

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 811.111'42:808.54

ББК Ш143.21-51+Ш143.21-55


DOI 10.26170/1999-2629_2021_06_05

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.04 (5.9.6)

Н. С. Данкова

Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2485-8047> 

 E-mail: n.s.dankova@mail.ru.

Речь Д. Байдена: стратегии и тактики создания положительного имиджа

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена изучению прагматических средств, используемых для создания положительного имиджа в речи президента Америки Д. Байдена. Автор ставит перед собой цель изучить имидж действующего президента Америки, формируемый на его официальной странице в социальной сети «Twitter». Данная цель достигается посредством выявления основных стратегий и тактик, а также языковых средств их реализации. Методологическую основу исследования образует критический дискурс-анализ. Актуальность работы обусловлена конструктивистским подходом к языку: языковые средства, используемые в речи американского лидера, рассматриваются как дискурсивный инструмент, направленный на формирование общественного мнения. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о средствах конструирования положительного имиджа политического лидера. В ходе анализа выявлены такие стратегии, как самопрезентация, прогнозирование, эмоционализация. В рамках выделенных стратегий обозначены актуализирующие их тактики. Для стратегии самопрезентации характерны следующие тактики: эксплицитная положительная оценка, имплицитная положительная оценка, солидаризация с народом, признание собственной ответственности. Стратегия прогнозирования реализуется тактиками обещания и моделирования положительного сценария. Стратегия эмоционализации актуализируется такими тактиками, как апелляция к эмоциям, сочувствие. Сделан вывод о том, что президент Д. Байден позиционирует себя как уверенный в собственном успехе политик, возродивший Америку и посвятивший жизнь служению людям, лидер, призванный спасти нацию, облегчить страдания народа и привести страну к светлому будущему. Выявлены также личные качества действующего лидера США, такие как любовь к ближнему, патриотизм, преданность семье, способность к сопереживанию.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая риторика; политические деятели; политические речи; политические тексты; языковая личность; персонология; языковые средства; американские президенты; коммуникативное воздействие; политическая коммуникация; политический дискурс; коммуникативные стратегии; коммуникативные тактики; политический имидж; формирование общественного мнения; общественное мнение; стратегия самопрезентации; стратегия прогнозирования; стратегия эмоционализации.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Данкова Наталья Станиславовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Английский язык», Пензенский государственный университет; 440026, Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40; e-mail: n.s.dankova@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Данкова, Н. С. Речь Д. Байдена: стратегии и тактики создания положительного имиджа / Н. С. Данкова // Политическая лингвистика. — 2021. — № 6 (90). — С. 46–53. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_06_05.

1. ВВЕДЕНИЕ

Политический дискурс привлекает внимание лингвистов с точки зрения его прагматической направленности. Отмечается, что основной целью политической коммуникации является борьба за власть [Кожемякин 2015; Мишуткина 2019]. Достижение этой цели осуществляется через язык, речь, дискурс [Дементьев 2010]. В рамках исследования дискурса как инструмента власти созданы работы Т. В. Дубровской, Е. И. Шейгал, Т. А. ван Дейка [Дубровская 2017; Шейгал 2004; van Dijk 2006] и других.

Разновидностью политического дискурса выступает президентский дискурс, который является **объектом** настоящего исследования. Лингвисты сходятся во мнении, что речь

представителей власти оказывает непосредственное влияние на их авторитет и имидж [Паршина 2004]. Исследователи указывают на манипулятивный потенциал политического дискурса, что проявляется в его способности эффективно воздействовать на социальное сознание [Сур 2014]. Одним из способов воздействия является выбор нужной коммуникативной стратегии, позволяющей достичь желаемой цели. Стратегия реализуется набором тактик, которые представляют собой конкретные этапы реализации коммуникативной стратегии [Паршина 2005]. Категории стратегии и тактики широко используются в современных исследованиях [Гальчук 2021].

Полагаем, что речь действующего президента США Д. Байдена характеризуется

© Данкова Н. С., 2021

определенным набором стратегий и тактик, которые являются **предметом** настоящего исследования.

Актуальность исследования обусловлена тем, что оно соответствует общей направленности современного языкознания на изучение прагматического аспекта речи. Актуальность исследования с точки зрения социологического фактора определяется конструктивистским подходом к языку. Президентский дискурс представляет собой один из способов актуализации власти и контроля в обществе.

Мы ставим перед собой **цель** изучить имидж действующего президента Америки Д. Байдена, формируемый на его официальной странице в социальной сети «Twitter». Данная цель достигается посредством выявления основных стратегий и тактик президентского дискурса, а также языковых средств их реализации.

Методологическую основу исследования образует критический дискурс-анализ, устанавливающий связь между языком и социальной действительностью [Bloog, Bloog 2007]. Языковые средства, используемые в речи американского лидера, рассматриваются как дискурсивный инструментарий, направленный на формирование общественного мнения.

Материалом для анализа послужили посты на странице Д. Байдена в социальной сети «Twitter» (<https://twitter.com/joe Biden>). Материал отбирался методом сплошной выборки в период с декабря 2020 г. по май 2021 г.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ИЗУЧЕНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИКА

Имидж представляет собой целенаправленно формируемый образ политического лидера [Боброва 2020]. В настоящей работе мы используем понятия «образ» и «имидж» как синонимы. Отмечается, что имидж выступает своего рода посредником между политиком и массой. Президентский дискурс рассматривается исследователями как вербальная форма проявления власти [Хисматуллина и др. 2019].

Анализ литературы выявил два способа формирования образа политика: образ, создаваемый совокупностью репрезентаций политического лидера, циркулирующих в публичном информационном пространстве [Забродкина, Пасынкова 2016: 43], и образ, целенаправленно создаваемый самим политическим деятелем. Исследованию образа как совокупности репрезентаций политических деятелей посвящены работы Е. Г. Бобровой, Ю. А. Горностаевой, Е. Д. Заброд-

киной, В. В. Пасынковой, С. В. Филипповой и др. [Боброва 2020; Горностаева 2020; Забродкина, Пасынкова 2016; Филиппова 2017]. В этой связи анализируются лексические средства языка [Горностаева 2020], метафорические модели [Зими́на, Ополовникова 2018], универсально-прецедентные феномены [Кушнерук 2010], синтаксические конструкции [Филиппова 2017] и др. Рассматривая синтаксические средства формирования образа политического деятеля, исследователи отмечают использование манипулятивных технологий в заголовках газет [Шуйская и др. 2021].

Работы, исследующие образ, создаваемый самим политическим деятелем, нацелены на изучение прагматического аспекта политического дискурса. Указывая на то, что президентский дискурс изучается в рамках политического дискурса, исследователи отмечают, что отличающая первый от политического дискурса черта заключается в том, что данный жанр сильно подвержен влиянию языковой личности президента [Хисматуллина и др. 2019].

Особой популярностью пользуется изучение жанра инаугурационного обращения президента. Так, рассмотрены вербальные средства формирования образов российских политических лидеров Б. Н. Ельцина, В. В. Путина, Д. А. Медведева, в результате чего сделан вывод о типовом образе автора инаугурационного дискурса [Ким, Беляева 2019]. Установлено, что типовым образом автора является политический лидер, который главной своей целью видит работу на благо страны и улучшение условий жизни общества [Там же]. Исследованы сравнительные характеристики инаугурационных речей президентов России В. Путина (2018 г.) и Америки Д. Трампа (2017 г.) [Хисматуллина и др. 2019]. Отмечается, что оба президента стремятся к созданию образа «народного» президента, нацеленного на служение народу во имя его процветания [Там же]. Изучена стратегия самопрезентации в предвыборном дискурсе методом корпусного анализа [Куралева, Кондрашова 2018].

Отмечена особая роль интернета в формировании образов политических деятелей. «Социальные сети становятся средством формирования имиджа политика и конструирования политической и медийной повестки дня», — пишет Т. В. Харламова [Харламова 2018: 402]. Интернет-коммуникация представляет собой новую платформу для самовыражения, а социальная сеть «Twitter» считается одной из наиболее востребованных форм общения в интернете [Сычева, Плотникова 2018]. Как представляется,

данная социальная сеть обладает огромным потенциалом для придания положительного имиджа действующему лидеру США.

3. СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ СОЗДАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА

Анализ языкового материала позволил выделить коммуникативные стратегии, способствующие созданию положительного имиджа Д. Байдена, такие как самопрезентация, прогнозирование, эмоционализация. Выделенные стратегии реализуются посредством набора тактик. Рассмотрим выделенные нами стратегии и их актуализацию в речи более подробно.

3.1. Стратегия самопрезентации

Вслед за ведущими исследователями под самопрезентацией будем понимать «самоподачу» оратора, нацеленную на формирование определенного впечатления о нем самом и его целях [Паршина 2005: 8].

Данная стратегия актуализируется прежде всего **тактикой эксплицитной положительной оценки** своей работы, которая реализуется лексикой с положительной семантикой, что демонстрирует следующий пример:

*Two weeks ago, I directed all states, tribes, and territories to make all adult Americans eligible for the vaccine no later than May 1 — and we're already **making progress** / Две недели назад я дал указание всем штатам, племенам и территориям сделать так, чтобы все взрослые американцы имели право на вакцинацию в срок не позднее 1 мая — и мы уже **делаем успехи**.*

Положительная оценка достигается также использованием эмоционально окрашенной оценочной лексики, выражающей признание собственного успеха (*proud* / с гордостью):

*I'm **proud to say** we're over halfway to our goal and weeks ahead of schedule / Я с **гордостью** могу сказать, что мы прошли более половины пути к нашей цели и опережаем график на несколько недель.*

Кроме того, положительная оценка своей работы достигается использованием числительных. Так, в следующем примере сравнение статистических данных демонстрирует масштаб проделанной работы по разработке вакцины от коронавируса и вакцинации населения:

*Just three weeks ago, the weekly delivery was **8.6 million doses**. Today, we announced that we're increasing the weekly vaccine doses going to states, tribes, and territories to **11 million** / Всего три недели назад еженедельные поставки составляли **8,6 миллиона доз**. Сегодня мы объявили, что увеличиваем ежене-*

*дельные дозы вакцины для штатов, племен и территорий до **11 миллионов**.*

Тактика эксплицитной положительной оценки актуализируется также грамматическими средствами языка. Использование видовременной формы Present Perfect позволяет сделать акцент на результатах проделанной работы:

*We've **doubled** daily vaccinations, **secured** enough doses for every American, and **opened** hundreds of sites across the country / Мы **удвоили** количество ежедневных прививок, **обеспечили** достаточное количество доз для каждого американца и **открыли** сотни прививочных пунктов по всей стране.*

Помимо эксплицитной оценки, Д. Байден использует также **тактику имплицитной положительной оценки**. Так, следующий пост характеризуется лаконичностью, однако, как представляется, посылом данной имплицитной является то, что именно благодаря Д. Байдену приоритетным политическим направлением для страны становится дипломатия, а сама страна представлена как возрожденная, что также является результатом заслуги действующего лидера страны:

America is back. Diplomacy is back / Америка возродилась. Дипломатия возродилась.

Д. Байден позиционирует себя «народным» президентом посредством **тактики солидаризации**. Для данной тактики характерно использование лексических единиц *people* / люди, *together* / вместе, *democracy* / демократия, *unity* / единство и инклюзивных местоимений *we* / мы, *our* / наш.

Президент неоднократно демонстрирует свою связь с простыми гражданами страны и подчеркивает то, что он трудится на благо народа:

*It's time to get back to a government of **the people, for the people, by the people** / Пришло время вернуться к правительству **народа, из народа, для народа**.*

Используя тактику солидаризации с народом, Д. Байден апеллирует к таким ценностям, как демократия и народное единство, что демонстрируют следующие примеры:

*The flame of **democracy** was lit in this nation a long time ago. And we now know that nothing <...>can extinguish that flame / Пламя **демократии** зажглось в этой стране давным-давно. И теперь мы знаем, что ничто <...> не может погасить это пламя.*

*With **unity**, we can do great things / В **единстве** мы можем делать великие дела.*

Упоминание о гражданах страны как о едином целом способствует дискурсивному конструированию народного единства и сплоченности нации.

Несмотря на солидаризацию с народом дискурс Д. Байдена содержит фрагменты, которые указывают на то, что президент стоит над народом, поскольку именно на него возложена ответственность за здоровье и финансовое благополучие граждан. Использование **тактики признания собственной ответственности** позволяет подчеркнуть непосредственное участие президента страны в дальнейшей судьбе граждан и нации в целом. Данная тактика актуализируется лексическими языковыми средствами. Так, в следующих примерах Д. Байден представлен как лидер, призванный облегчить жизнь граждан (*provide immediate relief* / *оказать немедленную помощь*), помочь людям (*helps folks* / *помогут людям*, *help is here* / *помощь рядом*), спасти нацию (*the American Rescue Plan* / *Американский План Спасения*):

Under the American Rescue Plan, the typical family of four is getting a \$5,600 check. That money helps folks keep a roof over their head and put food on the table. Help is here / В соответствии с Американским Планом Спасения, типичная семья из четырех человек получит чек на сумму 5600 долларов. Эти деньги помогут людям сохранить крышу над головой и поставить еду на стол. Помощь рядом.

Americans are hurting — it's why as president, I'll work to provide immediate relief and get our economy back on track / Американцы страдают — вот почему как президент я буду работать над тем, чтобы оказать немедленную помощь и вернуть нашу экономику в нормальное русло.

Стилистический прием противопоставления позволяет подчеркнуть, с одной стороны, страдания граждан, и с другой — необходимость незамедлительных действий по оказанию им помощи.

Следующий фрагмент демонстрирует высокое чувство ответственности президента за дальнейшее благополучие граждан страны. Д. Байден позиционирует себя как человек, который находится в долгу перед американскими гражданами, что достигается использованием лексической единицы со значением долга (*obligation* / *долг*), а также средствами выражения деонтической модальности (*cannot* / *не можем*, *must* / *должны*):

We not only have an economic imperative to act now, we have a moral obligation. In this pandemic, in America, we cannot let people go hungry. We cannot let people get evicted. We cannot watch nurses and educators lose their jobs. We must act / У нас есть не только экономическая необходимость действовать сейчас, но и моральный долг. В условиях этой пандемии в Америке мы не мо-

жем позволить людям голодать. Мы не можем допустить, чтобы люди остались без жилья. Мы не можем смотреть, как медсестры и преподаватели теряют работу. Мы должны действовать.

3.2. Стратегия прогнозирования

Стратегия прогнозирования используется для опережающей репрезентации действительности [Данкова 2018]. Как представляется, президент ставит перед собой задачу убедить граждан страны в том, что под его руководством страну ждет дальнейшее развитие и процветание. Для данной стратегии характерно обращение к **тактике обещания**, которая реализуется прежде всего использованием будущего времени. Так, следующие примеры демонстрируют уверенность американского лидера в том, что распространение инфекции будет остановлено и страна выйдет из кризиса:

We will get through this, together / Мы преодолеем это вместе.

That's how we'll beat this pandemic / Вот как мы победим эту пандемию.

С целью убедить читателя в том, что Америка благополучно справится с кризисом Д. Байден использует также лексические языковые средства, такие как *promise* / *обещаю*, *give you my word* / *даю вам слово*, *know* / *знаю*. Отметим, что лексическая единица *promise* / *обещаю* создает образ человека, верного своему слову, и интуитивно вызывает доверие к говорящему:

We will get through this, I promise you / Мы преодолеем это. Я обещаю вам.

Уверенность в следующем примере выражается посредством лексической единицы *know* / *знаю*, а также модального глагола *can* / *можем*:

I know times are tough, the challenges are daunting, but I know we can do this / Я знаю, что времена тяжелые, проблемы обескураживающие, но я знаю, что мы можем это сделать.

Тактика обещания позволяет президенту США создавать образ правителя, работающего на благо страны и ее граждан:

I give you my word: I will always level with you. I will defend the Constitution, our democracy, and America / Я даю вам слово: я всегда буду с вами на одном уровне. Я буду защищать Конституцию, нашу демократию и Америку.

Стратегия прогнозирования реализуется также **тактикой моделирования положительного сценария**, которая позволяет президенту США создавать образ лидера, ведущего страну к светлому будущему. Для данной тактики характерно использование лексики с положительной семантикой и лек-

сических единиц, содержащих сему света (*brighter* / *светлое*, *light* / *свет*), что показано в следующих примерах:

*In 2021, we're going to build a **brighter future** / В 2021 году мы построим **светлое будущее**.*

*Together, we shall write an American story of **hope**, not fear. Of **unity**, not division. Of **light**, not darkness / Вместе мы напомним американскую историю **надежды**, а не страха. **Единства**, а не разделения. **Света**, а не тьмы.*

Использование стилистического приема противопоставления подчеркивает роль действующего лидера в создании светлого будущего для граждан и страны в целом.

3.3. Стратегия эмоционализации

Стратегия эмоционализации реализуется средствами прямого указания на эмоции [Sowinska, Dubrovskaya 2012: 453]. Данная стратегия актуализируется **тактикой апелляции к чувствам**, для которой характерно использование эмоционально окрашенной лексики. Так, президент Д. Байден открыто выражает свои чувства к супруге, позиционируя себя как искренне любящего мужа, которому любовь к жене придает особый смысл жизни:

*The **love** of my life and the life of my love. Happy Valentine's Day, Jilly / **Любовь** всей моей жизни и жизнь моей любви. С Днем святого Валентина, Джилли.*

Кроме того, чувство гордости за свою семью, эксплицитно выраженное в следующем примере, позволяет создавать образ образцового семьянина и акцентировать важность семьи:

*Husband to @DrBiden, **proud father and grandfather** / Муж @DrBiden, **испытывающий гордость** отец и дед.*

Любовь к ближнему и к стране в целом выражена в следующем фрагменте посредством апелляции к чувству патриотизма (*patriotic duty* / *патриотический долг*) и конструирования национальной идентичности:

*Please wear a mask, keep social distancing, and limit the size of any groups. It's our **patriotic duty** as Americans / Пожалуйста, надевайте маску, соблюдайте социальную дистанцию и ограничьте размер любых групп. Это наш **патриотический долг** как американцев.*

Стратегия эмоционализации реализуется также использованием **тактики сочувствия**, актуализируемой лексикой с семантикой скорби (*numb the pain* / *заглушить боль*, *find some solace* / *найдете утешение*, *grieves* / *скорбит*). Выражая соболезнование семьям пострадавших, президент Америки

позиционирует себя как человек, чувствующий чужую боль и способный ее разделить:

*To those who have lost loved ones: I know no words can **numb the pain**, but I hope you **find some solace** in knowing the nation **grieves** with you / Тем, кто потерял близких: я знаю, что никакие слова не могут **заглушить боль**, но я надеюсь, что вы **найдете утешение**, зная, что нация **скорбит** вместе с вами.*

Как видим, использование стратегии эмоционализации способствует созданию образа человека, которому свойственны простые человеческие чувства и переживания.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, в ходе настоящего фрагмента исследования изучены коммуникативные стратегии, способствующие созданию положительного имиджа Д. Байдена, используемые в социальной сети «Twitter». Анализ языкового материала позволил выделить такие стратегии, как самопрезентация, прогнозирование, эмоционализация. Стратегия самопрезентации актуализируется следующими тактиками: эксплицитная положительная оценка, имплицитная положительная оценка, солидаризация с народом, признание собственной ответственности. Данная стратегия позволяет продемонстрировать профессиональные качества действующего лидера США, подчеркнуть результативность и плодотворность его работы. Используя стратегию самопрезентации, президент стремится, с одной стороны, к солидаризации с народом, дискурсивно конструируя народное единство, и, с другой стороны, к созданию образа спасателя, призванного облегчить страдания народа и спасти нацию. Стратегия прогнозирования реализуется такими тактиками, как обещание, моделирование положительного сценария. Использование данной стратегии позволяет убедить граждан в том, что под руководством Д. Байдена страну ждет дальнейшее развитие и процветание. Президент позиционирует себя как уверенный лидер, посвятивший себя служению народу, который приведет страну к светлому будущему. Стратегия эмоционализации актуализируется такими тактиками, как апелляция к эмоциям, сочувствие. Данная стратегия позволяет раскрыть личные качества действующего лидера США, такие как открытость, любовь к ближнему, патриотизм, преданность семье, способность к сопереживанию.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о средствах конструирования положительного имиджа политического лидера. Языковые средства, используемые на стра-


нице президента Америки в социальной сети «Twitter», рассматриваются как дискурсивный инструментарий, направленный на формирование общественного мнения.

ЛИТЕРАТУРА

- Боброва, Г. Е. Имидж Дональда Трампа в Der Spiegel / Г. Е. Боброва. — Текст : непосредственный // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». — 2020. — Т. 7. — № 2 (26). — С. 70—77. — DOI 10.24147/2312-1300.2020.7(2).70-77.
- Гальчук, Д. С. Стратегии и тактики речевого воздействия Д. Трампа (на материале постов об иммиграционном кризисе на южной границе США) / Д. С. Гальчук. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2021. — № 4 (88). — С. 29—34. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_04_03.
- Горностаева, Ю. А. Лексические средства дискурсивного конструирования образа В. Путина в испанских и американских СМИ в аспекте пандемии коронавируса / Ю. А. Горностаева. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2020. — Т. 13, выпуск 9. — С. 246—250.
- Данкова, Н. С. Дискурсивные стратегии репрезентации судебной власти в жанрах печатных СМИ : 10.02.19 : дис. ... канд. филол. наук / Данкова Н. С. — Саратов, 2018. — 209 с. — Текст : непосредственный.
- Дементьев, В. В. Русский новояз в свете теории коммуникативных ценностей / В. В. Дементьев. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2010. — № 4 (34) — С. 24—40.
- Дубровская, Т. В. Стратегии положительно-оценочной репрезентации российско-итальянских отношений в российском внешнеполитическом дискурсе (на материале сайта МИД РФ) / Т. В. Дубровская. — Текст : непосредственный // Научный диалог. — 2017. — № 10. — С. 26—40.
- Забродкина, Е. Д. «Трудно быть богом»: эволюция политических образов Владимира Путина / Е. Д. Забродкина, В. В. Пасынкова. — Текст : непосредственный // Управленческое консультирование. — 2016. — № 2 (86). — С. 43—50.
- Зимина, М. В. Метафорический портрет президента России в немецкоязычной прессе / М. В. Зимина, М. В. Ополовникова. — Текст : непосредственный // Вестник Костромского государственного университета. — 2018. — № 4. — С. 235—239.
- Ким, Л. Г. Образ автора и адресата в инаугурационном дискурсе / Л. Г. Ким, Е. С. Беляева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2019. — № 1 (73). — С. 72—80. — DOI 10.26170/pl19-01-08.
- Кожемякин, Е. А. Дискурс власти: философско-культурологическая интерпретация конструктов и эпистемических операций / Е. А. Кожемякин. — Текст : непосредственный // Дискурсы власти / под редакцией Н. А. Меркурьевой, А. В. Овсянникова, А. Г. Пастухова. — Орел : ООО «Горизонт», 2015. — С. 20—41.
- Куралева, Т. В. Самопрезентация в предвыборном дискурсе: корпусное исследование (на материале предвыборных речей Б. Сандерса и Х. Клинтон) / Т. В. Куралева, В. Н. Кондрашова. — Текст : непосредственный // Научный диалог. — 2018. — № 4. — С. 100—112. — DOI 10.24224/2227-1295-2018-4-100-112.
- Кушнерук, С. Л. Образ президента — визитная карточка России: текстовые миры прессы, адресованной зарубежным читателям / С. Л. Кушнерук. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2010. — № 3 (33). — С. 87—92.
- Мишуткина, И. И. Основные черты медийного образа Дональда Трампа (на материалах немецких СМИ) / И. И. Мишуткина. — Текст : непосредственный // Архивариус. — 2019. — № 9 (42). — С. 40—42.
- Паршина, О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Паршина О. Н. — Саратов, 2005. — 48 с. — Текст : непосредственный
- Паршина, О. Н. Степень риторической грамотности политика как один из факторов его авторитетности / О. Н. Паршина. — Текст : непосредственный // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. — Саратов : Изд-во Саратовского университета, 2004. — Выпуск 4. — С. 34—42.
- Сиротинина, О. Б. Авторитет власти и речь / О. Б. Сиротинина. — Текст : непосредственный // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. — Саратов : Изд-во Саратовского университета, 2004. — Выпуск 4. — С. 22—25.
- Сур, Е. И. Способы манипулятивного воздействия на адресата с целью создания положительного образа (на материале предвыборных кампаний кандидатов в президенты РФ 2012 года) / Е. И. Сур. — Текст : непосредственный // Вестник Балтийского федерального университета имени И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. — 2014. — № 2. — С. 150—161.
- Сычева, Е. И. Коммуникативно-прагматическая специфика моделей самопрезентации (на примере микроблога «Твиттер» Стивена Фрая) / Е. И. Сычева, А. М. Плотникова. — Текст : непосредственный // Научный диалог. — 2018. — № 12. — С. 166—178. — DOI 10.24224/2227-1295-2018-12-166-178.
- Филиппова, С. В. Языковая репрезентация Дональда Трампа в американских СМИ / С. В. Филиппова. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. — № 12-3 (78). — С. 182—185.
- Харламова, Т. В. Социальные сети как инструмент современной политической власти (на материале микроблога Д. Трампа в Твиттере) / Т. В. Харламова. — Текст : непосредственный // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. — 2018. — Т. 18, № 4. — С. 396—402.
- Хисматуллина, Л. Г. Инаугурационная речь как инструмент формирования речевого портрета президента / Л. Г. Хисматуллина, Д. Б. Гарифуллина, А. А. Гимадеева. — Текст : непосредственный // Гуманитарные и социальные науки. — 2019. — № 6. — С. 231—240. — DOI 10.23683/2070-1403-2019-77-6-231-240.
- Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — Москва : МТДГЗ «Гнозис», 2004. — 326 с. — Текст : непосредственный.
- Шуйская, Ю. В. Синтаксические средства формирования образа политического деятеля в заголовках ведущих американских газет / Ю. В. Шуйская, Р. Ю. Анисимов, Е. А. Дроздова. — Текст : непосредственный // Научный диалог. — 2021. — № 4. — С. 168—180. — DOI 10.24224/2227-1295-2021-4-168-180.
- Bloor, M. The Practice of Critical Discourse Analysis: An Introduction / M. Bloor, Th. Bloor. — London : Hodder Arnold, 2007. — 207 p. — Text : unmediated.
- Dijk, T. A. van. Politics, ideology and discourse / T. A. van Dijk. — Text : unmediated // Elsevier Encyclopedia of Language and Linguistics. Volume on Politics and Language / ed. by R. Wodak. — 2006. — P. 728—740.
- Sowińska, A. Discursive strategies in the media construction of Poland, Russia and the USA in the context of the debate on the US anti-ballistic missile defense shield in Polish and Russian quality papers / A. Sowińska, T. Dubrovskaya. — Text : unmediated // Exploring Language through Contrast / ed. by W. Skrzypczak, T. Fojt, S. Waciewicz. — Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing, 2012. — P. 268—287.

N. S. Dankova

Penza State University, Penza, Russia

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2485-8047> 

✉ E-mail: n.s.dankova@mail.ru.

J. Biden's Speech: Strategies and Tactics of Creating a Positive Image

ABSTRACT. The article is devoted to the study of pragmalinguistic means used to create a positive image in the speech of the President of the USA J. Biden. The author aims to study the image of the American President, formed on his official page on the social network "Twitter". This goal is achieved by revealing the basic strategies and tactics, as well as the language means of their realization. The study is based on the methodology of critical discourse analysis. The urgency of the work stems from the constructivist approach to the language: the language means used in the speech of the American leader are considered as discursive tools, aimed to form a public opinion. The analysis conducted allows the author to draw a conclusion about the means of constructing a positive image of a political leader. The analysis has revealed such strategies as self-presentation, prediction, and emotionalisation. Within the determined strategies, the study singles out the tactics actualizing them. The strategy of self-presentation is characterized by the following tactics: explicit positive assessment, implicit positive assessment, solidarisation with the people, and recognition of own responsibility. The strategy of prediction is implemented by the tactics of promising and modeling a positive scenario. The emotionalisation strategy is actualized by such tactics as appeal to emotions and sympathy. The author draws a conclusion that President Biden positions himself as a successful confident politician who has revived America and who has dedicated his life to serve people, as a leader called upon to rescue the nation, to relieve the suffering of the people and to bring the country to a brighter future. The analysis has also revealed the personal qualities of the current leader of the United States, such as love for his neighbor, patriotism, devotion to the family, and the ability to empathize.

KEYWORDS: political rhetoric; politicians; political speeches; political texts; linguistic personality; personology; language means; American presidents; communicative impact; political communication; political discourse; communicative strategies; communicative tactics; political image; formation of public opinion; public opinion; strategy of self-presentation; strategy of prediction; strategy of emotionalisation.

AUTHOR'S INFORMATION: Dankova Natal'ya Stanislavovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the English Language Department, Penza State University, Penza, Russia.

FOR CITATION: Dankova, N. S. J. Biden's Speech: Strategies and Tactics of Creating a Positive Image / N. S. Dankova // Political Linguistics. — 2021. — No 6 (90). — P. 46-53. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_06_05.

REFERENCES

1. Bobrova, G. E. The Image of Donald Trump in "Der Spiegel" / G. E. Bobrova. — Text : unmediated // Omsk University Bulletin. Series "Historical Sciences". — 2020. — Vol. 7. — № 2 (26). — P. 70–77. [Imidzh Donal'da Trampa v Der Spiegel / G. E. Bobrova. — Tekst : neposredstvennyj // Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Istoricheskie nauki». — 2020. — T. 7. — № 2 (26). — S. 70–77. — DOI 10.24147/2312-1300.2020.7(2). 70-77]. — (In Rus.)
2. Gal'chuk, D. S. Strategies and Tactics of Verbal Manipulation Employed by D. Trump (on the Topic of the US Immigration Crisis on the Southern Border) / D. S. Gal'chuk. — Text : unmediated // Political Linguistics. — 2021. — № 4 (88). — P. 29–34. [Strategii i taktiki rechevogo vozdejstviya D. Trampa (na materiale postov ob immigracionnom krizise na juzhnoj granice SShA) / D. S. Gal'chuk. — Tekst : neposredstvennyj // Politicheskaja lingvistika. — 2021. — № 4 (88). — S. 29-34. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_04_03]. — (In Rus.)
3. Gornostaeva, Y. A. Lexical Means of V. Putin's Discursive Image Development in the Spanish and American Mass Media in the Context of Coronavirus Pandemic / Y. A. Gornostaeva. — Text : unmediated // Philological Sciences. Theory and Practice. — 2020. — Vol. 13. Issue 9. — P. 246–250. [Leksicheskie sredstva diskursivnogo konstruirovaniya obraza V. Putina v ispanskij i amerikanskij SMI v aspekte pandemii koronavirusa / Ju. A. Gornostaeva. — Tekst : neposredstvennyj // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. — 2020. — T. 13. Vypusk 9. — S. 246–250]. — (In Rus.)
4. Dankova, N. S. Discursive Strategies for Representing the Judiciary in the Genres of Print Media: candidate thesis ... of Philol. Sciences / N. S. Dankova. — Saratov, 2018. — 209 p. — Text : unmediated [Diskursivnye strategii reprezentacii sudebnoj vlasti v zhanrah pechatnyh SMI: dis. ... kand. filol. nauk: / N. S. Dankova. — Saratov, 2018. — 209 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
5. Dementyev, V. V. Russian Newspeak in the Light of the Theory of Communicative Values (on the Basis of the Political Speech) / V. V. Dementyev. — Text : unmediated // Political Linguistics. — 2010. — № 4 (34) — P. 24–40. [Russkij novozovozrazhdenij v svete teorii kommunikativnyh cennostej / V. V. Dement'ev. — Tekst : neposredstvennyj // Politicheskaja lingvistika. — 2010. — № 4 (34) — S. 24–40]. — (In Rus.)
6. Dubrovskaya, T. V. Strategies of Positive Representation of Russian-Italian Relations in Russian Foreign Policy Discourse (Based on the Russian Foreign Ministry Website) / T. V. Dubrovskaya. — Text : unmediated // Scientific Dialogue. — 2017. — № 10. — P. 26–40. [Strategii polozhitel'no-ocenочноj reprezentacii Rossijsko-ital'janskij otnoshenij v rossijskom vneshnepoliticheskom diskurse (na materiale sajta MID RF) / T. V. Dubrovskaja. — Tekst : neposredstvennyj // Nauchnyj dialog. — 2017. — № 10. — S. 26–40]. — (In Rus.)
7. Zabrodina, E. D. "Hard to Be a God": The Evolution of Political Images of Vladimir Putin / E. D. Zabrodina, V. V. Pasynkova. — Text : unmediated // Management Consulting. — 2016. — No. 2 (86). — P. 43–50. [«Trudno byt' bogom»: jevoljucija politicheskij obrazov Vladimira Putina / E. D. Zabrodina, V. V. Pasynkova. — Tekst : neposredstvennyj // Upravlencheskoe konsultirovanie. — 2016. — № 2 (86). — S. 43–50]. — (In Rus.)
8. Zimina, M. V. Metaphorical Portrait of the President of Russia in the German Printed Media / M. V. Zimina, M. V. Opolovnikova. — Text : unmediated // Bulletin of the Kostroma State University. — 2018. — No. 4. — P. 235–239. [Metaforicheskiy portret prezidenta Rossii v nemeckojazychnoj presse / M. V. Zimina, M. V. Opolovnikova. — Tekst : neposredstvennyj // Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta. — 2018. — № 4. — S. 235–239]. — (In Rus.)
9. Kim, L. G. Inaugural Discourse Images: the Author and the Addressee / L. G. Kim, E. S. Belyaeva. — Text : unmediated // Political Linguistics. — 2019. — № 1 (73). — P. 72–80. [Obraz avtora i adresata v inauguracionnom diskurse / L. G. Kim, E. S. Belyaeva. — Tekst : neposredstvennyj // Politicheskaja lingvistika. — 2019. — № 1 (73). — S. 72–80. — DOI 10.26170/pl19-01-018]. — (In Rus.)

10. Kozhemyakin, E. A. Discourse of Power: Philosophical and Cultural Interpretation of Constructs and Epistemic Practices / E. A. Kozhemyakin. — Text : unmediated // *Discourses of Power* / edited by N. A. Merkuryeva, A. V. Ovsyannikov, A. G. Pastukhov. — Oryol : Horizon, 2015. — P. 20–41. [Diskurs vlasti: filosofsko-kul'turologicheskaja interpretacija konstruktov i jepistemicheskikh operacij / E. A. Kozhemyakin. — Tekst : neposredstvennyj // *Diskursy vlasti* / pod redakciej N. A. Merkur'evoj, A. V. Ovsjannikova, A. G. Pastuhova. — Orel : OOO «Gorizont», 2015. — S. 20–41]. — (In Rus.)
11. Kuraleva, T. V. Self-Presentation in Campaign Discourse: Corpus-Assisted Study (a Case of B. Sanders's and H. Clinton's Campaign Speeches) / T. V. Kuraleva, V. N. Kondrashova. — Text : unmediated // *Scientific Dialogue*. — 2018. — № 4. — P. 100–112. [Samoprezentacija v predvybornom diskurse: korpusnoe issledovanie (na materiale predvybornyh rechej B. Sandersa i H. Klinton) / T. V. Kuraleva, V. N. Kondrashova. — Tekst : neposredstvennyj // *Nauchnyj dialog*. — 2018. — № 4. — S. 100–112. — DOI 10.24224/2227-1295-2018-4-100-112]. — (In Rus.)
12. Kushneruk, S. L. The Image of the President as Russia's Visiting Card: Text Worlds Addressed to Foreign Readers / S. L. Kushneruk. — Text : unmediated // *Political Linguistics*. — 2010. — № 3 (33). — P. 87–92. [Obraz prezidenta — vizitnaja kartochka Rossii: Tekstovye miry pressy, adresovannoj zarubezhnyj chitateľjam / S. L. Kushneruk. — Tekst : neposredstvennyj // *Politicheskaja lingvistika*. — 2010. — № 3 (33). — S. 87–92]. — (In Rus.)
13. Mishutkina I. I. Main Features of the Media Image of Donald Trump (on Materials of the German Media) / I. I. Mishutkina. — Text : unmediated // *Archivist*. — 2019. — No. 9 (42). — P. 40–42. [Osnovnye cherty medijnogo obraza Donal'da Trampa (na materialah nemeckih SMI) / I. I. Mishutkina. — Tekst : neposredstvennyj // *Arhivarius*. — 2019. — № 9 (42). — S. 40–42]. — (In Rus.)
14. Parshina, O. N. Strategies and Tactics of Speech Behavior of the Modern Political Elite of Russia: doctoral thesis ... of Philol. Sciences / O. N. Parshina. — Saratov, 2005. — 48 p. — Text : unmediated. [Strategii i taktiki rechevogo povedeniya sovremennoj politicheskoy elity Rossii: avtoref. dis ... d-ra filol. nauk / O. N. Parshina— Saratov, 2005. — 48 s. — Tekst : neposredstvennyj]. — (In Rus.)
15. Parshina, O. N. The Degree of Rhetorical Literacy of a Politician as One of the Factors of his Authority / O. N. Parshina. — Text : unmediated // *Problems of Speech Communication : collected articles* / ed. by M. A. Kormilitsyna, O. B. Sirotinina. — Saratov : Saratov University Publishing House, 2004. — Issue 4. — P. 34–42. [O. N. Parshina. — Tekst : neposredstvennyj // *Problemy rechevoj kommunikacii: mezhvuz. sb. nauch. tr. / pod red. M. A. Kormilitsynoj, O. B. Sirotininoj*. — Saratov: Izd-vo Saratovskogo universiteta, 2004. — Vypusk 4. — S. 34–42]. — (In Rus.)
16. Sirotinina, O. B. Authority and Speech / O. B. Sirotinina. — Text : unmediated // *Problems of Speech Communication : collected articles* / ed. by M. A. Kormilitsyna, O. B. Sirotinina. — Saratov: Saratov University Publishing House, 2004. — Issue 4. — P. 22–25. [Avtoritet vlasti i rech' / O. B. Sirotinina. — Tekst : neposredstvennyj // *Problemy rechevoj kommunikacii: mezhvuz. sb. nauch. tr. / pod red. M. A. Kormilitsynoj, O. B. Sirotininoj*. — Saratov: Izd-vo Saratovskogo universiteta, 2004. — Vypusk 4. — S. 22–25]. — (In Rus.)
17. Sur, E. I. The Methods of Manipulative Influence on the Addressee Aimed at Creating a Positive Image: the Case of 2012 Presidential Election Campaign / E. I. Sur. — Text : unmediated // *Bulletin of the I. Kant Baltic Federal University. Series: Philology, Pedagogy, Psychology*. — 2014. — No. 2. — P. 150–161. [Sposoby manipulativnogo vozdejstvija na adresata s cel'ju sozdaniya polozhitel'nogo obraza (na materiale predvybornyh kampanij kandidatov v prezidenty RF 2012 goda) / E. I. Sur. — Tekst : neposredstvennyj // *Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta imeni I. Kanta. Serija: Filologija, pedagogika, psihologija*. — 2014. — № 2. — S. 150–161]. — (In Rus.)
18. Sychova, E. I. Communicative and Pragmatic Specificity of Self-Presentation Models (by Example of Stephen Fry's Microblog "Twitter") / E. I. Sychova, A. M. Plotnikova. — Text : unmediated // *Scientific Dialogue*. — 2018. — № 12. — P. 166–178. [Kommunikativno-pragmatischekaja specifika modelej samoprezentacii (na primere mikrobloga «Twitter» Stivena Fraja) / E. I. Sycheva, A. M. Plotnikova. — Tekst : neposredstvennyj // *Nauchnyj dialog*. — 2018. — № 12. — S. 166–178. — DOI 10.24224/2227-1295-2018-12-166-178]. — (In Rus.)
19. Filippova, S. V. Linguistic Representation of the Image of Donald Trump in the American Media. — Text : unmediated // *Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*. — 2017. — No. 12-3 (78). — P. 182–185. [Jazykovaja reprezentacija Donal'da Trampa v amerikanskih SMI / S. V. Filippova. — Tekst : neposredstvennyj // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. — 2017. — № 12-3 (78). — S. 182–185]. — (In Rus.)
20. Kharlamova, T. V. Social Media as a Tool of Modern Politics (the Case of D. Trump's Twitter) / T. V. Kharlamova. — Text : unmediated // *Bulletin of the Saratov University. New Series. Series: Philology. Journalism*. — 2018. — T. 18. No. 4. — P. 396–402. [Social'nye seti kak instrument sovremennoj politicheskoy vlasti (na materiale mikrobloga D. Trampa v Tvittere) / T. V. Harlamova. — Tekst : neposredstvennyj // *Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija. Serija: Filologija. Zhurnalistika*. — 2018. — T. 18. № 4. — S. 396–402]. — (In Rus.)
21. Khismatullina, L. G. Inaugural Speech as a Tool of Forming Speech Portrait of the President / L. G. Khismatullina, D. B. Gariphulina, A. A. Gimadeeva. — Text : unmediated // *Humanities and Social Sciences*. — 2019. — No. 6. — P. 231–240. [Inauguracionnaja rech' kak instrument formirovanija rechevogo portreta prezidenta / L. G. Hismatullina, D. B. Garifullina, A. A. Gimadeeva. — Tekst : neposredstvennyj // *Gumanitarnye i social'nye nauki*. — 2019. — № 6. — S. 231–240. — DOI: 10.23683/2070-1403-2019-77-6-231-240]. — (In Rus.)
22. Sheigal, E. I. Semiotics of Political Discourse / E. I. Sheigal. — Moscow : Gnosis, 2004. — 326 p. — Text : unmediated. — (In Rus.)
23. Shuyskaya, Y. V. Syntactic Means of Forming the Image of a Politician in Headlines of Leading American Newspapers / Y. V. Shuyskaya, R. Y. Anisimov, E. A. Drozdova. — Text : unmediated // *Scientific Dialogue*. — 2021. — № 4. — P. 168–180. [Sintaksicheskie sredstva formirovanija obraza politicheskogo dejatelja v zagolovkah vedushhih amerikanskih gazet / Ju. V. Shujskaja, R. Ju. Anisimov, E. A. Drozdova. — Tekst : neposredstvennyj // *Nauchnyj dialog*. — 2021. — № 4. — S. 168–180. — DOI 10.24224/2227-1295-2021-4-168-180]. — (In Rus.)
24. Bloor, M. The Practice of Critical Discourse Analysis: An Introduction / M. Bloor, Th. Bloor. — London : Hodder Arnold, 2007. — 207 p. — Text : unmediated.
25. Dijk, T. A. van. Politics, ideology and discourse / T. A. van Dijk. — Text : unmediated // *Elsevier Encyclopedia of Language and Linguistics. Volume on Politics and Language* / ed. by R. Wodak. — 2006. — P. 728–740.
26. Sowińska, A. Discursive strategies in the media construction of Poland, Russia and the USA in the context of the debate on the US anti-ballistic missile defense shield in Polish and Russian quality papers / A. Sowińska, T. Dubrovskaya. — Text : unmediated // *Exploring Language through Contrast* / ed. by W. Skrzypczak, T. Fojt, S. Waciewicz. — Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing, 2012. — P. 268–287.