

РАЗДЕЛ 1. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯАникин Е. Е.
Париж, Франция**СПОРТИВНАЯ МЕТАФОРА
КАК СРЕДСТВО КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ
ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ США 2008 ГОДА
ВО ФРАНЦУЗСКИХ СМИ**

УДК 81'373.612.2

ГСНТИ 16.21.27, 16.41.21

Код ВАК 10.02.05

Аннотация. Настоящая статья посвящена когнитивному анализу спортивной концептуальной метафоры, использованной французскими СМИ с целью концептуализации хода и результатов президентских выборов 2008 года в США. В результате проведенного анализа автор приходит к выводу, что особенности использования спортивной метафоры демонстрируют склонность французских СМИ отдавать предпочтение Б. Обаме над Дж. Маккейном и, таким образом, оценивать факт его избрания президентом положительно.

Ключевые слова: концептуальная метафора, метафорическая модель, фрейм, слот, концептуализация образа.

Сведения об авторе: Аникин Евгений Евгеньевич, кандидат филологических наук, докторант.

Место работы: Университет Париж–13.

Контактная информация: 7, rue de l'Ermitage, la Chapelle-en-Serval, 60520, France.

E-mail: ewganik_chel@mail.ru

Anikin E. E.
Paris, France**SPORTS METAPHOR
AS A MEANS OF CONCEPTUALIZING
THE 2008 US PRESIDENTIAL ELECTION
IN THE FRENCH MEDIA**

Abstract. The paper is dedicated to the cognitive study of sports conceptual metaphor, used by the French media in order to conceptualize the course and the results of the 2008 US Presidential election. In the course of analysis, the author comes to the conclusion, that the peculiarities of use of the sports metaphor demonstrate the French media's penchant towards favoring B. Obama over J. McCain, and thus his election is conceptualized as a positive development.

Key words: conceptual metaphor, metaphoric model, frame, slot, conceptualization of the image.

About the author: Anikin Evgeny Evgenievich, candidate of philology, doctoral student.

Place of employment: Université Paris–13.

Place of employment: Université Paris–13.

Президентские выборы 2008 года в США были особыми во многих отношениях. Впервые в истории женщина и бывшая первая леди (Хиллари Клинтон) имела реальные шансы на победу. На течение кампании сильное влияние оказало развитие финансового кризиса, который многими оценивается как самый серьезный со времен Великой Депрессии, что означает, что ситуация оказалась новой для большинства избирателей. Кампания развивалась на фоне российской военной интервенции в Республику Грузия, являющуюся одним из основных союзников США на постсоветском пространстве. Многие на Западе расценили ситуацию как отступление США со своих позиций (поскольку США не вмешались, не считая громких протестов) и возврат советской угрозы. И, наконец, впервые в истории темнокожий кандидат (Барак Обама) был избран президентом США.

Учитывая все эти «новшества» и «давно забытые старые вещи», задача понимания (т.е. концептуализации) того, что происходило в течение кампании и к чему приведут результаты президентских выборов-2008, представляется весьма сложной как в США, так и во всем мире. Настоящее исследование посвящено анализу того, как указанные президентские выборы концептуализируются во французских печатных СМИ (Le Monde, La Liberation, Le Figaro) и – под их влиянием – французской публикой.

Концептуализация США как государства и отношений этого государства с Францией практически со дня создания США в конце XVIII века

стало проблемой, будоражащей умы французских мыслителей. Проблема привлекала внимание таких известных мыслителей, как А. де Токвилль и Стендаль в XIX веке, Р. Арон, А. Дандье, Ж.-П. Сартр в веке XX, и до сих остается в фокусе французских исследователей (Ф. Роже, П. Бодри, Э. Тодд). Новости об основных событиях внутренней и внешней политики США занимают почетное место на передовицах французских газет. Данный интерес можно объяснить, с одной стороны, тем фактом, что процесс концептуализации данной страны (которая – в соответствии со всеми законами природы – должна быть так похожа на Францию, но в реальности – и это кажется непостижимым – настолько отличается от нее) продолжается до сих пор и привлекает огромное внимание публики. С другой стороны, США являются бесспорным лидером практически во всех сферах (военной, финансовой, политической и т.д.) международной жизни, и поэтому другим странам и народам представляется исключительно важным понимание и концептуализация того, что конкретно происходит в США и как эти события повлияют на остальной мир.

Президентские выборы зачастую являются поворотным событием в жизни любой страны, но когда речь идет о США, мы полагаем, что, в значительной степени, о них можно говорить как о поворотном событии для всего земного шара и 6,7 миллиардов людей, населяющих его. Данные выборы – это исключительно важное событие для Грузии, поскольку никто не знает, поддержит ли новый президент США

кавказскую республику в ее споре с Россией за сепаратистские регионы Абхазии и Южной Осетии. Это исключительно важное событие для России, поскольку она не может быть уверена, окажет ли США поддержку Грузии в ее стремлении вступить в НАТО (возможно, вместе с Украиной, что стало бы тяжелейшим ударом по российскому самоуважению и национальной безопасности). Данное событие исключительно важно для латиноамериканских стран (Венесуэлы, Никарагуа, Эквадора и многих других), которые надеются на нормализацию отношений с США.

Франция – не исключение. Останутся ли в силе договоренности ВТО об исключительности культурной продукции в международной торговле, или же французская культура будет поглощена голливудской киноиндустрией? Будет ли американский президент достаточно деликатен и мудр для того, чтобы не подтолкнуть мир к третьей мировой войне? Будет ли новый американский президент вести равноправный диалог с французскими и другими европейскими лидерами? Вот далеко не полный список вопросов, на которые Франция хотела бы получить ответы, поскольку все эти вещи окажут влияние на жизнь ее граждан в течение как минимум четырех или восьми последующих лет.

Настоящее исследование посвящено тем способам, посредством которых французские СМИ пытаются интерпретировать (т.е. концептуализировать) то, что происходило во время американских выборов и сразу после их завершения, в частности, посредством спортивной концептуальной метафоры.

Спортивная концептуальная метафора в политическом дискурсе широко распространена, и поэтому привлекает внимание как отечественных, так и зарубежных ученых. Исследование Д.А. Хербек посвящено изучению спортивной метафоры как средства концептуализации операции «Буря в пустыне» в американских СМИ [Herbeck 2004]. В исследовании А.В. Касловой [2003] приводится сопоставительный анализ спортивной метафоры как средства концептуализации российских и американских президентских выборов 2000 г. Исследование Т.И. Литвиновой посвящено «спортивным» и «игровым» метафорам в немецком политическом дискурсе [Литвинова 2008].

Популярность спортивных метафор как средства концептуализации политических событий может быть объяснена несколькими причинами. С одной стороны, спорт и политика могут быть охарактеризованы такими общими чертами, как жесткое противоборство, конфронтационный характер и огромное желание победить. Как отмечает А. Каслова, «точка соприкосновения политического дискурса со спортивно-игровым – элемент агональности, состязательности, который проявляется как непрекращающийся диалог-поединок между пар-

тией власти и оппозицией» [Каслова 2003: 101]. Данная особенность приобретает особое значение при описании такого важного события политической жизни, как выборы: «состязательная сущность как выборов, так и профессионального спорта представляется достаточной основой для метафоризации выборов через спорт» (“... the competitive nature of both elections and professional sport seems a sufficient basis for metaphorisation of elections through sport” (перевод – автора)). [Fetzer, Lauerbach 2007: 87].

Кроме того, концептуальная метафора представляет собой мощный инструмент убеждения, и, вследствие того, что политическая коммуникация является по своей природе увещательной формой коммуникации, спортивная метафора становится средством политической пропаганды с возможностью воздействия на способ восприятия политических событий, политиков и их действий аудиторией.

Еще одним важным фактором является желание СМИ и политиков превратить выборы в захватывающее зрелище, заразить публику энтузиазмом. Достижение данной цели помогает СМИ реализовать свою продукцию (газеты, телепередачи и т.д.), а политическим элитам – убедить людей в том, что они играют важную роль в управлении своей страной. Театральность (т.е. зрелищность) политической коммуникации отмечается многими учеными (А.А. Касловой, А.П. Чудиновым, Е.И. Шейгал и др.). По этому поводу Д.А. Хербек замечает: «Смешивая политику и спорт, данные метафоры превращают политические события в увлекательное зрелище. И хотя это и дает прекрасный материал, подобная метафоризация подрывает участие широкой публики, не способствует политическим дебатам по существу и укрепляет существующий политический режим» (“By blending politics and sports, these metaphors transform political events into entertainment spectacles. While this makes for good copy, it undermines public participation, discourages substantive discussion of the issues, and reinforces the existing political order” (перевод – автора)). [Herbeck <http://>].

Анализ спортивной концептуальной метафоры в публикациях французской прессы (Le Monde, La Liberation, Le Figaro), посвященных президентским выборам 2008 г. в США, позволил нам выявить следующие фреймы, ведущие к реализации спортивной модели:

Фрейм 1. Игра/Соревнование;

Фрейм 2. Спортсмены;

Фрейм 3. Результаты соревнований.

Перейдем к подробному анализу каждого фрейма, ведущего к реализации спортивной метафоры в публикациях французской прессы, ставящих целью концептуализацию президентских выборов США 2008 г.

Фрейм 1. Игра / Соревнование

Президентские выборы США 2008 г. концептуализируются как спортивная игра или соревнование. К реализации фрейма ведут два слота:

- Слот 1. Проведение соревнований / игры;
- Слот 2. Спортивный инвентарь / атрибуты.

Слот 1. Проведение соревнований / игры. Американская политическая жизнь в общем и выборы в частности концептуализируются как игра:

Le renouvellement du Sénat (100 membres, 2 par Etat, élus pour six ans au scrutin majoritaire uninominal à un tour) se fait par tiers tous les deux ans. Cette année, 35 sièges sont en jeu. (LE MONDE, le 04 Novembre 2008).

La base démocrate a joué le jeu, au point que la carte du vote Obama recouvre celle des fiefs traditionnels du Parti démocrate, notamment le Nord-Est des blue collars blancs. Les Républicains n'avaient nul intérêt à souligner qu'Obama était un Noir atypique. (LE FIGARO, le 10 novembre 2008).

Политикам необходимо играть хорошо, если они хотят добиться своих политических целей. Если у них это не получается, их ждет провал, как произошло с действующим президентом Дж. Бушем:

Obama affirme vouloir tout faire pour empêcher Téhéran de mener à bien son programme nucléaire, tout en proclamant sa volonté de discuter sans préalables avec les dirigeants de ce pays. Il a vivement critiqué la politique de George W. Bush consistant à jouer la confrontation à l'exclusion de la diplomatie. Il s'est dit prêt à rencontrer les «ennemis de l'Amérique», une position qui lui a été beaucoup reprochée. (LA LIBERATION, le 6 nov. 2008).

В отличие от Дж. Буша, Б. Обама играл хорошо, так как обладал всеми необходимыми качествами для победы в соревнованиях (коими являются выборы):

Du coup, les mots de changement, de réforme, de novation, d'audace et de créativité étaient passés à droite. Même si le terme n'a pas le même sens aux Etats-Unis, même si Barack Obama, un peu comme les Kennedy, est aussi un politicien éprouvé, centriste à beaucoup d'égards, dur dans la compétition et habile à la manœuvre, ces mots viennent de repasser à gauche. (LA LIBERATION, le 6 nov. 2008).

Слот 2. Спортивный инвентарь / атрибуты. Как продемонстрировало исследование А.А. Касловой, политическая жизнь США в американских СМИ зачастую концептуализируется как азартная игра, что, по мнению автора, может намекать на определенную бесчестность и даже противозаконность, свойственные американской политике [Каслова 2003: 105]. В этом вопросе представление выборов-2008 во французской прессе имеет определенную специфику: слот «азартные игры» как таковой не был обнаружен в ходе нашего исследования.

Тем не менее, некоторые атрибуты, характерные для азартных игр, все же могут быть отмечены:

Ce n'est pourtant pas une surprise tant la campagne d'Obama - conseillé par le cofondateur du réseau Facebook Chris Hughes, âgé de 25 ans - a joué la carte de l'interactivité avec des partisans qui se contactaient par SMS ou MSN, recueillaient des fonds en ligne ou se tenaient au courant de leurs activités quotidiennes via Twitter. (LE MONDE, le 19 nov. 2008)

Second atout majeur : il s'est opposé publiquement à la guerre en Irak en octobre 2002, alors qu'Hillary votait au Congrès pour autoriser l'invasion. Sa formidable victoire dans le premier Etat des primaires, l'Iowa, peuplé presque exclusivement de Blancs, lui assure le soutien massif des Noirs, qui jusqu'alors ne croyaient pas qu'il ait la moindre chance. (LA LIBERATION, le 6 nov. 2008)

Метафора *карты* в общем и *козырной карты* в частности, являющихся неотъемлемыми атрибутами множества азартных игр, могут нести в себе намек на негативные явления политической жизни США. С другой стороны, данные метафоры не слишком распространены во французском медиа-дискурсе, посвященном президентским выборам-2008. Можно заключить, что французские СМИ не склонны акцентировать внимание аудитории на неприятных вещах, сконцентрировавшись на приятных.

Другими метафорами, ведущими к реализации слота, являются метафоры «*спортивного зала*» («*salle du sport*») и «*спортивной майки*» («*maillot*»):

L'ambiance est particulièrement «joyeuse» dans le bureau de vote installé dans la First Church of God d'Inglewood – curieux mélange de lieu de prière et de salle de sport – note Corine Fuller, qui veille au bon déroulement de l'opération. (LE MONDE, le 5 nov. 2008)

Les journalistes pro-Berlusconi étaient prêts à adorer aussi bien McCain qu'Obama. Dès l'annonce des résultats partiels, qui donnaient McCain vainqueur dans l'Ohio, l'équipe Mediaset a endossé le maillot républicain. Puis, lorsqu'on a appris qu'Obama l'emportait en Virginie, tout le monde l'a enlevé. (LA LIBERATION, le 15 nov 2008)

Подводя итог анализу фрейма «Игра / Соревнование» необходимо отметить, что его прагматическое значение можно оценить скорее как нейтральное, не предоставляющее позитивных или же негативных характеристик американской политической системы в общем и президентских выборов 2008 г. в частности. Метафору игры / соревнования как средство концептуализации политических событий следует рассматривать как стершуюся, особенно когда конкретные виды игр или соревнований не упоминаются.

То же самое относится и к метафоре «*карты*» («*разыграть карту*», «*козырь*»). Данная метафора в принципе может нести в себе на-

мек на бесчестность выборов (т.к. карты обычно ассоциируются с азартными играми), что и было продемонстрировано в исследовании А.А. Касловой [2003]. Но так как в рассматриваемом нами случае азартные игры как таковые не упоминаются, а метафора «карты» широко распространена в политическом дискурсе и может считаться стершейся, мы можем заключить, что она не несет конкретного негативного или позитивного прагматического значения. При этом ни для кого не является секретом то, что Старая Европа (и Франция в том числе) была более лояльно настроена по отношению к Б. Обаме, нежели его конкуренту Дж. Маккейну. Не исключено – если бы Маккейн победил, метафоры азартных игр были бы более частотны в публикациях, предоставляющих комментарий к результатам выборов.

Фрейм 2. Спортсмены

Фрейм реализуется посредством следующих слотов:

- Слот 1. Соперники;
- Слот 2. Лидеры и аутсайдеры;
- Слот 3. Спортивные команды.

Слот 1. Соперники. Слот реализуется посредством следующих метафор: «соперница в стане демократов» («*rivale démocrate*») и «несчастливая соперница» («*rivale malheureuse*»), «противник в праймериз» («*adversaire dans les primaries*»):

Le plus spectaculaire aura bien sûr été celui de sa *rivale démocrate* Hillary Clinton aux Affaires étrangères. Celle-ci s'est rendue jeudi en visite dans son futur ministère - où elle doit encore être confirmée par un vote du Congrès en janvier. (LE FIGARO. Le 19 décembre 2008)

C'est sans ironie que Hillary Clinton, sa rivale malheureuse à l'investiture démocrate, accusa Obama d'«*élitisme*» ! Ce n'est en définitive que par sa femme qu'Obama se rattache à la communauté afro-américaine. Les réticences d'un Jesse Jackson – et d'autres – en début de campagne s'expliquent par ce background. (LE FIGARO, le 10 nov. 2008)

Hillary Clinton, son adversaire dans les primaires, fera tout pour dépeindre le sénateur noir en disciple de l'effrayant pasteur Jeremiah Wright, pour qui le 11 Septembre serait une «*punition divine*». (LA LIBERATION, 6 nov. 2008)

Прагматическое значение слота состоит в представлении кандидатов в Президенты как соперников, стремящихся к победе в соревнованиях, и таким образом слот эксплуатирует общие для спортивных соревнований и выборов черты, а именно жесткое соперничество, неуступчивость, страстное желание победить.

Слот 2. Лидеры и аутсайдеры. По вполне объяснимым причинам французская пресса уделяет значительно больше внимания победителю – избранному Президенту Б. Обаме – и его соратникам, или команде. Особое внимание

уделено бывшему вице-президенту Альберту Гору (потенциальному кандидату на должность специального представителя президента США по вопросам экологии), который представлен исключительно как «чемпион окружающей среды» («*champion de l'environnement*») или «чемпион в борьбе против глобального потепления» («*champion de la lutte contre le réchauffement climatique*»):

Conseillé par Al Gore, qui a participé à plusieurs de ses étapes de campagne, il s'est dit prêt à devenir un «*champion de l'environnement*» et à faire en sorte que le pays prenne l'initiative sur cette question dans le monde. (LA LIBERATION, le 6 nov. 2008)

Al Gore, ancien vice-président démocrate et champion de la lutte contre le réchauffement climatique, est pressenti pour être représentant spécial du président pour les questions écologiques. (LE FIGARO, le 7 nov 2008)

Тем не менее, даже в стане команды-победителя могут быть спортсмены, потерпевшие поражение в предыдущих турах соревнований:

Le sénateur du Massachusetts, 64 ans, malheureux «*loser*» du scrutin présidentiel de 2004 face à George W. Bush, a clairement fait savoir à Barack Obama qu'il aimerait être son prochain ministre des Affaires étrangères. (LA LIBERATION, le 6 nov. 2008)

Слот 3. Спортивные команды. В соответствии с традиционным пониманием спортивных состязаний, их участники – или игроки – должны быть объединены в команды (данная особенность касается исключительно командных видов спорта, а выборы, по мнению проанализированных французских СМИ, являются именно таким видом). Во французском медиадискурсе мы встречаем такие метафоры, как «команды двух кандидатов в Белый Дом» («*équipes des deux candidats à la Maison-Blanche*») или «команда кампании» («*l'équipe de campagne*»), для концептуализации выборов как командного вида спорта:

Entre les équipes des deux candidats à la Maison-Blanche, le républicain John McCain et le démocrate Barack Obama, les accusations pleuvent. Les premiers dénoncent une tentative démocrate de faire massivement enregistrer de faux électeurs. (LE MONDE, le 29 Octobre 2008)

Dans l'équipe présidentielle, Gibbs pourrait se voir attribuer le poste mais on cite également le nom de Dan Pfeiffer, qui était vice-directeur de la presse dans l'équipe de campagne. (LA LIBERATION, 6 nov. 2008)

Тем не менее, команды кампании являются не единственным видом команд в политике. После окончания выборов новоизбранному президенту необходимо собрать и – по ассоциативной связи – поставить игру другой команде – президентской (т.е. новой администра-

ции). Его успех в должности президента будет прежде всего оценен по скорости создания этой команды, а также по степени мудрости и деликатности, которую он проявит при решении данной задачи:

Le nouveau Président a soixante-dix-sept jours pour présenter ses ministres et collaborateurs, mais il sait qu'avec la crise économique pressante et deux guerres au bout du monde il doit rapidement former son cabinet. Il devra notamment définir très vite son équipe en charge de la Sécurité nationale ainsi que les responsables économiques. (LA LIBERATION, le 6 nov. 2008)

Et au nom d'un nouveau consensus, d'accueillir dans son équipe des républicains modérés, comme le sénateur Richard Lugar, spécialiste de politique étrangère ou de garder au Pentagone le secrétaire actuel, le très respecté Robert Gates. (LA LIBERATION, le 6 nov. 2008)

Прагматическая функция фрейма «Спортсмены» состоит в представлении Обамы как выдающегося спортсмена, выигравшего в состязании выборов, разбившего могущественных противников (как, например, Хиллари Клинтон в праймериз) и чья команда кампании объединяла поистине незаурядных деятелей (как, например, чемпион в борьбе за окружающую среду, бывший вице-президент Альберт Гор). Тем не менее, первым шагом Б. Обамы на посту президента только еще предстоит дать оценку, которая во многом будет зависеть от того, насколько быстро и мудро он сможет создать еще одну команду – президентскую – и от того, как хорошо он сможет «натренировать» ее.

Фрейм 3. Результаты соревнований

Фрейм реализуется посредством следующих слотов:

Слот 1. Промежуточные результаты;

Слот 2. Победа;

Слот 3. Поражение;

Слот 4. Результаты в долгосрочной перспективе.

Слот 1. Промежуточные результаты. Поскольку выборы являются соревнованием, необходимо вести счет для того, чтобы определить, кто выигрывает, а кто проигрывает, и, возможно, попытаться предсказать вероятный результат или поставить на кого-нибудь из соперников:

Selon les derniers sondages nationaux, Barack Obama possède quelques points d'avance sur John McCain. Mais le scrutin se joue en nombre de grands électeurs, proportionnel à la population de chaque Etat. (LA LIBERATION, le 2 Novembre 2008)

Une série de sondages Reuters/Zogby diffusés mardi indiquent que Barack Obama déavance son rival John McCain dans cinq Etats-clés sur huit étudiés. (LE MONDE avec AFP, le 04 Novembre 2008)

Прагматическое значение слота, скорее, следует расценить как нейтральное, состоящее в констатации положения дел в президентской гонке для французской аудитории.

Слот 2. Победа. Слот реализуется за счет следующих метафорических выражений: «одержать победу за явным преимуществом» («*remporter une large victoire*»), «праздновать победу» («*fêter la victoire*»), «одержать ошеломляющую победу» («*prendre acte de l'écrasante victoire*»):

Barack Obama élu président : "C'est votre victoire". Le candidat démocrate a été élu président des Etats-Unis. Il remporte une large victoire face à John McCain. Moins d'une heure plus tard, il était sur la scène du Grant Park de Chicago, pour fêter sa victoire et assurer aux Américains que "le changement est arrivé". (LE MONDE avec AFP et Reuters, le 5 Novembre 2008)

Barack Obama a pris acte de l'écrasante victoire que lui ont offerte les millions d'Américains qui ont voté en faveur du « changement » que le candidat démocrate leur a promis durant la campagne. (LE MONDE, le 6 Novembre 2008)

Победа Б. Обамы в президентской гонке представляется как выдающееся достижение, поскольку ему удалось смять своих противников («*Barack Obama a pris acte de l'écrasante victoire*») и «победить за явным преимуществом / с разгромным счетом» («*il remporte une large victoire face à John McCain*»).

Слот 3. Поражение. Слот реализуется посредством следующих лексических единиц и выражений: «историческое поражение» («*défaite historique*»), «поражение / провал» («*échec*»), «быть разбитым» («*être battu*»):

Le républicain John McCain a reconnu, mardi 4 novembre, sa défaite face à son adversaire démocrate Barack Obama et l'a félicité pour sa victoire à l'élection présidentielle américaine, promettant de tout faire pour l'aider. "Nous nous sommes battus aussi dur que possible. Et bien que nous ayons échoué, cet échec c'est le mien, pas le vôtre", a déclaré le candidat à ses partisans rassemblés à Phoenix, capitale de son fief de l'Arizona. (LE MONDE avec AFP, le 5 Novembre 2008)

Défaite historique des républicains dans l'Ohio. (LE MONDE, le 6 Novembre 2008)

Французская пресса не скупится на эпитеты при описании поражения Республиканцев («*Nous nous sommes battus aussi dur que possible*», «*Défaite historique*») и, как кажется, испытывает чувство глубокого удовлетворения по этому поводу.

Слот 4. Результаты в долгосрочной перспективе. Американские президентские выборы 2008 г. представляют собой лишь этап в истории американского политического соперничества и политических игр. Если посмотреть на

всю историю американских президентских выборов как на продолжительный турнир, или чемпионат, то победа темнокожего кандидата может быть расценена как реванш («*revanche*») за унижение в предыдущих раундах борьбы за равные права и возможности:

Les innombrables commentateurs de la victoire d'Obama ont, sans crainte de saturer auditeurs et lecteurs, ressassé l'antienne que celle-ci était la grande revanche des Afro-Américains si longtemps humiliés. (LE FIGARO, le 10 Novembre 2008)

Победа Б. Обамы представляется выдающейся еще и потому, что он сумел побить несколько рекордов в плане мобилизации социальных классов, а также по скорости формирования президентской команды (администрации):

Un mois et demi après son élection, le futur président américain a achevé vendredi la première phase de la transition. Avec l'annonce des deux dernières nominations à son gouvernement, il a respecté son engagement d'aller vite, réussissant à boucler ce processus en un temps record, depuis trente-deux ans. Et sans fausse note, si l'on excepte le scandale du gouverneur de l'Illinois. (LE FIGARO, le 19 décembre 2008)

L'histoire d'Obama c'est une montée en puissance d'exploits : battre la machine Clinton, réinventer la période de transition, s'emparer des nouvelles technologies, exploser les records de levée de fonds, s'emparer d'Etats républicains, rassembler les électeurs marginaux... (LE FIGARO, le 17 décembre 2008)

Анализ слотов, ведущих к реализации фрейма «Результаты соревнований» подталкивает нас сделать вывод о том, что рассматриваемый фрейм предоставляет позитивную характеристику Б. Обамы и его победы. Так, его победа представляется выдающейся во многих отношениях, реваншем претендента (темнокожего населения США), никогда ранее не имевшего реальных шансов на победу, а реванш всегда подогревает интерес публики и, как следствие, обычно оценивается ею положительно. Сам же Б. Обама представляется рекордсменом и выдающимся лидером. Французская пресса, как кажется, получает чувство глубокого удовлетворения от поражения республиканцев, поскольку характеристика провала их кандидата – Дж. МакКейна – сопровождается рядом сильных эпитетов.

Подводя итог нашему исследованию, хотелось бы отметить, что спортивная метафорика скорее служит цели создания позитивного образа американских президентских выборов 2008 г. и их победителя Б. Обамы. Фрейм 1, по нашему мнению, не несет ярко выраженного позитивного или негативного прагматического значения, тогда как Фрейм 2 и Фрейм 3 в большинстве слотов проецируют положительный

образ победителя выборов, его команды и, как следствие, самих выборов. При этом, как отмечает Ж. Ваисс, «то сильное предпочтение, которое европейцы отдают Б. Обаме, в определенной степени основано на иллюзии» («*Cette forte préférence des Européens pour Barack Obama repose en partie sur une illusion*» (перевод – автора)). Именно поэтому представляется чрезвычайно интересным проследить то, каким образом с течением времени эволюционирует использование спортивной метафоры для концептуализации образа 44-го избранного президента США Б. Обамы.

ЛИТЕРАТУРА

Будаев Э. В. Метафорическое моделирование постсоветской действительности в российском и британском политическом дискурсе: Дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2006.

Каслова А. А. Метафорическое моделирование президентских выборов в России и США: Дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2003.

Литвинова Т. И. Спортивная и игровая метафора в немецком политическом дискурсе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2008.

Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000): монография / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2001.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: монография. – Москва; Волгоград: «Перемена», 2000.

Ash, T. G. Anti-Europeanism in America // The New York Review of Books. – February 13, 2003.

Fetzer, A., Lauerbach, G.E. Political discourse in the media: cross-cultural perspectives. – Amsterdam; Philadelphia: J. Benjamins Pub. Co., 2007.

Herbeck, D. A. Sports Metaphors and Public Policy: The Football Theme in Desert Storm Discourse // Metaphorical World Politics. / ed. F. Beer. – East Lansing, MI: Michigan State University Press, 2004.

Herbeck, D. A. Punchless Debating. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://www.bc.edu/bc_org/rvp/pubaf/chronicle/v11/n14/herbeck.html.

Kagan, R. Paradise and power: America and Europe in the New World Order. – London: Atlantic Books; [New York]: Alfred A. Knopf, 2003.

Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live by. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 237 p.

Minsky, M. A framework for Representing Knowledge // The Psychology of Computer Vision. / ed. by P.M Winston. – McGraw Hill, New York, 1975.

Morisson, D. The Death of the French culture // The Time Magazine. – December 4, 2007.

Rifkin, J. Le choc des deux rêves // Le Monde. – le 20 novembre 2004.

Roger, P. L'Ennemi américain. Généalogie de l'antiaméricanisme français. – Paris: Seuil, 2002.

Vaïsse, J. L'Europe au miroir de Barack Obama // Questions d'Europe, n°118. – le 3 novembre 2008.

© Аникин Е. Е., 2009