

RU

## Вербальный имидж 44-го президента США Барака Обамы: самопрезентация и взгляд СМИ

Караульщикова Ю. В., Царькова О. А.

**Аннотация.** В настоящей статье проводится анализ вербального имиджа Б. Обамы в речах самого экс-президента и в ситуативно-аналитической статье о нем в британской онлайн-газете. Цель настоящего исследования заключается в выявлении инвариантных и вариативных особенностей вербального имиджа 44-го президента США Барака Обамы в СМИ и в собственных речах президента. Научная новизна исследования обусловлена результатами анализа, которые состоят в выявлении существенных различий в целевых установках субъектов высказывания с позиции самопрезентации, с одной стороны, и с точки зрения того, как имидж создается в СМИ, с другой. В статье приводятся описание лексико-синтаксических средств вербализации имиджа президента и сравнение метасемиотического содержания речей и статьи с точки зрения построения имиджа Б. Обамы. В собственных речах экс-президент представлен как эксперт в своей должности, тогда как в аналитической статье Б. Обама изображен как политический деятель, не заслуживающий доверия. Полученные результаты показали, что противоположные целевые установки субъектов высказывания в речах и статье проявляются в антитетическом изображении имиджа президента посредством фонологических, лексических, лексико-фразеологических, морфосинтаксических, а также невербальных компонентов текстов.

EN

## The verbal image of the 44th President of the United States, Barack Obama: Self-presentation and media perspective

Karaulshchikova Y. V., Tsarkova O. A.

**Abstract.** The present article analyzes the verbal image of Barack Obama in the speeches of the former president himself and in a situational-analytical article about him in a British online newspaper. The aim of the current research is to identify invariant and variant features of the verbal image of the 44th President of the United States, Barack Obama, in the media and in the president's own speeches. The scientific novelty of the study is substantiated by the results of the analysis, which reveal significant differences in the communicative targets of the speakers from the perspective of self-presentation on one side and in terms of how the image is constructed in the media on the other. The article provides a description of the lexical-syntactic means of verbalizing the president's image and compares the metasemiotic content of the speeches and the article in terms of shaping Barack Obama's image. In his own speeches, the former president is portrayed as an expert in his position, while in the analytical article, Barack Obama is depicted as a politician not deserving of trust. The obtained results demonstrate that opposing communicative aims in speeches and articles are reflected in the contrasting portrayal of the president's image through phonological, lexical, phraseological, morphosyntactic, and non-verbal components of the text.

### Введение

Понятие «имидж» на сегодняшний день играет важную роль в политике. Ввиду того факта, что в современном мире политика является публичной сферой, с повышением роли СМИ и Интернета в политической жизни и увеличением скорости распространения информации и ее доступности необходимость создания «правильного» политического имиджа становится ключевым фактором для успешности политической деятельности.

В современной лингвистике не существует единого определения понятия «имидж», однако исследователями предпринимались попытки разделить понятия «образ» и «имидж» (Калинин, 2017; Бредихин, Гасанов, 2022). По мнению С. Н. Бредихина и Б. В. Гасанова, образ создается спонтанно, а имидж конструируется на основе существующего образа, иными словами, «образ превращается в имидж, когда его сознательно начинают конструировать» (2022, с. 115).

Актуальность настоящего исследования обусловлена растущим интересом к политической риторике представителей разных научных областей: политологов, лингвистов, имиджмейкеров, психологов. Изучение языковых средств дает возможность раскрыть закономерности в формировании вербального имиджа политика и определить роль его языкового выражения в формировании политических установок и общественного мнения.

Для решения поставленной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- выявить и описать лексико-синтаксические средства вербализации имиджа Б. Обамы в его речах;
- проанализировать использование лексико-синтаксических средств вербализации имиджа Б. Обамы в интернет-статье ситуативно-аналитического жанра;
- сравнить метасемиотическое содержание речей и статьи с точки зрения построения имиджа Б. Обамы.

В современном мире публичные выступления политиков, а также сообщения об их деятельности несут не столько информационный, сколько манипулятивный характер. Выбор языковых средств, уровень грамотности и манера изложения материала определяют степень воздействия на общественное сознание. Все эти средства функционируют в различного рода текстах. Наиболее релевантными для нашего исследования являются тексты, транслируемые в СМИ, так как известно, что СМИ являются «не только трансляторами, но и создателями политических образов» (Бредихин, Гасанов, 2022, с. 112).

В данной статье нами была предпринята попытка проанализировать средства создания имиджа политика «в двух плоскостях» – с позиции самопрезентации в речи самого политика и в плоскости СМИ, когда о политике говорят журналисты.

В качестве объекта исследования был выбран образ экс-президента США как ключевой фигуры в политической жизни страны. Предметом исследования являются языковые средства создания имиджа. Материалом нашего исследования послужили тексты публичных речей 44-го американского президента Барака Обамы за период с 2008 по 2017 г. с сайта American Rhetoric (<https://www.americanrhetoric.com/>), а также статья ситуативно-аналитического жанра из британского интернет-издания CNN (<https://edition.cnn.com/>) от 21 апреля 2016 года, в которой освещается политическая деятельность Барака Обамы (Tisdall S. How Obama Lost Europe // CNN. 21.04.2016. <https://edition.cnn.com/2016/04/21/opinions/obama-europe-tisdall/index.html>).

Выбор методов исследования обусловлен целью и совокупностью поставленных задач. В качестве методов исследования нами был выбран метод лингвистического анализа для выявления разноуровневых языковых средств, способствующих раскрытию вербального имиджа Б. Обамы. Кроме этого, описательно-аналитический метод дает возможность описать материал и проанализировать особенности употребления языковых единиц, вербализирующих имидж Б. Обамы. Также в исследовании использован сравнительно-сопоставительный метод для выявления сходства и различия в семантике лексических единиц, формирующих имидж экс-президента. Кроме того, в качестве метода применяется контекстуальный анализ, так как при рассмотрении структурно-семантических и функциональных особенностей языковых средств, формирующих вербальный имидж Б. Обамы, учитывается контекст их употребления.

В качестве справочных материалов были использованы словари Cambridge Dictionary Online (<https://dictionary.cambridge.org/>) и The Free Dictionary (<https://www.thefreedictionary.com>).

Теоретическую базу нашего исследования составили работы в области политической коммуникации и политических медиатекстов (Дегтярев, 1996; Калинин, 2017; Скулимовская, 2017; Драчева, 2019; Данкова, 2021), а также работы, в которых поднимаются вопросы изучения публичного имиджа и речевого поведения политика (Чернобровкина, 2013; Кубрякова, 2008; Ягуфаров, Ань, 2022; Хафизова, Ораздурдыева, 2023).

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его материалов в лекциях по политической коммуникации и стилистике английского языка, в работе спичрайтеров, а также при составлении учебных курсов для студентов направления «Реклама и PR».

## Обсуждение и результаты

Вербальный имидж политика складывается из различных составляющих, и важное место в формировании его имиджа принадлежит речи как наиболее естественной форме человеческого общения. По определению Е. С. Кубряковой, имидж – это то, «кем или чем хочет выглядеть (казаться) объект в глазах окружающих, это специально и даже нередко искусственно создаваемый образ, необходимый его носителю по тем или иным причинам и отвечающий стереотипным или прототипическим представлениям о том, кем или чем должен являться этот объект на деле» (2008, с. 10). Формирование имиджа политика посредством вербальных средств приобретает особую значимость ввиду того, что это влияет на восприятие оратора не только как личности, но и как лидера страны.

Обращаясь к анализу средств вербализации имиджа президента, нельзя не учитывать экстралингвистические факторы – цели и установки субъекта речи и избираемые им речевые тактики, отношение говорящего к тому, о чем он сообщает, воздействие высказываемого на адресата речи, особенности ситуации общения, поскольку в политической речи и в медийном тексте описываемые факторы лежат в основе мотивации говорящего и определяют то, какие языковые средства использует говорящий.

Следует отметить, что все проанализированные высказывания, в которых содержится самопрезентация президента, нацелены на создание положительного образа деятельной американской власти, которая работает над решением внутренних проблем Америки. Президент представлен как авторитетная фигура, которая несет ответственность за процветание Америки и соблюдение демократических принципов в стране.

Ролевой дейксис высказываний выражен через личные местоимения первого лица единственного и множественного числа – *I, we* – президент говорит как от лица американского правительства и своей администрации, так и с позиции фигуры, ответственной за процветание американского народа. Местоимение первого лица единственного числа *I* используется в словосочетаниях с глаголами, семантически связанными с политическими действиями президента (*I took the office / я занял пост; I made clear / я пояснил; I just spoke / я только что разговаривал; I've directed / я издал указ* (здесь и далее – перевод авторов статьи. – О. Ц., Ю. К.)), или в сочетании с глаголами, выражающими чувства и эмоции (*send our deepest thoughts to / обращать в самых сокровенных мыслях к...; expressed my concern / выражаю озабоченность*). Личное местоимение первого лица множественного числа *we* используется в контекстах, где президент говорит как о проблемах, так и о процессе их решения, транслируя идею слаженной работы американского правительства:

...*we've got to make sure we tackle this issue in an effective way...* (Obama B. Press Conference Following G20 Summit delivered 5 September 2016, Hangzhou, China // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamag20chinapresser.htm>). / *Мы должны быть уверены, что уладим этот вопрос наиболее эффективным образом.*

*And we will explore the formulation of appropriate state, behavior and norms of the cyberspace... the United States will continue to use all of the tools at our disposal to protect American companies, citizens and interests* (Obama B., Xi Jinping. Joint Rose Garden Press Conference delivered 25 September 2015, White House, Washington, D.C. // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaxijinpingrosegardenpresser2015.htm>). / *И мы изучим возможность сформулировать положения, регулирующие поведение и нормы киберпространства... США продолжит использовать доступные инструменты, чтобы защитить американские компании, граждан США и их интересы.*

На лексическом уровне средствами создания имиджа выступают слова-канцеляризмы, названия и термины, связанные с политической жизнью страны (*military action, congressional authorization, pledging allegiance, the Carcieri decision, Congress, the Secretary of the Interior's authority, federally recognized*):

*Yet, while I believe I have the authority to carry out this military action without specific congressional authorization...* (Obama B. On The Use of Chemical Weapons by Syrian Government delivered 31 August 2013, White House, Washington, D.C. // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamasyriache-micalweapons.htm>). / *Тем не менее пока я верю, что у меня есть полномочия провести эту военную операцию без специального одобрения Конгресса...*

...*diligent, patriotic young DREAMers who grew up pledging allegiance to our flag...* (Obama B. Press Conference on USSC Ruling in U.S. v. Texas delivered 23 June 2016, White House, Washington, D.C. // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamausvtexasimmigration.htm>). / *...усердные, патриотично настроенные, молодые участники программы DREAM, которые выросли и поклялись верности нашему флагу.*

*And in the wake of the Carcieri decision, we've asked Congress to restore the Secretary of the Interior's authority to take land into trust for federally recognized Indian tribes* (Obama B. Tribal Nations Conference Address delivered 2 December 2011, Department of Interior, Washington, D.C. // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamatribalnationsconference.htm>). / *И на волне решения Карциери мы попросили Конгресс восстановить в должности секретаря министерства внутренних дел, чтобы отдать индейским племенам земли в доверительное управление.*

Насыщенность терминологической лексикой и канцеляризмами, характерными для специалистов определенной области, делает речь президента более убедительной и служит средством создания образа «эксперта» политической сферы – так Барак Обама транслирует образ авторитетного политика, способного справиться с вызовами и трудностями политической жизни страны.

Кроме того, политик стремится придать своей речи характер категоричности и транслировать готовность действовать решительно. Для этого Барак Обама использует конструкции *I will (I'll)* – модальный глагол с семантикой волеизъявления в сочетании с личным местоимением первого лица единственного числа: *I'll use my authority to protect more of our pristine federal lands for future generations* (Obama B. Fifth Presidential State of the Union delivered 28 January 2014 // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/stateoftheunion2014.htm>). / *Я использую свою власть, чтобы защитить как можно больше заповедных земель для наших будущих поколений.*

Чтобы выделить главное в своей речи, экс-президент использует прием синтаксического параллелизма:

*That means whatever executive authority I have to help the middle class, I'll use it. Where I can't act on my own and Congress isn't cooperating, I'll pick up the phone – I'll call CEOs; I'll call philanthropists; I'll call college presidents; I'll call labor leaders. I'll call anybody who can help – and enlist them in our efforts. Because the choices that we, the people, make right now will determine whether or not every American has a fighting chance in the 21st century* (Obama B. Address on the Economy at Knox College delivered 24 July 2013, Galesburg, Illinois // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaknoxcollegeeconomy.htm>). / *Это означает, что я полностью использую данную мне власть, чтобы помочь среднему классу. В случаях, когда я не могу действовать один, а Конгресс отказывается сотрудничать, я подниму телефонную трубку – позвоню исполнительным директорам, позвоню филантропам, позвоню президентам колледжей, я позвоню лидерам профсоюзов. Я позвоню любому, кто может помочь, – и подключу их. Потому что выбор, который мы как народ делаем прямо сейчас, определяет, насколько преуспеют американцы в XXI веке.*

В данном отрывке параллельные конструкции расположены в соответствии с принципом синтаксической детализации, то есть от общего к частному. Детализируя свои политические действия, президент, по сути, расписывает план решения наиболее острых проблем американского общества. Ключевыми приоритетами

его политики являются законопроект о мигрантах, ношение оружия, война с террористами, изменения климата, борьба за гражданские права и права женщин:

*I want to get this immigration bill done. We still need to work on reducing gun violence. We've got to continue to end the war in Afghanistan, rebalance our fight against al Qaeda. We need to combat climate change. We've got to standing up for civil rights. We've got to stand up for women's rights* (Obama B. Address on the Economy at Knox College delivered 24 July 2013, Galesburg, Illinois // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaknoxcollegeeconomy.htm>). / Я хочу, чтобы приняли этот законопроект об иммигрантах. Нам нужно работать над сокращением насилия с применением оружия. Нам нужно положить конец войне в Афганистане и бросить силы на борьбу с Аль-Каидой. Нам нужно бороться с изменением климата. Нам нужно объединиться в борьбе за гражданские права. Нам нужно объединиться в борьбе за права женщин.

Обилие коротких синтаксических структур, содержащих глаголы намерения и необходимости (*want to, need, have got to*), придает речи характер решительности и категоричности, помогая политике выразить стремление двигаться по намеченному политическому курсу и создать образ человека, готового стоять на своем.

Кроме того, Барак Обама называет политиков, задействованных в решении текущих вопросов, по имени (*And this morning, John Boehner, Harry Reid, Nancy Pelosi and Mitch McConnell agreed that this is the right thing to do for our democracy* (Obama B. On The Use of Chemical Weapons by Syrian Government delivered 31 August 2013, White House, Washington, D.C. // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamasyriachemicalweapons.htm>). / И сегодня Джон Бонер, Гарри Рейд, Нэнси Пелоси и Митч Макконнелл согласились, что это правильный шаг для нашей демократии), стремясь продемонстрировать осведомленность о работе государственного аппарата и персонализировать государственную власть, показав, что за процветанием американского общества стоят конкретные люди. Барак Обама идентифицирует себя как часть команды, которая работает на благо американского общества, и как фигуру, которая является ответственной за реализацию реформ. Об этом свидетельствует большое количество слов с ценностной составляющей (*democracy, civil rights, choice, fighting chance, citizens*), посредством которых Барак Обама транслирует собственный взгляд на миссию президента, заключающуюся в контроле за реализацией демократических принципов в стране:

*I believe our democracy is stronger when the President acts with the support of Congress* (Obama B. Address to the Nation on U.S. Military Action in Syria delivered 10 September 2013, Washington, D.C. // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamasyrianation.htm>). / Я верю, что наша демократия сильнее, когда президент имеет поддержку Конгресса.

При этом политик стремится быть понятным широкой аудитории и «разбавляет» свою речь средствами выразительности, используя метафоры (*...there were not clear enough lines of authority in terms of who was in charge of the technology and cracking the whip on a whole bunch of contractors* (Obama B. Final Press Conference of 2013 delivered 20 December 2013 // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamafinal2013presser.htm>). / ...не было четкого курса власти в отношении того, кто несет ответственность за технологии и за то, кто должен подгонять кнутом целую толпу подрядчиков; *So this new relationship represents a major step forward* (Obama B. Tribal Nations Conference Address delivered 2 December 2011, Department of Interior, Washington, D.C. // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamatribalnationsconference.htm>). / Поэтому новые отношения представляют собой большой шаг вперед), каламбуры и шутки (*In the next hundred days, we will housetrain our dog, Bo, because the last thing Tim Geithner needs is someone else treating him like a fire hydrant. In the next hundred days, I will strongly consider losing my cool* (Obama B. First White House Correspondents' Dinner Address delivered 9 May 2009, Washington Hilton Hotel, Washington, D.C. // American Rhetoric. <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobama-whitehousecorrespondentsdinner2009.htm>). / Следующие сто дней я буду заниматься с нашей собакой, Бо, потому что Тиму Гэйтнеру совсем не нужно, чтобы к нему относились как к пожарному гидранту. В течение следующих ста дней я, скорее всего, буду очень раздражителен).

Использование метафор (*cracking the whip; a major step forward*) придает речи политика более красочный характер, делая высказывания запоминающимися и понятными аудитории, поскольку метафоры как средство создания выразительности в политической речи служат «средством формирования отношения», так как обладают высоким суггестивным потенциалом (Нартикова, 2021, с. 192). Наличие в высказываниях шуток (*treating him like a fire hydrant*) и разговорных выражений (*I will strongly consider losing my cool*) призвано показать политика с «человечной» стороны – как простого американца, которому не чужда обычная повседневная жизнь. Как отмечает С. В. Сакулин, «политический юмор создает эмоцию, которая перерастает в восприятие» (2021, с. 46), и Барак Обама за счет использования подобных средств стремится транслировать образ «человека из народа».

Далее перейдем к рассмотрению вербализации имиджа политика в интернет-статье ситуативно-аналитического жанра.

Лейтмотивом статьи из электронного издания CNN от 21 апреля 2016 года «How Obama Lost Europe» / «Как Обама потерял Европу» (Tisdall, 2016) можно считать идею о несостоятельности Б. Обамы как политического лидера. Риторическая организация статьи основана на полярности, заключающейся в противоречии между ожидаемым и действительным.

В заглавии статьи заложена идея отрицания конструктивных действий Обамы на европейской политической арене.

Четыре невербальных компонента (три фотографии и один видеоролик) поддерживают основную мысль автора о том, что кроме слов от президента США не последовало необходимых действий, а ситуация даже ухудшилась.

На первой фотографии (Фото 1) показано задумчивое и уставшее лицо Б. Обамы. Фото 2 запечатлело супружеские четы первых лиц США и Великобритании. На третьей фотографии (Фото 3) Б. Обама выступает с трибуны. Видео (Кадр 1) демонстрирует кричащих в рупор ливийских мигрантов – показатель нестабильности в европейской политике.



Фото 1. Моменты президентства Б. Обамы (Tisdall, 2016)



Фото 2. Барак и Мишель Обама встречаются с королевской семьей в 2016 году (Tisdall, 2016)



Фото 3. Выступление Б. Обамы (Tisdall, 2016)



Кадр 1. Беспорядки с участием ливийских мигрантов (Tisdall, 2016)

Подзаголовки статьи (“*Is he really Europe’s friend?*” / «*Действительно ли он друг Европы?*») и “*What’s he actually achieved?*” / «*Чего он на самом деле достиг?*») оформлены как вопросы, которые вкупе с развернутыми ответами носят саркастический характер. Вопросительные предложения, содержащие отрицательный смысл, фигурируют также во вступительном абзаце и в заключении:

*No American politician would allow an unelected, external authority like the EU Commission to override U.S. laws and border controls <...> So what right has he to lecture Britain and Europe about the best way to order their affairs?* (Tisdall, 2016). / Ни один американский политик не позволит неизбираемому внешнему органу, такому как Комиссия ЕС, игнорировать законы США и пограничный контроль <...> Так какое же право он имеет читать лекции Британии и Европе о том, как лучше всего упорядочивать свои дела?

*Given all this, when Obama speaks out in favor of the EU this week, why should British voters pay him any attention?* (Tisdall, 2016). / Учитывая то обстоятельство, что на этой неделе Обама высказывается в пользу ЕС, почему британские избиратели должны уделять ему внимание?

Использование сходных по синтаксической структуре высказываний, включающих созвучные и семантически близкие модальные синтагмы, создает своеобразную «рамку» текста. Контраст, связанный с дихотомией «ожидаемое – реальное», проявляется на концептуальном уровне, когда автор сопоставляет обещанные Обамой перемены и реальное положение вещей:

*In Prague in 2009, Obama promised a new drive to rid the world of nuclear weapons. It did not happen; In Cairo, in the same year, he offered a reset in relations with the Muslim world. Matters just got worse...; The President pledged to lead efforts to combat climate change. But Copenhagen was a catastrophe* (Tisdall, 2016). / В Праге в 2009 году Обама пообещал начать новую кампанию по избавлению мира от ядерного оружия. Этого не произошло; В Каире в том же году он предложил перезагрузку отношений с мусульманским миром. Дела стали еще хуже...; Президент пообещал возложить усилия по борьбе с изменением климата. Но события в Копенгагене стали провалом.

Текст изобилует отрицательными формами и конструкциями с противительными союзами:

*Obama’s main first-term foreign focus was not on Europe but on extricating the U.S. from wars in Iraq and Afghanistan; Europe’s list of disappointments does not end here; ...his words were not matched by actions; Yet Obama just looked on; Despite eloquent promises to be a best friend to Europe... Obama has been a big disappointment* (Tisdall, 2016). / Основное внимание Обамы в первый срок внешней политики было сосредоточено не на Европе, а на выведении США из войн в Ираке и Афганистане; Список разочарований Европы на этом не заканчивается; ...его слова не соответствовали действиям; Однако Обама просто наблюдал; Несмотря на красноречивые обещания быть лучшим другом Европы... Обама стал большим разочарованием.

Ценностная оценка деятельности президента имеет ярко выраженный негативный характер. Ссылаясь на авторитетный источник, автор статьи называет Б. Обаму лицемером: *Mayor of London and a possible successor to prime minister David Cameron, called Obama a "hypocrite"* [someone who says they have particular moral beliefs but behaves in way that shows these are not sincere (Cambridge Dictionary Online) / иметь определенные моральные установки, но вести себя по-другому, неискренне – определение имеет помету "disapproving"] (Tisdall, 2016). / *Мэр Лондона и возможный преемник премьер-министра Дэвида Кэмерона назвал Обаму «лицемером»*; двуличным человеком, у которого слова расходятся с поступками: ...his words were not matched by actions [to match – to be as good as someone or something else (Cambridge Dictionary Online) / подходить, соответствовать] (Tisdall, 2016). / ...его слова не соответствовали действиям.

Для характеристики нравственных качеств президента используется сниженная лексика:

*The nerve of the man! Obama even has the cheek to blame Europe for Libya's descent into chaos* [the nerve of (someone)! – an exclamation of shocked disapproval regarding something someone said or did (Cambridge Dictionary Online) / неодобрительное восклицание в ответ на чьи-либо слова или действия; to have the cheek to (do something) – to be so brazen as to do something insolent (Cambridge Dictionary Online) / иметь наглость, чтобы совершить что-то дерзкое] (Tisdall, 2016). / *Нахальства ему не занимать! Обама даже имеет наглость обвинять Европу в том, что Ливия погрузилась в хаос.*

Описание последствий действий президента включает слова с ярко выраженной негативной коннотацией:

*Obama's diffidence was disastrous* [extremely bad or unsuccessful (Cambridge Dictionary Online) / чрезвычайно плохой или неудачный], *was a catastrophe* [a sudden event that causes very great trouble or destruction (Cambridge Dictionary Online) / внезапное событие, которое вызывает большие неприятности или разрушение], *barely rescued in Paris* (Tisdall, 2016). / *Неуверенность Обамы была чудовищной, она была катастрофой, когда ситуацию едва удалось спасти в Париже.*

Приведенные лексические и синтаксические стилистические приемы позволяют заключить, что автор статьи стремится сформировать у читателя образ Обамы как недалекого, самоуверенного политика.

Другими примерами отражения авторской интенции изобразить Обаму в негативном ключе служат такие единицы, как *anger, dismay, degenerate, collapse, fears, failed, bankruptcy, illegal land grab* / *гнев, смятение, деградация, крах, страхи, неудача, банкротство, незаконный захват земель.*

Многочисленные лексические единицы со значением обещания, стремления, попытки, несбывшегося ожидания дополняют образ Б. Обамы в негативном ключе: *promised, pledged to lead efforts, collapse of... peace hopes, disappointment* / *обещал, пообещал возглавить усилия, крах... надежд на мир, разочарование* (3 раза).

Коннотативность в тексте обеспечивается за счет целого ряда стилистических приемов. На фонологическом уровне наблюдается аттракция слов, характеризующихся звуковым подобием (например, *first-term foreign focus* / *первый срок ориентирования за рубежом*), причем особенно частотны синтагмы, в которых неоднократно воспроизводится звук [r] или звукосочетания с [r]: *adoring crowd* / *обожающая толпа*; *to rescue the pro-Moscow regime* / *спасти промосковский режим*; *outraged by revelations* / *возмущен разоблачениями*; *agreeing a compromise with Iran* / *достижение компромисса с Ираном*; *a reset in relations* / *перезагрузка отношений*. Как известно, на уровне фонетики именно такие звукосочетания связаны с выражением негативных коннотаций.

На лексическом уровне эмоциональность и экспрессивность проявляются в использовании жаргонизма *slutshow/бардак*, употребляемого в переносном смысле; идиоматических выражений *The nerve of the man!* / *Нахальства ему не занимать!*; *Obama is already on a sticky wicket* [in the midst of or dealing with a particularly awkward or difficult situation or circumstance (The Free Dictionary)] / *Обама уже в щекотливом положении*; *Obama even has the cheek to blame Europe* [to be so brazen as to do something insolent (The Free Dictionary)] / *Обама даже имеет наглость обвинять Европу*; *All talk and no trousers* [full of boastful, arrogant, or shallow talk that never materializes into results (The Free Dictionary)] / *Из пустого в порожнее*; *cracked at the seams* / *треснул по швам*, которые носят уничижительный характер.

В основе приема иронии, используемого автором, лежит энантиосемия, когда лексическая единица употребляется в противоположном своему значении:

*Even Obama's flagship foreign policy "success" – agreeing a compromise with Iran over its suspect nuclear program – looks like a mixed blessing to many in Europe; And EU leaders were then outraged by revelations that their "best friend" had been tapping their cellphones* [success – the achieving of the results wanted or hoped for (Cambridge Dictionary) / достижение нужного результата; friend – a person you know well and who you like a lot (Cambridge Dictionary) / человек, которого вы хорошо знаете и который вам очень нравится] (Tisdall, 2016). / *Даже флагманский внешнеполитический «успех» Обамы – достижение компромисса с Ираном по поводу его подозрительной ядерной программы – выглядит для многих в Европе неоднозначным благословением; А лидеры ЕС были тогда возмущены откровениями о том, что их «лучший друг» прослушивал их мобильные телефоны.*

Метафоричность, базирующаяся на спортивной терминологии, отмечается самим автором:

*Obama is already on a sticky wicket, to use a cricketing metaphor, for more substantive reasons* [on a sticky wicket – in the midst of or dealing with a particularly awkward or difficult situation or circumstance (The Free Dictionary) / в центре неприятной ситуации или обстоятельств] (Tisdall, 2016). / *Если выразиться языком спортивной метафоры, Обама уже находится в щекотливом положении по более существенным причинам.*

Обращает на себя внимание развернутая метафора, когда автор противопоставляет президента Америки президенту России в крымском и сирийском вопросах:

*President Vladimir Putin took advantage... to launch his illegal land grab. Obama took his eye off the ball. Putin picked it up and ran with it [to take one's eye off the ball – to fail to remain focused on or motivated about some goal, objective, or matter at hand (The Free Dictionary) / не суметь удержать свое внимание на какой-либо цели, задаче или деле] (Tisdall, 2016). / Президент Владимир Путин воспользовался этим, чтобы начать незаконный захват земель. Обама отвлекся. Путин обыграл это в свою пользу.*

Что касается модальных синтагм с эпистемической семантикой, то они, как следует из анализа статьи, немногочисленны, но оказываются функционально значимыми как средство выражения идеи о невозможности Обамы осуществлять конструктивные действия по обеспечению стабильности на европейской политической арене.

Таким образом, имидж Б. Обамы в составе развернутого речевого произведения создается комплексом взаимосвязанных языковых и речевых средств – фонологических, лексических, лексико-фразеологических, морфосинтаксических, а также невербальных компонентов текста.

## Заключение

Проанализировав средства создания имиджа в двух плоскостях – с позиции самопрезентации президента и с точки зрения того, как имидж создается в СМИ, мы пришли к выводу о том, что в своих речах Б. Обама стремится создать образ компетентной фигуры, «эксперта», который несет ответственность за процветание страны, образ «руководителя команды». Для обеспечения вербального имиджа в своих публичных выступлениях Барак Обама применяет языковые средства разных уровней: разнообразный ролевой дейксис, выраженный личными местоимениями *I, we*, модальность волеизъявления, синтаксически параллельные конструкции, а также слова-канцеляризм, слова с ценностной составляющей и адресную номинацию других участников политического процесса. Используемые в публичных выступлениях метафоры, каламбуры и шутки делают образ Б. Обамы более «человечным».

В статье ситуативно-аналитического жанра из интернет-издания автор создает имидж Б. Обамы как человека, неспособного выступать в роли руководителя государства. Формирование неблагонадежного имиджа экс-президента осуществляется посредством вопросительных предложений с отрицательным смыслом, отрицательных и противительных морфосинтаксических форм, лексических и лексико-фразеологических единиц с ярко выраженной пейоративной коннотацией, подкрепляемой средствами фонологического уровня, а также использованием энантиосемии и метафоры, благодаря которым выражается ироничное и саркастичное отношение субъекта речи к объекту критики. Использование средств языковой выразительности в ситуативно-аналитической статье служит средством выражения сарказма и недовольства политическими шагами Барака Обамы.

В целом можно сказать о том, что самопрезентация президента нацелена на создание образа идеального американца – готового к действию, экспертного в своей профессиональной деятельности, а главное, следующего демократическим идеалам своей страны патриота. По мнению СМИ, в действительности Б. Обама не тот, кем хотел бы казаться, и не может вызывать доверия в обществе, ценности которого предполагают честность и ответственность в выполнении возложенной на руководителя государства миссии.

В качестве перспектив дальнейшего исследования можно назвать изучение лингвопрагматических характеристик речей и медиатекстов по политической тематике с точки зрения гендерных особенностей в сопоставительном аспекте, а также рассмотрение названных средств в диахроническом аспекте.

## Источники | References

1. Бредихин С. Н., Гасанов Б. В. К проблеме делимитации образа и имиджа в политическом медиадискурсе // Научная мысль Кавказа. 2022. № 1.
2. Данкова Н. С. Речь Д. Байдена: стратегии и тактики создания положительного имиджа // Политическая лингвистика. 2021. № 6 (90).
3. Дегтярев А. А. Политическая власть как регулятивный механизм социального общения // Полис. 1996. № 3.
4. Драчева Ю. Н. Понятие медиаобраза и его описание в языковедческом и неязыковедческом аспектах // Вестник Череповецкого государственного университета. 2019. № 2.
5. Калинин О. И. Лингвопрагматические характеристики имиджевого политического медиатекста: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2017.
6. Кубрякова Е. С. К определению понятия имиджа // Вопросы когнитивной лингвистики. 2008. № 1.
7. Нартикова З. А. Лингвокогнитивный анализ прагматического потенциала метафоры в аргументации политического дискурса (на примере выступлений лидеров политической и экономической сферы России и США) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. № 1.
8. Сакулин С. В. Политический юмор – актуальная технология убеждающей коммуникации // Постсоветский материк. 2021. № 4 (32).
9. Скулимовская Д. А. Стратегии и тактики в политическом дискурсе (на материале выступлений Б. Обамы) // Политическая лингвистика. 2017. № 1.
10. Хафизова А. А., Ораздурдыева Э. Р. Средства формирования речевого имиджа политического лидера // Казанский вестник молодых ученых. 2023. Т. 7. № 1.

11. Чернобровкина Е. П. Речевое поведение президента США Барака Обамы: роль стратегий и тактик в создании имиджа популярного и успешного политика // Вестник Бурятского государственного университета. Язык. Литература. Культура. 2013. № 11.
12. Ягуфаров Р. А., Ань Л. Языковые средства формирования медиаобраза Джо Байдена в текстах англоязычных СМИ КНР // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 9 (123).

#### Информация об авторах | Author information

**RU****Караульщикова Юлия Владимировна<sup>1</sup>****Царькова Ольга Александровна<sup>2</sup>**<sup>1,2</sup> Самарский государственный социально-педагогический университет**EN****Karaulshchikova Yuliya Vladimirovna<sup>1</sup>****Tsarkova Olga Alexandrovna<sup>2</sup>**<sup>1,2</sup> Samara State University of Social Sciences and Education<sup>1</sup> [karaulshchikova@sgspu.ru](mailto:karaulshchikova@sgspu.ru), <sup>2</sup> [tyurina@sgspu.ru](mailto:tyurina@sgspu.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 21.02.2024; опубликовано online (published online): 27.03.2024.

**Ключевые слова (keywords):** вербальный имидж; целевые установки; субъект высказывания; языковые средства; verbal image; targets; subject of proposition; linguistic means.