

УДК 81'42:81'38

DOI: 10.37482/2687-1505-V305

*МАЛАГИН Данила Владимирович, аспирант, ассистент кафедры лингвистики и переводоведения Сургутского государственного университета. Автор одной научной публикации**
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8063-2961>

*КУРБАНОВ Ибрагим Алиевич, кандидат филологических наук, профессор, заведующий кафедрой лингвистики и переводоведения Сургутского государственного университета. Автор 114 научных публикаций, в т. ч. 4 монографий***
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0081-5360>

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА ПРЕЗИДЕНТА США ДЖО БАЙДЕНА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Настоящая статья предлагает к рассмотрению проблему метафорической репрезентации образа действующего президента Соединенных Штатов Америки Джо Байдена в современном англоязычном политическом медиaprостранстве. Цель исследования – описать и систематизировать метафорические модели, конструирующие современный медиапортрет политика, а также эксплицировать особенности его восприятия, отраженные в национальной картине мира носителей английского языка. В работе рассматривается концептуальная метафора как одно из главных образформирующих средств в медиатекстах, обладающих высоким прагматическим потенциалом. Применяется комплекс научных методов: сплошная выборка, посредством которой были отобраны тексты в крупных англоязычных онлайн-изданиях, опубликованных со дня инаугурации 46-го президента Соединенных Штатов Америки по настоящее время; когнитивно-дискурсивная интерпретация метафорических моделей, подразумевающая описание их фреймо-слотовой структуры; компонентный анализ с целью определения источниковой области метафорической экспансии некоторых концептов и их содержания (прагматических смыслов); классификационный метод, необходимый для систематизации выделяемых моделей и их репрезентаций. Результаты работы свидетельствуют о преобладании метафорических моделей, генерирующих негативный имидж Джо Байдена в текстах современных англоязычных информационных источников. Данные модели актуализируют отрицательные признаки старости, агрессивности, непригодности, интеллектуального упадка и прочие негативные черты в образе политика, что обнаруживает явное недовольство его фигурой в англоязычном медиадискурсе и может косвенно вызывать соответствующие реакции и отношение в обществе. При сопоставлении субфер метафорической экспансии отмечается продуктивность и небольшой положительный потенциал области-

*Адрес: 628400, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, г. Сургут, просп. Ленина, д. 1; e-mail: danilamalagin1999@mail.ru

**Адрес: 628400, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, г. Сургут, просп. Ленина, д. 1; e-mail: ibragimkurbanov@mail.ru

Для цитирования: Малагин Д.В., Курбанов И.А. Метафорическое моделирование образа президента США Джо Байдена в англоязычном политическом медиадискурсе // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2023. Т. 23, № 6. С. 55–65. DOI: 10.37482/2687-1505-V305

источника «Социум», репрезентации которой демонстрируют стремление к позитивному осмыслению личности президента Байдена в домашнем дискурсе. Более того, сравнение субфер метафоризации способствует лучшему пониманию принципов функционирования концептуальной метафоры и тенденций к метафорическому моделированию политической фигуры в дискурсе массмедиа.

Ключевые слова: концептуальная метафора, метафорическая модель, метафорическая экспансия, англоязычный политический медиадискурс, Джо Байден, медиаобраз политика.

Введение

Актуальность данного исследования объясняется отсутствием описания современной метафорической парадигмы образа 46-го президента Соединенных Штатов Америки (США) Джо Байдена в англоязычном политическом медиадискурсе, который охватывал бы период с дня его инаугурации (20.01.2021) по настоящее время, а также повышением интереса к изучению медиадискурса и метафорики как неотъемлемых частей формирования национальной картины мира. При этом под *метафорической парадигмой* мы понимаем совокупность метафорических моделей (М-моделей), составляющих единство репрезентации объекта и функционирующих в определенный временной период.

Вопросы образования и функционирования М-моделей занимают важное место в лингвистических исследованиях последнего десятилетия. Поскольку в современной научной парадигме метафору признано осознавать как важнейшее средство концептуализации и осмысления действительности [1, с. 35; 2; 3], то небезынтересно произвести описание и упорядочение ментальных моделей, которые она образует в сознании того или иного языкового коллектива при восприятии каких-либо фактов реальности. Подобные работы способствуют достижению сразу нескольких целей: а) подробному описанию и уточнению национальной картины мира; б) развитию и дополнению теории концептуальной (когнитивной) метафоры; в) актуализации изучаемого дискурса относительно описываемых фактов реальности; г) выявлению механизмов сознания при метафорическом моделировании данных фактов

действительности (при более широких спектре объектов и выборке исследования). В этой статье предлагаем осветить метафорическую парадигму образа 46-го президента США Джо Байдена в англоязычных средствах массовой информации (СМИ).

Как уже отмечалось нами ранее в смежном исследовании, метафорическая репрезентация действующего президента Америки в русскоязычном политическом медиадискурсе сводится к некоторым превалирующим отрицательно-коннотативным моделям, наносящим ущерб его репутации [4, с. 473], что в сознании русскоговорящих формирует устойчивую связь образа Байдена с артефактными концептами, закрепляя за ним семы «здание», «компьютер», «робот», «машина» и т. п. Далее продемонстрируем, каким образом это наблюдение применяется к английскому языку и какие концептуальные образования формируются в сознании англоговорящих реципиентов, воспринимающих имидж лидера американцев через призму англоязычных СМИ.

Методология и принципы исследования

В работе применялся метод сплошной выборки статей из крупных англоязычных онлайн-изданий, трафик которых составляет не менее 5 млн посещений в месяц. К ним относятся Fox News, ABCNews, The Washington Post, PJ media, CNN, The Hill, The Spectator, American Thinker, Politico и др. Стоит отметить, что рассматриваемые медиа представляют различные политические силы, чем и объясняется обращение именно к сплошной, а не целенаправленной выборке, т. к. целью настоящего исследования является получение наиболее полной картины метафорической репрезентации имиджа 46-го главы

США в англоязычном политическом дискурсе вообще, в связи с чем представляется нерелевантным разграничение источников по политической принадлежности.

Так, нами было проанализировано 317 фрагментов текстов в приблизительно 287 новостных статьях, которые в сумме дали 332 репрезентации, вошедшие в разнообразные метафорические модели.

При проведении исследования мы опирались на теорию концептуальной метафоры [5, с. 29–43; 6–8], а также на метод когнитивно-дискурсивной интерпретации М-моделей, предложенный российским ученым А.П. Чудиновым, предполагающий описание их *фрейм-мо-слововой структуры* [9]. Под *фреймом* понимается некая структурированная область знания, совокупность представлений адресата о некотором фрагменте действительности [10, с. 62], в то время как *слот* – это конкретная его языковая репрезентация, концепт, описывающий одну из сторон данного фрагмента [11, с. 1844]. Образно говоря, фрейм можно представить в виде молекулы, состоящей из атомов.

Помимо этого, мы также включаем в анализ метафорической репрезентации образа Джо Байдена оценку прагматических смыслов соответствующих концептуальных метафор с целью установления сопутствующих ему коннотаций. Ряд исследователей подчеркивает, что прагматическая нагрузка метафоры в политических медиатекстах (т. е. осуществление определенного установочного воздействия на реципиента) является одной из ее главных функций [12, с. 121; 13, с. 273], что совпадает с нашим представлением, т. к. мы полагаем, что когнитивная метафора воздействует на восприятие благодаря точности сравнений и глубине ассоциаций. Это способствует ее многократной воспроизводимости, узнаваемости и легкости запоминания, поэтому видится целесообразным учитывать коннотативные значения при анализе любых метафорических словоупотреблений.

При классификации концептуальных метафор мы опирались на типологизацию А.П. Чу-

динова, выделявшего четыре основные области метафорической экспансии: субсферы «Человек», «Социум», «Природа» и «Артефакты» [14]. Отдельные метафорические единицы изучались при помощи компонентного анализа, чтобы определить источниковую область (*исходный фрейм*) их метафорической экспансии и заложенные в них прагматические смыслы [15, с. 112–114].

Основные результаты

Итак, тщательный анализ текстов англоязычных СМИ позволил выделить следующие 9 М-моделей медиаобраза 46-го президента США: «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО СТРОИТЕЛЬ»; «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО МАШИНА»; «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО РАСТЕНИЕ»; «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО МЕРТВЕЦ»; «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО ЖИВОТНОЕ»; «ПРЕЗИДЕНТСТВО ДЖО БАЙДЕНА – ЭТО ТЕАТРАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ» (из которой логически следует, что Джо Байден – главное действующее лицо данной постановки);

«ДЖО БАЙДЕН – ЭТО МАРИОНЕТКА»;
«ДЖО БАЙДЕН – ЭТО ВРАЧ»;
«ДЖО БАЙДЕН – ЭТО СТАРОЕ ЗДАНИЕ».

Далее предлагаем разбор данной метафорической парадигмы на основе наиболее крупных ее членов. Все переводы соответствующих англоязычных примеров выполнены нами.

М-модель «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО СТРОИТЕЛЬ». Настоящее концептуальное образование классифицируется как принадлежащее субсфере «Социум», поскольку строитель – это профессия, а профессиональная стратификация – социальное явление, присваивающее индивиду некий общественный статус.

Здесь важно упомянуть одну деталь – по Чудинову, субсфера «Социум» распадается на множество более мелких подвидов концептуальной метафоры: театральная, криминальная, милитарная, спортивная и игровая [14, с. 95–122]. В рамках нашего исследования с целью более точной классификации метафор, входящих в какую-либо модель, мы выделяем относительно новый подвид социоморфной метафоры,

отсутствующий в традиционной классификации ученого, – *профессиональная метафора*. Данная необходимость объясняется рядом причин: 1) ни один из вышеописанных подвидов чудиновской социоморфной метафоры не удовлетворяет целям типологизации единиц моделей типа «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО СТРОИТЕЛЬ» или «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО ВРАЧ» (также выделяемых нами); 2) проблемы инвентаризации и систематизации М-моделей были описаны самим ученым, отмечавшим их *диффузность* и *взаимопроницаемость*, что вполне способно отражаться и на их классификации [14, с. 175]. То есть Чудинов отнюдь не утверждает, что его вариант – единственно истинный и не может подвергаться модификациям, дополнениям: «Охарактеризованная в предыдущих главах система фреймов и слотов каждой модели отражает имеющийся у автора речевой материал и его интерпретацию, она во многом определяется задачей оптимально представить специфику современной российской политической метафоры, а поэтому не всегда совпадает с тем, что предлагается в предшествующих публикациях. Другой исследователь будет работать с иным материалом, перед ним будут стоять иные задачи, он с полным основанием предложит свою интерпретацию» [14, с. 176–177]. Таким образом, принимая во внимание все вышесказанное, а также учитывая, что объектом нашего интереса является *человек* – Джо Байден, и ту фреймо-слововую систему, с которой мы столкнулись при составлении его медиаобраза, мы находим вполне обоснованным выделение дополнительного подвида когнитивной метафоры в субсфере «Социум», которая не нашла своего выражения в работе Чудинова в силу отличности занимавшего его объекта (государство Россия).

Наше определение профессиональной метафоры следующее: это разновидность социоморфной метафоры, при которой выражение одних концептов происходит посредством реальных, относящихся к разным профессиям.

Итак, возвращаясь к модели, означенной в подзаголовке, мы отмечаем следующие характерные для нее источники области знаний, из которых осуществляется метафорическая экспансия: *construction process* (процесс постройки), *repairment process* (процесс починки), а также *people engaged in construction* (люди, вовлеченные в стройку). Прагматике настоящей модели и ее вхождений, как мы полагаем, почти всегда сопутствуют положительные коннотации, поскольку концепт строительства в сознании реципиентов неизбежно связан с положительно-коннотативным концептом «созидание». Тем не менее важно учитывать, что добавочные значения любой метафоры в известной степени зависят от контекста всего сообщения, а потому о прагматической нагрузке можно судить лишь с твердой опорой на контекст. Приведем примеры реализации данной М-модели.

Фрейм 1 – *construction process* (процесс постройки).

Слот – *build* (строить).

Пример. *Biden's Build Back Better plan will improve nearly every community in America* (CNN, 11.05.2021). – План Байдена «Построить заново лучше, чем было» должен улучшить жизнь практически всех сообществ в Америке.

Фрейм 2 – *repairment process* (процесс починки).

Слот – *tend fences* (наводить мосты).

Пример. *President Biden came to Europe to mend fences with U.S. allies* (NPR, 15.06.2021). – Президент Байден прилетел в Европу, чтобы навести мосты с союзниками Штатов.

В вышеуказанных примерах обнаруживаются лексические единицы (ЛЕ) *build* ‘строить’ и *tend fences* ‘наводить мосты’, компонентный анализ которых демонстрирует, что они действительно способствуют метафорической экспансии в выделяемые источники области (фреймы 1 и 2) и проецированию образа Байдена на строителя. Так, известно, что ЛЕ *build* обладает в английском языке самым общим значением строительства вообще, а выражение *tend fences* является метафоричной

идиомой и определяется в толковом словаре как «*to improve or repair a relationship that has been damaged by an argument or disagreement*»¹, т. е. ‘восстанавливать отношения после их разрушения в результате ссоры или несогласия’. Метафоричность данной идиомы доказывается компонентным анализом составляющих ее лексем: *mend* ‘чинить’ и *fence* ‘забор’, где последний вполне является одним из видов сооружений, подобно тем, которые *возводят строители* – «*a structure that divides two areas of land, similar to a wall but made of wood or wire and supported with posts*» (сооружение, разделяющее две территории, подобное стене, но сделанное из дерева или проволоки на столбах)², откуда, далее, *structure*: «*something (such as a building) that is constructed*» (нечто такое, что можно построить (напр., здание))³. Таким образом, можно утверждать, что указанная идиома действительно обязана своим происхождением метафорическому переносу из выделяемой источниковой области, что в результате наделяет образ лидера США качествами строителя. Стоит отметить, что английская идиома имеет эквивалент в русском языке – фразеологизм *навести мосты*, который обладает, по-видимому, идентичными денотатом и коннотациями, поскольку означает «*согласовать, устроить, организовать, наладить диалог, контакты, взаимодействие*»⁴.

М-модель «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО МАШИНА». Эта модель относится к субсфере «Артефакты» (предметы, сделанные руками человека) и является довольно продуктивной в англоязычном политическом медиадискурсе. Основные ее исходные области: *type of a machine* (виды машин), *machine operations* (ра-

бота машин), *parts of machine* (части машин) и *machine operation troubles* (проблемы в работе машин).

Артефактные концепты применяются в основном для актуализации негативных сем автоматичности, когнитивного упадка, низкой работоспособности и других отрицательных черт в образе хозяина Белого дома. Вследствие этого абсолютное большинство вхождений данной модели осуществляет ярко выраженное негативное прагматическое воздействие. Ее можно проиллюстрировать следующими примерами:

Фрейм 1 – *type of a machine* (виды машин).

Слот – *machine* (машина).

Пример. *Biden, who once proclaimed himself a “gaffe machine,” avoided any major stumbles even as he rambled at times and cut himself off at one point, suddenly asking, “Am I giving too long an answer?”* (AP News, 26.03.2021). – *Байден, признав себя как-то раз «машиной оговорок», старался избегать любых значительных ошибок, хотя иногда путался в словах и в один момент оборвал себя, неожиданно спросив: «Не отвечаю ли я слишком долго?»*

Фрейм 2 – *machine operation troubles* (проблемы в работе машин).

Слот – *glitch* (глючить).

Пример. *“I’m going to take a break,” Kimmel interrupted, clearly seeing Biden was glitching and wasn’t able to complete a coherent idea. “and then we’ll talk a little bit more.”* (PJ Media, 09.06.2022). – «*Мы уйдем на перерыв, – сказал Киммел, отчетливо видя, что Байден глючит и не может высказать законченную идею. – После этого мы продолжим разговор.*»

В первом примере метафора *gaffe machine*, где *gaffe* означает ‘неловкая оплошность’ / ‘ого-

¹Mend fences // Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/mend%20fences> (дата обращения: 12.05.2022).

²Fence // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fence> (дата обращения: 12.05.2022).

³Structure // Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/structure> (дата обращения: 12.05.2022).

⁴Макиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русских поговорок. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2008. 784 с.

ворка' / 'ошибка', позволяет актуализировать признак автоматичности президента Америки в отношении часто совершаемых им оговорок в речи, поскольку известно, что машина – это механизм, совершающий одну и ту же работу, либо устройство, работающее без перебоев. Во втором фрагменте текста обнаруживается глагол *glitch* 'глючить' (компьютерный жаргон), определяемый как «*a problem which stops something from working properly or being successful*»⁵, что переводится как 'проблема, предотвращающая исправную работу чего-либо'. При дальнейшем ассоциативном анализе данной ЛЕ становится ясно, что она часто ассоциируется у носителей английского языка со словами *bug* и *computer*⁶, где первое определяется как баг (ошибка) в работе компьютера, а второе, в свою очередь, является уже разновидностью машины. Таким образом, допустимо утверждать, что словоупотребление *glitch* выполняет метафорическую функцию в контексте и отсылает адресатов к выделяемой исходной области «проблемы в работе машин», способствуя формированию устойчивой модели «Джо Байден – это старая/плохо работающая машина» в их сознании.

М-модель «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО ЖИВОТНОЕ». Вышеуказанная модель относится к субсфере «Природа», которая реализуется главным образом в двух типах метафоры: зооморфной и фитоморфной [14, с. 132–145]. Отсюда очевидна принадлежность данной модели к зооморфному подвиду, репрезентируемому в англоязычном медиапространстве такими фундаментальными фреймами, как *birds* (птицы), *animals* (собственно животные) и *animal actions* (действия животных). Она

является относительно распространенной и применяется в основном для описания черт характера Джо Байдена, актуализируя признаки «неудачный руководитель», «старость», «агрессивность» и «интеллектуальный спад» и сопровождаясь резкими негативными коннотациями. Ниже приведем анализ некоторых элементов этой модели.

Фрейм 1 – *animals* (собственно животные).

Слот – *dinosaur* (динозавр).

Пример. *Twilight of the Democrat dinosaurs – Biden and Pelosi are finished* (American Thinker, 02.10.2021). – *Закат демократических динозавров – песенка Байдена и Пелоси снета.*

Фрейм 2 – *animal actions* (действия животных).

Слот – *bark* (гавкать).

Пример. *Biden has a history of barking at reporters who ask questions he does not like* (John Locke Foundation, 01.02.2022). – *Байден уже не раз гавкал на репортеров, которые задают не нравящиеся ему вопросы.*

ЛЕ *dinosaur* 'динозавр' подчеркивает престарелый возраст политика – Байден представляется слишком старым, как динозавр, для того чтобы управлять государством. Данное переносное значение также зафиксировано в толковом словаре Merriam-Webster: «*one that is impractically large, out-of-date, or obsolete*»⁷, т. е. 'такой, который считается устарелым или вышедшим из употребления'. Глагол *bark* толкуется как «*to make the characteristic short loud cry of a dog*»⁸ и переводится 'гавкать/лаять'. Стоит предполагать, что при метафорической проекции он сперва отсылает адресатов к более широкой источниковой области «животные», т. к. актуализируется связь с собакой (*dog*) из основного лексического значения слова, а за-

⁵Glitch // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/glitch> (дата обращения: 05.06.2022).

⁶Associations to the word «glitch» // Word Association Network. URL: <https://wordassociations.net/en/words-associated-with/glitch?button=Search> (дата обращения: 05.06.2022).

⁷Dinosaur // Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/dinosaur> (дата обращения: 01.06.2022).

⁸Bark // Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/bark> (дата обращения: 01.06.2022).

тем переносит восприятие в более узкую сферу «действия животных», в которой уже порождается отрицательный образ Джо Байдена в виде дикой, злой собаки, поскольку глагол *bark* обладает коннотациями агрессивности из своего второго (переносного) значения – «*to speak in a curt loud and usually angry tone*» (разговаривать отрывистым, громким и обычно злым тоном).

На *рис. 1* представлена метафорическая парадигма медиаимиджа 46-го президента Америки по количественному и процентному распределению соответствующих метафорических моделей в текстах англоязычных СМИ. Как показывает диаграмма, наиболее частотной является социоморфная М-модель «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО СТРОИТЕЛЬ». Она репрезентируется положительно-коннотативными вхождениями и конструирует «созидательный» имидж президента, занятого строительством лучшего будущего для своего государства. Также можно отметить, что она

обладает явной тенденцией к наиболее частому развертыванию в медиапространстве (количество единиц этой модели, наиболее вероятно, будет расти пропорционально увеличению количества анализируемых примеров), что может свидетельствовать о попытке положительного осмысления личности президента в домашнем дискурсе. Примечательно, что такую же функцию выполняет пятая по употребляемости М-модель «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО ВРАЧ».

Распределение субсфер метафорической экспансии при генерации образа изучаемого политика в англоязычных медиатекстах представлено на *рис. 2*. Из данной диаграммы можно заключить, что область метафоризации «Социум» преобладает при репрезентации имиджа американского лидера, составляя более половины парадигмы. В данную область входят четыре модели: «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО СТРОИТЕЛЬ», «ПРЕЗИДЕНСТВО ДЖО

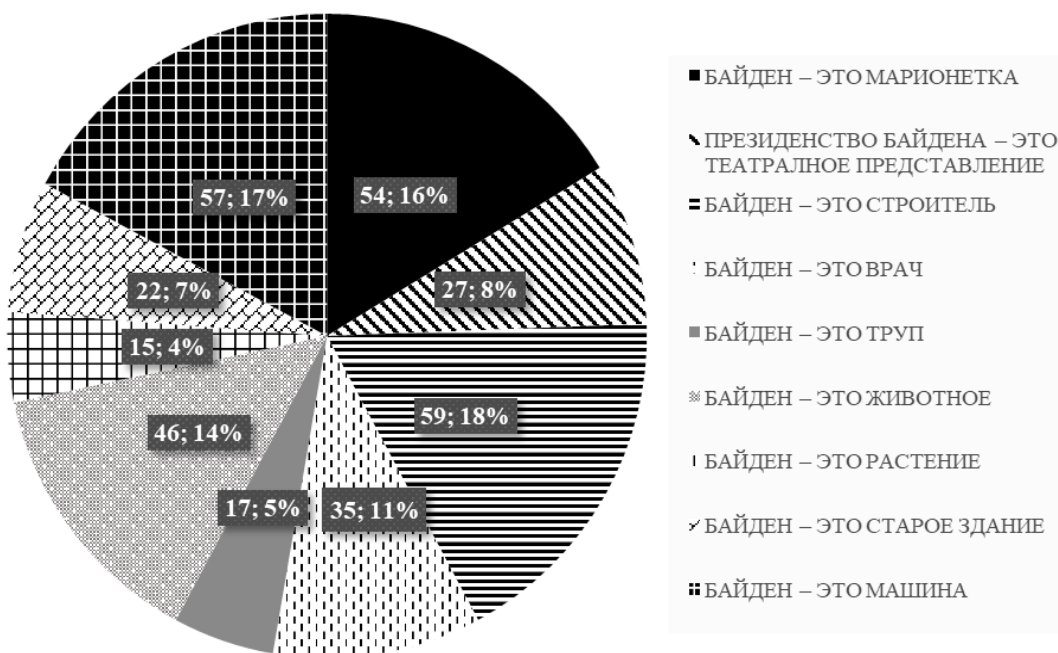


Рис 1. Частотное распределение М-моделей образа Джо Байдена в англоязычных СМИ (количество ЛЕ и их процентная доля)

Fig. 1. Frequency distribution of metaphorical models of Joe Biden's image in English-language media (number of lexical units and their percentage)

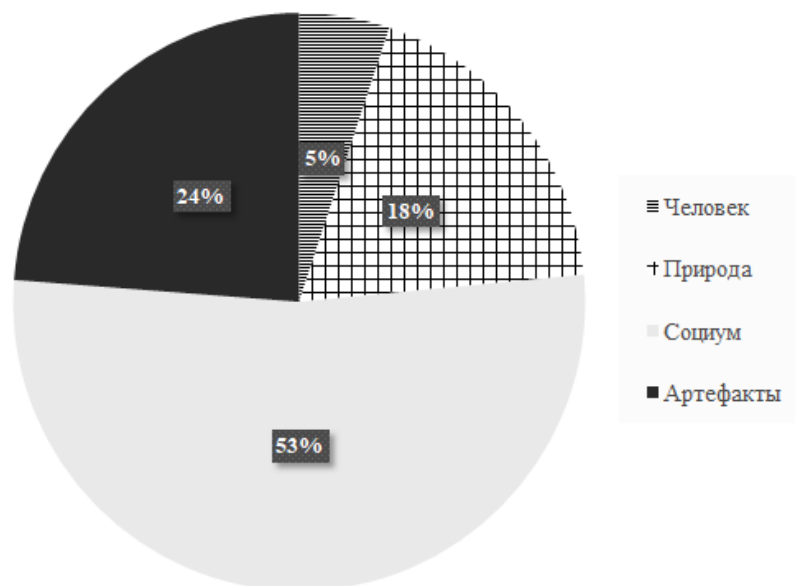


Рис. 2. Частотное распределение субсфер метафорической экспансии при генерации образа Джо Байдена в англоязычных СМИ

Fig. 2. Frequency distribution of subspheres of metaphorical expansion when generating Joe Biden's image in English-language media

БАЙДЕНА – ЭТО ТЕАТРАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ», «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО ВРАЧ» и «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО МАРИОНЕТКА». По прагматическим смыслом данная субсфера является неоднородной, т. к., например, концептуальное образование «Марионетка» представляется третьим по величине, отмечается высокой продуктивностью и дискредитирующим характером, что вполне составляет конкуренцию самой частотной противостоящей модели «Строитель». В целом соотношение положительных и негативных репрезентаций в социальной области составляет 25 к 20 % (с учетом единичных положительных репрезентаций в отрицательных моделях и наоборот).

Заключение

Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что метафорическая парадигма имиджа 46-го президента США Джо Байдена включает 9 продуктивных метафорических

моделей, функционирующих в текстах современного англоязычного политического медиадискурса с доминирующей субсферой метафорической экспансии «Социум». Хотя выборку исследования и можно назвать небольшой по количеству рассмотренных примеров, полученные данные все же позволяют сделать некоторые выводы относительно метафорической репрезентации образа Джо Байдена в англоязычных СМИ на современном этапе. Так, социоморфная М-модель «ДЖО БАЙДЕН – ЭТО СТРОИТЕЛЬ», генерирующая позитивный имидж президента, обладает явной тенденцией к наиболее частому разворачиванию в медиапространстве, что может свидетельствовать о попытках положительного осмысления личности Байдена в домашнем дискурсе. Популярность именно социальных концептов, как видится, не случайна – это может объясняться тем, что в сознании любого народа президент отождествляется с обществом, т. к. сильный

лидер всегда заботится о благе социума и своего народа. Отсюда наблюдаются попытки авторов метафор концептуализировать американского президента именно через социальные концепты (*социально значимые профессии*) – строитель, врач. На наш взгляд, это способно указывать на некие универсалии мышления и *общие тенденции* при положительном метафорическом моделировании политических фигур в дискурсе вообще.

Тем не менее чрезвычайно важно учитывать, что большинство других моделей в парадигме не обладают положительными прагматическими смыслами и, напротив, преследуют цель дискредитации Байдена, актуализируя негативные семы «старость», «дряблость», «мертвецкий внешний вид», «ветхость», «инертность», «агрессивность», «пассивность», «ког-

нитивный упадок», «игрушка в чужих руках», «смерть», «автоматичность» в его образе. Усредненное процентное соотношение репрезентаций с негативными и положительными коннотациями составляет примерно 65 к 35 % (т. к. в некоторых положительных моделях обнаруживаются негативно-коннотативные вхождения и, наоборот, в отрицательных моделях – позитивно-коннотативные). Отсюда мы заключаем, что современные англоязычные СМИ представляют нынешнего хозяина Белого дома как слабого и малоспособного политика, преследуемого множеством когнитивных и физических проблем. Концептуальная метафора в текстах СМИ является чрезвычайно эффективным и лаконичным ментально-языковым средством для формирования и закрепления данного имиджа.

Список литературы

1. Касевич В.Б. Когнитивная лингвистика. В поисках идентичности. М.: Яз. славян. культуры, 2013. 185 с.
2. Пермякова Е.Г., Пономаренко В.С. Метафора как средство концептуализации окружающей действительности на примере глаголов получения и передачи английского, русского и французского языков // Рос. гуманитар. журн. 2018. Т. 7, № 5. С. 409–423. DOI: [10.15643/libartrus-2018.5.7](https://doi.org/10.15643/libartrus-2018.5.7)
3. Опарина Е.О. Метафорический образ как средство концептуализации в дискурсах // Соц. и гуманитар. науки. Отечество и зарубеж. лит. Сер. 6: Языкознание. Реф. журн. 2022. № 4. С. 91–98. DOI: [10.31249/ling/2022.04.08](https://doi.org/10.31249/ling/2022.04.08)
4. Курбанов И.А., Малагин Д.В. Метафорическое моделирование образа президента США Джо Байдена в русскоязычном политическом медиадискурсе // Когнитив. исслед. языка. 2023. № 3-2(54). С. 471–474.
5. Баранов А.Н. Дескрипторная теория метафоры. М.: Яз. славян. культуры, 2014. 630 с.
6. Болдырев Н.Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М.: Изд. дом ЯСК, 2018. 478 с.
7. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Современная теория концептуальной метафоры: американский и европейский варианты // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультур. коммуникация. 2007. № 2-1. С. 10–22.
8. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 2003. 256 p.
9. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Когнитивно-дискурсивный анализ метафоры в политической коммуникации // Полит. лингвистика. 2008. № 3(26). С. 37–48.
10. Никитин М.В. Развернутые тезисы о концептах // Вопр. когнитив. лингвистики. 2004. № 1. С. 53–64.
11. Хантимиров С.М. Фреймовый анализ семантики немецких глаголов слуха // Филол. науки. Вопр. теории и практики. 2023. Т. 16, № 6. С. 1843–1848. DOI: [10.30853/phil20230294](https://doi.org/10.30853/phil20230294)
12. Погребняк Н.В. Воздействующий потенциал метафоры в современном политическом медиадискурсе // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. 2019. № 3(136). С. 118–125.

13. Чес Н.А. Концептуальная метафора как средство конструирования политической реальности в современном медиадискурсе // Язык, сознание, коммуникация: сб. ст. / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2017. Вып. 57. С. 271–282.

14. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): моногр. Екатеринбург, 2001. 238 с.

15. Стадильская Н.А. Компонентный анализ значения слова как способ выявления содержания концепта // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2012. № 32(286). С. 112–117.

References

1. Kasevich V.B. *Kognitivnaya lingvistika. V poiskakh identichnosti* [Cognitive Linguistics: In Search of Identity]. Moscow, 2013. 185 p.

2. Permiakova E.G., Ponomarenko V.S. Metaphor as a Means of Conceptualization of the Surrounding World (Based on the Examples of English, Russian, and French Verbs of Receiving and Giving). *Lib. Arts Russ.*, 2018, vol. 7, no. 5, pp. 409–423 (in Russ.). DOI: [10.15643/libartus-2018.5.7](https://doi.org/10.15643/libartus-2018.5.7)

3. Oparina E.O. Metaforicheskiy obraz kak sredstvo kontseptualizatsii v diskursakh [Metaphorical Image as a Means of Conceptualization in Discourses]. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Ser. 6: Yazykoznanie. Referativnyy zhurnal*, 2022, no. 4, pp. 91–98. DOI: [10.31249/ling/2022.04.08](https://doi.org/10.31249/ling/2022.04.08)

4. Kurbanov I.A., Malagin D.V. Metaforicheskoe modelirovanie obraza prezidenta SShA Dzho Baydena v russkoyazychnom politicheskom mediadiskurse [Metaphorical Modeling of the USA President Joe Biden Image in the Russian Political Media Discourse]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, 2023, no. 3-2, pp. 471–474.

5. Baranov A.N. *Deskriptornaya teoriya metafory* [Descriptive Theory of Metaphor]. Moscow, 2014. 630 p.

6. Boldyrev N.N. *Yazyk i sistema znaniy. Kognitivnaya teoriya yazyka* [Language and Knowledge System. A Cognitive Theory of Language]. Moscow, 2018. 478 p.

7. Budaev E.V., Chudinov A.P. Sovremennaya teoriya kontseptual'noy metafory: amerikanskiy i evropeyskiy varianty [Contemporary Theory of Conceptual Metaphor: American and European Variants]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, 2007, no. 2-1, pp. 10–22.

8. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago, 2003. 256 p.

9. Budaev E.V., Chudinov A.P. Kognitivno-diskursivnyy analiz metafory v politicheskoy kommunikatsii [Cognitive-Discursive Analysis of Metaphor in Political Communication]. *Politicheskaya lingvistika*, 2008, no. 3, pp. 37–48.

10. Nikitin M.V. Razvernutyte tezisy o kontseptakh [Derived Notions of the Concept]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*, 2004, no. 1, pp. 53–64.

11. Khantimirov S.M. Freymovyy analiz semantiki nemetskiikh glagolov slukha [Frame Analysis of the Semantics of German Verbs of Hearing]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2023, vol. 16, no. 6, pp. 1843–1848. DOI: [10.30853/phil20230294](https://doi.org/10.30853/phil20230294)

12. Pogrebnyak N.V. Vozdeystvuyushchiy potentsial metafory v sovremennom politicheskom mediadiskurse [Influencing Potential of Metaphor in Modern Political Media Discourse]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2019, no. 3, pp. 118–125.

13. Ches N.A. Kontseptual'naya metafora kak sredstvo konstruirovaniya politicheskoy real'nosti v sovremennom mediadiskurse [Conceptual Metaphor as a Means of Constructing Political Reality in Modern Media Discourse]. Krasnykh V.V., Izotov A.I. (eds.). *Yazyk, soznanie, kommunikatsiya* [Language, Consciousness, Communication]. Moscow, 2007. Iss. 57, pp. 271–282.

14. Chudinov A.P. *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991–2000)* [Russia in a Metaphorical Mirror: A Cognitive Study of Political Metaphor (1991–2000)]. Yekaterinburg, 2001. 238 p.

15. Stadul'skaya N.A. Komponentnyy analiz znacheniya slova kak sposob vyyavleniya soderzhaniya kontsepta [Component Analysis of the Word Meaning as a Way to Determine a Concept's Content]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2012, no. 32, pp. 112–117.

DOI: 10.37482/2687-1505-V305

Danila V. Malagin

Surgut State University;
prosp. Lenina 1, Surgut, 628400, Khanty-Mansiyskiy avtonomnyy okrug – Yugra, Russian Federation;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8063-2961> e-mail: danilamalagin1999@mail.ru

Ibragim A. Kurbanov

Surgut State University;
prosp. Lenina 1, Surgut, 628400, Khanty-Mansiyskiy avtonomnyy okrug – Yugra, Russian Federation;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0081-5360> e-mail: ibragimkurbanov@mail.ru

METAPHORICAL REPRESENTATION OF THE IMAGE OF US PRESIDENT JOE BIDEN IN THE ENGLISH-LANGUAGE POLITICAL MEDIA DISCOURSE

This paper dwells on the metaphorical representation of the image of the current US president, Joe Biden, in contemporary English-language political media discourse. The study aimed to describe and systematize the metaphorical models of Biden's current media image as well as explicate its perception reflected in the national worldview of the native speakers of English. The article considers conceptual metaphor as one of the main image-creating tools in media texts having considerable pragmatic potential. A variety of scientific methods were used in the research: continuous sampling to select texts published from Biden's inauguration to the present day; cognitive discursive interpretation of metaphorical models to describe their frame structure; component analysis to identify the source domain of the metaphorical expansion of some concepts and their contents (pragmatic meanings); classification method to systematize the models and their representations. The research results show a dominance of the metaphorical models that engender a negative image of the 46th US president in contemporary English-language media. These models actualize the negative signs of being too old, aggressive and unfit for ruling, as well as intellectual decay and some other negative traits of his image, which demonstrates a clear dislike of Biden in the English-language political media discourse and can indirectly cause corresponding reactions and attitudes towards him in society. The comparison of the subspheres of metaphorical expansion showed that the source domain *Society* has the highest productivity and a slight positive potential. This domain's representations demonstrate an attempt at a positive conceptualization of Biden's personality in American discourse. Furthermore, comparing the subspheres of metaphorization contributes to a better understanding of conceptual metaphor functions and common tendencies towards metaphorical representation of a political figure in mass media discourse.

Keywords: *conceptual metaphor, metaphorical model, metaphorical expansion, english-language political media discourse, Joe Biden, politician's media image.*

Поступила 20.07.2023
Принята 20.11.2023
Опубликована 25.12.2023

Received 20 July 2023
Accepted 20 November 2023
Published 25 December 2023

For citation: Malagin D.V., Kurbanov I.A. Metaphorical Representation of the Image of US President Joe Biden in the English-Language Political Media Discourse. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2023, vol. 23, no. 6, pp. 55–65. DOI: 10.37482/2687-1505-V305