом, через який здійснюється конструювання соціальних стереотипів. Основними засобами у цьому процесі виступають метафора, іронія, порівняння, гіпербола, алегорія та алюзія. Кожен із цих прийомів сприяє створенню образу, який легко зчитується, викликає емоційну реакцію і впливає на політичну позицію аудиторії. Плавні переходи між ними дозволяють створювати багатомірні характеристики політиків, які функціонують у масовій свідомості не ізольовано, а як взаємопов'язані фрагменти дискурсу [4].

**Мета статті** полягає в дослідженні способів вербального моделювання різними мовними засобами негативного образу політика у сучасному медіапросторі.

*Матеріал дослідження* становить спеціально сформовану вибірку з вебкорпусу англійської мови English Web 2021 (enTenTen21, 2025) [5], отриману за допомогою корпусного менеджера SketchEngine. Загальний обсяг вибірки – 4 411 893 токени.

**Виклад основного матеріалу.** Метафора в політичному дискурсі виконує когнітивну функцію: вона не лише прикрашає мовлення, а й дозволяє структурувати нові знання про об'єкт, впливаючи на сприйняття аудиторії. Прикладом є вислів "*Donald Trump is like Santa Claus. He's rich. He has access to a lot of toys.*" [5]. Метафора Санта-Клауса підсилює стереотип Трампа як постаті, що має контроль над ресурсами і винагородами.

Інша метафора, "*Donald Trump is like this menacing alien presence approaching Earth.*" [5] створює образ зовнішньої загрози, що відповідає спробам демонізації політичної фігури. Цей образ ґрунтується на ідеалізованій когнітивній моделі «ворога» – механізмі, який Джордж Лакофф вважає основою для маніпулятивних метафор у політичній комунікації, особливо у ситуаціях конфлікту [6].

Переходячи до іронії, варто зазначити, що вона нерідко продовжує метафоричну лінію, але робить це з акцентом на критичності й оцінності. Як зазначають С. Вуд, іронія ґрунтується на контрасті між прямим і прихованим сенсом висловлювання [7]. У політичному дискурсі вона допомагає створювати образ фальшивості, некомпетентності чи недоречності. Наприклад, у фразі "*Trump says Hillary doesn't look presidential?*" [5] сарказм виявляється через зворотне підкреслення невідповідності самого Трампа стандартам «президентськості».

Схожу функцію виконує вислів "*Trump was called the real first black president.*" [5]. Парадоксальність висловлювання викликає іронічну реакцію, вказуючи на абсурдність деяких політичних наративів. Іронія тут не лише викриває невідповідність, а й актуалізує суспільні упередження.

Протилежний за емоційним тоном приклад – "*Trump is like a child who throws a tantrum, but he's got the nuclear codes.*" [5]. Тут порівняння формує образ небезпечного інфантильного лідера.

Гіпербола, як продовження попередніх засобів, додає емоційного загострення. У фразі "*The president of the United States is an idiot.*" [5]. Цей ефект досягається і у вислові "*Trump is Hitler.*" де гіпербола межує з демонізацією.

Наступним стилістичним інструментом виступає алюзія, яка виконує функцію активації культурної пам'яті. Алюзії здатні викликати багатозначні асоціації. Так, у прикладі "*Trump blasts*

'Witch Hunt' FBI raid on Mar-a-Lago." [5] – алюзія середньовічного полювання на відьом переноситься на сучасну політичну ситуацію. Аналогічно, у вислові "*Trump defends Western civilization – and media call it racist*" [5] – алюзія звертається до традиційного дискурсу про цивілізаційний конфлікт.

На завершення варто згадати алегорію, яка дозволяє через образи розкривати глибші риси політичної реальності. У вислові "*Trump is a Puritan.*" відтворюється образ моральної суворості, що вказує на можливе лицемірство або двозначність. Переклад у цьому випадку має точно зберегти культурну і критичну конотацію.

Ще одним мовним засобом конструювання негативного образу політика є порівняння. Порівняльні структури складаються з трьох компонентів – об'єкт порівняння; суб'єкт порівняння; показник порівняння (тобто слово чи декілька слів, які зв'язують обидва компонента порівняння).

Відповідно у дослідженні виявлено наступні групи порівнянь:

1) людина — тварина: *He's like a rattlesnake taking a path through the dirt, but suddenly he shows off his fangs, and you don't expect that to happen with any of the others* [5]. У цьому прикладі президента порівнюють з гримучою змією. "*The ego here is — well it's something. By the way, his teeth come out like it's simian almost. It's simian, he's like a monkey banging with a stick. You know, 'I'm the biggest. I'm the biggest.'* Pounding his chest. *It does have a simian quality to it, I mean primordial, I should say.*" [5]. Вище зазначений приклад також зображує політика мавпою. *As a woman, I think he is the worst kind of pig, who sets women back...and has for years* [5]. Висловлювання, є прикладом порівняння політика з найгіршим видом свині, так як мовець вважає, що президент США має певні анти феміністські погляди. *Unfortunately, He is like the snake in the parable of the Girl and the Snake* [5]. У цьому вприкладі політика порівнюють із змією яка є негативним персонажем притчі. І це свідчить, про очевидну антипатію до нього. *Trump is like a dog with a bone and won't let it go. Trump is like a dog going back to his vomit and doing so with shameless levity* [5]. В обидвох вище зазначених прикладах, політика прирівнюють до пса, через що можна припустити, що мовець таким чином хоче наголосити на брак освідченості та вихованості президента.

2) людина – людина: "*He reminds me of, like, your drunk uncle at a wedding who gets up and starts talking and just loves the crowd and just goes on and on and on and says whatever he can to get a reaction.*" [5]. У цьому прикладі президента порівнюють з п'яним дядьком на весіллі, тобто з людиною яка просто хоче привернути увагу пустим базіканням з кожним кого зустрине. *The book features explosive quotes from former White House chief strategist Steve Bannon deriding Trump's children, as well as numerous claims of top advisors and friends calling the president like "idiot"* [5]. Приклад містить порівняння політика з ідіотом тобто людиною, що страждає глибокою формою розумової відсталості (олігофренією). "*I will tell you the one description that everyone gave – everyone has in common – they all say he is like a child,*" the writer said [5]. У цьому прикладі президента прирівнюють до дитини маючи на увазі його не зрілу поведінку не дивлячись на зрілий вік.

3) людина – міфічна істота: *He and his "friends" and supporters are like the Ten Plagues that were sent to Egypt* [5]. У цьому прикладі президента, його друзів, та прибічників порівнюють з Десятьма покараннями Єгиптян, тобто біблійними лихами, які спіткали Стародавній Єгипет за часів Старого Завіту

4) людина – хвороба: *More than her peers, Bee brings a sense of urgency to her show, mixing digs about Trump as "America's burst appendix" with explicit calls to action and never concealing her own fury at a world in which the most basic tenets of democracy often appear to be on life support* [5]. Цей приклад містить порівняння політика з розривом апендицита. Приклад *The United States political system has been sick for decades, getting sicker every year. Nixon was like a cough. Regan was a like sneeze. G. W. Bush was like a vomit. Trump is like the explosive diarrhea* [5]. прирівнює президентів США до різноманітними захворювань.

5) людина – артефакт: "*Trump is like a Magic 8 ball: every time you shake him, he gives you a different answer*" [5]. Цей приклад містить порівняння політика із іграшкою яка видає запрогра-

мовані відповіді коли її потрясти. Навіть якщо запитання одне і теж, відповіді будуть кожного разу інші.

Зображуючи політика негативно часто підкреслюють наступні риси – зовнішній вигляд, вік, колір шкіри, емоції, розмір оцінка, характер. Для чого застосовуються різні епітети. Наприклад оцінку можна підкреслити шляхом використання словосполучення *terrible businessman*, яке констатує низький рівень вмінь та навичок якими повинні володіти хороші бізнесмени: *Well, as a person, I think he's racist, homophobic, sexist, Islamophobic, and a terrible businessman. He's the example of the "upper class" that most liberals despise. He even brags about not paying his taxes* [5]. Перелічення прикметникі на позначення рис притаманних людині вказують на характер політика: *Posts on his account are hypocritical of each other, offensive, rude, racist, and just over the top*. Висловлювання *"This has a defensive effect of insulating themselves, and Trump, from the embarrassing, shameful and disturbing things he says and does"* [5]. є прикладом того, як, знову ж таки, дивлячись та аналізуючи, що людина робить чи говорить, можна зробити припущення про її характер та образ в цілому.

**Висновки.** Узагальнюючи результати дослідження, зазначимо, що медіадискурс постає одним із ключових інструментів формування суспільного уявлення про політичного актора та конструювання його негативного образу. Аналіз англійських електронних ЗМІ на платформі Sketch-Engine показав, що мовні засоби вербалізації негативного образу політика не є випадковими чи нейтральними: вони функціонують як цілеспрямовані інструменти оцінки, маніпуляції емоціями та орієнтації адресата у бік бажаної інтерпретації. Метафори, іронія, гіпербола, алюзії, порівняння й епітети поєднуються, забезпечуючи багаторівневу стратегію дискредитації чи, навпаки, парадоксальної героїзації політичної фігури, що особливо виразно простежується на матеріалі висвітлення постаті Дональда Трампа в сучасних медіа. Перспективу подальших досліджень вбачаємо у є розширенні корпусу матеріалу за рахунок інших жанрів медіадискурсу (телевізійні дебати, подкасти, політичні блоги, соціальні мережі), а також залучення різноманітних політичних фігур (як національних, так і міжнародних) для зіставного аналізу стратегій їхнього негативного позиціонування. Також важливим напрямом розвитку цієї тематики є когнітивно-прагматичний та дискурс-аналіз медіаобразів, зокрема зосередження на інтертекстуальності, меметизації політичних постатей, взаємодії вербального й візуального компонентів.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Вид. центр «Київський університет», 1999. 929 с.
2. Волков О. М. Мовленнєвий імідж у політичному дискурсі [Електронний ресурс]. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvnu/filolog/2010\\_7/R2/Volkov.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvnu/filolog/2010_7/R2/Volkov.pdf)
3. Chilton P. A. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London; New York: Routledge, 2004. 248 p.
4. Dijk T. A. van. Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*. London: Routledge, 2007. P. 115–140.
5. English Web 2021 [Електронний ресурс]. URL: [https://app.sketchengine.eu/#dashboard?corpname=preloaded%2Fententent21\\_tt31&corp\\_info=1](https://app.sketchengine.eu/#dashboard?corpname=preloaded%2Fententent21_tt31&corp_info=1)
6. Lakoff G. *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: University of Chicago Press, 1987. 541 p.
7. Wood S. E., Wood E. G. *The Essential Word of Psychology*. London: Allyn and Bacon, 2000. 584 p.

Дата надходження статті: 21.11.2025

Дата прийняття статті: 18.12.2025

Опубліковано: 30.12.2025