

4. ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ, СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УДК 811.111

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЭММАНУЭЛЯ МАКРОНА ВО ФРАНЦУЗСКОМ ПРЕДВЫБОРНОМ МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Богоявленская Ю. В., Стремякова М. С.

*Департамент лингвистики
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет
им. Первого президента России Б. Н. Ельцина»,
Екатеринбург, Россия;
«Французский институт» при Посольстве Франции в России,
Санкт-Петербург, Россия
E-mail: jvbog@yandex.ru; mariyastremyakova@gmail.com*

Исследование показывает, что образ президента-кандидата концептуализируется в предвыборном массмедийном дискурсе с помощью метафор, относящихся к субсфере «Социум». Выявлены и описаны наиболее продуктивные (монархическая метафора, метафора игры и спорта, театральная метафора, магическая, милитарная), менее продуктивные (криминальная, экономическая, а также метафора семьи), также низкочастотные модели (мифологическая, религиозная). Установлено, что в структуре образа Эммануэля Макрона представлены как универсальные метафорические модели с исходными понятийными сферами «Война», «Спорт и игры», «Театр и кино», так и персонифицированные метафоры, отражающие индивидуальные характеристики политика: монархическая, магическая, криминальная, семейная, экономическая, религиозная и мифологическая. Рассмотрены особенности взаимодействия метафор со сферой-мишенью «Эммануэль Макрон» в текстах массмедийного дискурса. **Ключевые слова:** политическая метафора, метафорическое моделирование, теория концептуальной метафоры, медиадискурс, Информационная система экспертного анализа «Лингвистика», Эммануэль Макрон.

ВВЕДЕНИЕ

В последние десятилетия политический дискурс стал объектом пристального внимания лингвистов, а теория концептуальной метафоры дала новое направление исследованиям в этой области. Существует немало работ, посвященных изучению политических метафор в личностном, историческом, массмедийном и институциональном дискурсах (см. обзор в [5, с. 44–87]). Востребованность метафоры в политическом массмедийном дискурсе обусловлена, как отмечают многие авторы, высоким оценочным потенциалом, способностью воздействовать на субъектов политической деятельности и формировать позитивное или негативное мнение [2, с. 179]. В фокус исследовательского внимания попадают метафорические образы государств, президентов, известных политиков, событий. Политическая ситуация меняется, трансформируется и структура их метафорического образа, транслируемого в СМИ: одни метафорические модели демонстрируют стабильную составляющую образа, свидетельствуя о том, что они имеют устойчивое ядро, другие – трансформируются или уступают место иным метафорам. Динамика политической метафоры, а также сопоставительный анализ метафорических систем все чаще становятся предметом современных исследований [13], позволяющих ответить на вопрос как именно

эволюционируют метафорические системы в зависимости от политической ситуации. Установлено, в частности, что показатель метафорического индекса, расчет которого учитывает частотность метафор, прагматический потенциал их сфер-источников и другие критерии, значительно увеличивается в предвыборный период [5, с. 111]. Немаловажен и анализ метафорических образов политических деятелей, от которых зависят судьбы государств. Метафора – прекрасный индикатор их оценки в обществе. Одной из ключевых фигур европейской и мировой политики является президент Франции Эммануэль Макрон, включенный в список людей «определивших облик десятилетия» по данным «Financial Times». Весной 2022 г. первый срок его полномочий истек; новые выборы во Франции стали для политика серьезным испытанием. После ожесточенной борьбы, только по итогам второго тура президент был переизбран. В числе его главных соперников оказались Марин Ле Пен, вдвое улучшившая свой результат по сравнению с предыдущими президентскими выборами в 2017 г., и Жан-Люк Меланшон, в третий раз баллотирующийся на пост президента.

Образ президента – лидера государства складывается «из оценки его личностных и профессиональных качеств, субъективно-объективных характеристик и отношений, а также вербального и невербального поведения» [2, с. 179]. Метафорической оценке подвергаются профессионализм, моральный, этический и эстетический облик и ряд других качеств [10, с. 116].

Целью нашей работы является анализ метафорического образа Эммануэля Макрона во французском предвыборном массмедийном дискурсе. Объект исследования: метафорические словоупотребления в текстах французских СМИ, актуализирующие концептуальную сферу-мишень «Эммануэль Макрон». Предметом выступают особенности метафорического моделирования его образа в ситуации выборов главы государства. Под метафорической моделью понимается схема связи между сферой-источником и сферой-мишенью, сложившейся в сознании носителей языка. Под метафорическим образом мы понимаем ментальную единицу, устойчивое представление об объекте окружающего мира, структурируемое набором концептуальных метафор.

В качестве источника материала использовались тексты общественно-политической тематики, извлеченные методом сплошной выборки из французских средств массовой информации различной политической направленности: «Le Point», «Gala», «Le Figaro», «L'Express», «L'Obs», «Marianne», «Libération», «Politis», «Le Parisien», «Courrier international», «RTL», «Télérama», «Challenges». Хронологические рамки материала ограничены периодом предвыборной кампании во Франции: с 1 марта по 6 мая 2022 года. Всего было отобрано 176 текстовых фрагментов, включающих метафоры со сферой-мишенью «Эммануэль Макрон». Материал обрабатывался в Информационной системе экспертного анализа «Лингвистика», расположенной по адресу <https://linguistica-urgj.urfu.ru/> (разработчики: Богоявленская Ю. В., Александров С. А.). В системе, представляющей собой электронную среду для научно-исследовательской работы, пользователь может создавать коллекции текстов, выстраивать классификационные деревья, проводить анализ по их параметрам, генерировать статистические отчеты и др. (более подробно о характеристиках системы и этапах анализа в системе см. [3]). Теоретической базой работы являются монографии и статьи А. П. Чудинова [11; 12], Э. В. Будаева [5], О. А. Солоповой, М. Ю. Илюшкиной [14], С. В. Кушнерук [7], Ю. В. Богоявленской [4], М. В. Плотниковой, О. Г. Скворцова [9] и других представителей Уральской школы политической лингвистики [6; 8; 10; 11].

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ материала показывает, что среди сфер-источников метафорической экспансии в сферу-мишень «Эммануэль Макрон» лидирует субсфера «Социум», составляющая 58,52 % от общего количества метафорических словоупотреблений). Рассмотрим особенности развертывания метафорического образа французского президента-кандидата на второй срок в рамках этой субсферы.

Вслед за О. И. Михневич [8, с. 54], мы дифференцируем метафорические модели по количественным показателям: высокочастотные модели составляют 10% и более, среднечастотные – 5-10%, низкочастотные – менее 5%.

Как показано на рис. 1, к высокочастотным моделям, основанным на понятийных сферах социальной субсферы, относятся метафорические модели со сферами-источниками «Монархия» (16,5 %), «Спорт и игры» (16,5 %), «Театр и кино» (14,56 %), «Магия» (12,62 %), «Война» (11,65 %). К среднечастотным – «Мир преступности» (7,77%), «Семья» (5,83 %) и «Экономика» (5,83 %). Модели со сферами-источниками «Религия» (4,85 %) и «Мифология» (3,88 %) являются низкочастотными. Заметим, что в монографиях А. П. Чудинова [11; 12] метафоры родства включаются в сферу источников политической метафоры «Человек». Однако, поскольку семья является социальным институтом общества, мы относим эту модель к субсфере «Социум».

Высокая частотность моделей со сферами метафорической экспансии «Спорт и игры», «Театр и кино», «Война» связана с тем, что в национальном сознании французов, как и русских, выборы часто понимаются, структурируются на основе концептов «спорт», «война», «театр», «игра» (более подробно о российских политических метафорах см. [11, с. 94]). Полученный результат был вполне ожидаем, поскольку эти модели транслируют универсальные образы, свойственные многим политическим лидерам (см., например, [8, с. 54]). Специфическими составляющими образа президента Макрона являются магическая, монархическая, криминальная, экономическая и мифологическая метафоры.

Рис. 1. Метафорические модели, репрезентирующие президента Франции Эммануэля Макрона во французских СМИ

Дерево параметров	Количество фрагментов	% по отношению к корневому параметру	% от всего количества фрагментов
Субсферы и разряды метафор	176	100	100
Субсфера «Социум»	103	100	58.52
Монархическая метафора	17	16.5	9.66
Спортивная / игровая метафоры	17	16.5	9.66
Театральная / кинематографическая метафоры	15	14.56	8.52
Магическая метафора	13	12.62	7.39
Милитарная метафора	12	11.65	6.82
Криминальная метафора	8	7.77	4.55
Метафора семьи	6	5.83	3.41
Экономическая метафора	6	5.83	3.41
Религиозная метафора	5	4.85	2.84
Мифологическая метафора	4	3.88	2.27
Субсфера «Человек»	77	100	43.34

Далее обратимся к рассмотрению метафор, формирующих образ французского президента.

Наиболее широкое распространение, наряду со спортивной, получила **монархическая метафора**. Концепты монархической власти регулярно фиксируются в качестве источника для описания личности президента, а также его окружения: «Un président-candidat, soucieux d'être réélu, voulait que l'on trouvât projet pour son nouveau quinquennat: alléguer l'impossible *aux rois*, c'est un abus [17]; «Le politique en fait sa cour, s'allie aux collab' du *roi*» [17]; Alexis Kohler, lui, reste à l'Élysée, au plus près du *roi* [17]; «Présidentielle : Emmanuel *Macron roi* à Paris» [22].

Метафора Макрона-монарха часто разворачивается в текстах, используется в его сильных позициях – заголовках, подзаголовках. Приведенные ниже примеры иллюстрируют, как с легкой подачи журналистов, обозначение второго президентского срока превращается в римскую цифру после имени короля – «Макрон II»: «En y ajoutant la revalorisation des salaires des enseignants, la hausse des dépenses militaires, les baisses d'impôts et surtout les innombrables plans d'investissement dans des "secteurs d'avenir" divers et variés, le coût budgétaire annuel du "*Macron II*" atteint les 50 milliards d'euros» [20]; «ÇA SONNE CREUX CHEZ... *MACRON II*» [26].

Усилению монархической метафоры способствует и реальный контекст, в который помещен президент пятой Республики: он работает в роскоши Елисейского дворца и окружен ореолом императорского величия. Но положение «Макрона Второго» более шаткое, чем «Макрона Первого»; при победе во втором туре он будет избран не потому, что французы этого хотят, а потому, что у них нет иного выбора. В следующих заголовках подчеркивается, что, добиваясь верховной власти, президент остается без единомышленников – «одиноким королем», «(почти) голым королем»: «EMMANUEL MACRON. *LE ROI SEUL*» [25], «*Macron II: le roi est (presque) nu*» [16].

После первого избрания в 2017 году президент обещал, что Франция «пойдет вперед на двух ногах», сейчас же он избирается «при отсутствии и правой, и левой»: «*Macron I* avait promis en 2017 de faire marcher la France sur ses deux jambes. *Macron II* est élu sur la disparition de la gauche et de la droite» [25]. Удачное взаимодействие монархической и физиологической метафор позволяют создать автору яркий образ непростой ситуации, перед которой оказывается президент: для избрания на первый срок он позиционировал себя «ни правым, ни левым», чтобы собрать голоса оппозиционных партий, теперь же он лишен поддержки и тех, и других.

Необходимо отметить, что подобное взаимодействие метафор не является исключением. Они могут относиться к одной метафорической модели, но могут и комбинироваться. Такие развернутые метафоры обеспечивают цельность текста, усиливают его прагматический потенциал. В следующем фрагменте монархическая метафора *passer des dorures d'un palais* гармонично взаимодействует с развернутой спортивной метафорой (*au combat de boxe; Lui aussi est un battant; l'exercice; s'échauffer en se confrontant à d'autres concurrents*) для создания контраста: президенту придется покинуть позолоченные покои дворца, чтобы выйти на боксерский ринг и сразиться с реальным противником. Но готов ли он к бою?: «*Mais passer des dorures d'un palais au combat de boxe, sans répétition aucune, est loin d'être évident. La leçon vaut pour Emmanuel Macron. Lui aussi est un battant, sauf que pendant cinq ans, lorsqu'il est venu à la télévision, c'était en majesté ; lorsqu'il a participé au grand débat – il a adoré l'exercice – c'était en solitaire,*

sans adversaire, sans limite de temps ; lorsqu'il a eu l'occasion de *s'échauffer en se confrontant à d'autres concurrents*, avant le premier tour, il a refusé» [17].

В сфере высокочастотной **спортивной (игровой) метафоры** реализуется концептуальная метафорическая модель «ПРЕЗИДЕНТ ФРАНЦИИ – ЭТО ИГРОК»: «À l'évidence, *le chef de l'État joue en fond de court*» [23]; *Une attaque balayée d'un revers de main* par le président candidat» [7]; «*DU PALAIS AU RING*. Le fameux débat télévisé de l'entre-deux-tours ne ressemblera pas forcément au précédent. Il va le défoncer» [17].

Поведение Макрона во время телевизионных дебатов Макрон – Ле Пен, итог которых предрешает победу на выборах, концептуализируется как теннисный матч, переходящий в боксерский поединок. Преподаватель ораторского искусства Института политических наук Амели Бланкер, комментирующая результаты дебатов, использует целый ряд метафор со сферой-источником *теннис* и *бокс*: La maître de conférences en rhétorique à Sciences Po a d'abord utilisé la métaphore du tennis: «On pourrait dire qu'il *monte au filet* et qu'elle *joue en fond de court*». Avant de conclure simplement: «*Il est en attaque et elle en défense*»; «*Sa ligne de défense c'était d'aller au front*»; «Il a un côté un peu *boxeur* alors qu'elle est plus statique» [26]. Подобные метафоры позитивно окрашены, так как реализуют смыслы, связанные с профессиональными качествами спортсмена: напористость, сила, умение выбрать правильную тактику, упорство на пути к победе.

Макрон не только атакует, но и сам иногда становится объектом «нападения» – в предвыборной гонке все возможно. Однако действия его противников могут обернуться против них же самих: «Pourquoi le *tacle* de Péresse contre Macron risque de se retourner contre elle» [15]; «Présidentielle 2022: "Le pouvoir absolu rend fou", *tacle* Péresse en référence à Macron» [26].

В рамках игровой метафоры действия Макрона также концептуализируются как карточная игра, в которой он «разыгрывает» ту или иную карту, в том числе козырную: «Droits d'auteur. Macron *joue la carte* de la souveraineté européenne [21]», «Pourtant privé de *cet atout*, l'actuel locataire de l'Élysée *la joue hiératique*, sans effet de surprise» [24]; «Fédérateur et résolu à tout faire pour défendre la paix, Emmanuel Macron s'est posé en président protecteur des Français, son meilleur *atout* pour une réélection» [21]. Президент предстает в прессе как опытный игрок, умеющий вести политические «игры».

Театральная метафора. Как отмечают отечественные исследователи, метафора театра – это один из наиболее распространенных фреймов интерпретации политики. В словаре политических метафор А. Н. Баранова и Ю. Н. Караулова [1] представлены следующие метафорические репрезентации: *комедия – съезд, аттракцион – выступление в дискуссии, канатоходец – Горбачев, клоун – Ельцин, зритель – Запад, статисты – депутаты, спектакль – выборы, съезд, театр абсурда – заседание Совмина*, и другие. Театральная метафора, также как и спортивная, достаточно традиционна для политического медиадискурса.

Как отмечает А.П. Чудинов, «прагматический потенциал этой метафорической модели определяется ярким концептуальным вектором неискренности, искусственности, имитации реальности: субъекты политической деятельности не живут подлинной жизнью, а вопреки своей воле исполняют чьи-то предначертания» [12]. Театральные роли политика вербализуются в метафорических номинациях. Приведем в качестве примера одну из статей издания «*Marianne*», в которой разворачивается метафорическая модель «ПРЕЗИДЕНТ МАКРОН – ЭТО АКТЕР ПАНТОМИМЫ». В ней угадывается разочарование и даже раздражение, которое вызывает у зрителей-избирателей это

бессмысленное и неэффективное мероприятие на фоне неизбежного переизбрания действующего президента: «*Une pantomime quinquennale chaque fois moins efficace et plus absurde*» [23].

После решающих дебатов между двумя турами голосования самой обсуждаемой темой стало поведение президента-кандидата Макрона во время словесной дуэли с его оппонентом Марин Ле Пен: «*Il a joué le candidat, pas le président*»: Emmanuel Macron était-il vraiment si «arrogant» lors du débat? [17]; «*Pourtant, depuis qu'il a enfilé son costume de candidat, Emmanuel Macron fait surtout le choix de la continuité au détriment de la nouveauté*» [24].

Метафорическая модель «ПРЕЗИДЕНТ МАКРОН – ЭТО АКТЕР» реализуется также с помощью **кинематографической метафоры**: «*Moqueur, narquois, sourire en coin, voire comparaison avec OSS 117, le célèbre agent secret interprété par Jean Dujardin au cinéma...*» [17]; «*Emmanuel Macron a-t-il eu l'air de manquer autant d'humilité qu'Hubert Bonisseur de La Bath, alias OSS 117?*» [17].

Отличительная черта президентства Макрона – медиатизация и даже «нетфликсизация» его политической деятельности. Благодаря усилиям его команды, самые значимые события первого срока были зафиксированы и смонтированы в формате Ютьюб-сериала. 5-летний срок его президентства концептуализируется как сериал из нескольких сезонов: «*Pour mémoire, en 2017 – saison 1 du macronisme –*, le bureau parisien de McKinsey invitait, dans ses «10 enjeux pour la France à l'horizon 2022», à «limiter tous les dispositifs pouvant inciter à sortir prématurément de la vie active» [23]; «*En saison 2, élu, il entend repousser l'âge légal de la retraite de quatre mois par an jusqu'à 65 ans*» [23].

Наряду с частотными универсальными метафорическими моделями политических деятелей, в нашем материале была выявлена специфическая модель «ПРЕЗИДЕНТ МАКРОН – ЭТО МАГ», обладающая негативной коннотацией. Нереализованные обещания вызвали разочарование сторонников Макрона, что отразилось в следующих метафорах: «*Ces élus de droite chez qui la "magie" Macron n'opère plus*» [17]; «*On connaissait la passion du président sortant pour l'univers féerique. Celui-là même qui confiait en 2017 que «la politique, c'est mystique», avait évoqué la fameuse «poudre de perlimpinpin» et pris soin d'assurer, la même année, que «l'argent magique, ça n'existe pas*» [23].

Как у настоящего волшебника, у Макрона есть все необходимые аксессуары: «порошок фей» и «волшебная палочка», но «чудес» не происходит – национальная система образования не реформируется в мгновение ока, а чаяния Евросоюза не сбываются: «*Quand le magicien Macron sème sa poudre de perlimpinpin sur l'Éducation nationale*» [27]; «*La baguette magique de Macron ne fait plus de miracle*» [16].

Еще одна отличительная характеристика образа Макрона находится на пересечении магической и сексуальной метафор. Критикуя кандидата за несбыточные обещания, журналисты называют его иллюзионистом: «*EMMANUEL MACRON, C'EST LE MAÎTRE DES ILLUSIONS*» [17]; «*Emmanuel Macron est un illusionniste*» [17]; «*Candidat à sa réélection, le Président mise sur l'avenir et l'innovation pour répondre au défi climatique. Une écologie 2.0 illusoire qui permet de repousser les changements structurels*» [24].

В следующем примере модель «ЭММАНУЭЛЬ МАКРОН – ИЛЛЮЗИНИСТ» (*C'est un illusionniste*) коррелирует с моделью «ЭММАНУЭЛЬ МАКРОН – СОБЛАЗНИТЕЛЬ» (*séduit une partie de votre électorat*): «*Emmanuel Macron séduit une partie de votre électorat. Est-il pour autant de droite? – Emmanuel Macron n'est pas de droite. C'est un illusionniste. Il utilise les mots de la droite, mais il ne fait pas sa politique*» [19].

Отмечаемое многими аналитиками обаяние Эммануэля Макрона, осмысливается в концептуальном векторе обмана, соблазнения, в том числе путем создания иллюзии: «*Il donne l'illusion d'un sentiment plus qu'empathique, d'enveloppement de l'alterego, assurant à son interlocuteur qu'il a bien sûr raison, mais, en réalité, il n'en fait qu'à sa tête*» [17].

Все приведенные метафоры транслируют отрицательную оценку президента-кандидата: его обещания выполнены лишь частично, что влечет обвинения в его адрес. Не случайно появление ярлыка «обманщик», который часто использует Меланшон для дискредитации Макрона в социальных сетях и прессе

Милитарная метафора. «Метафорический милитаризм» является универсальным для политического дискурса на разных языках и связывается исследователями с глобальной закономерностью современной политической метафорики [5, с. 137]. В сферу экспансии милитарной метафоры попадают соратники и сторонники действующего президента; они получают номинации «гвардии», «стратегов» и «отряда»: «*DES COURBES SONDAIÈRES qui s'envolent, des oppositions qui peinent à imprimer... et une élection jouée d'avance? Voilà le piège qui guette Emmanuel Macron et ses troupes, à pile un mois du premier tour*» [21]; «*Désunie, la garde rapprochée du président-candidat se divise en trois clans (technos, collaborateurs, politiques) prêts à tout pour influencer l'homme et son projet*» [17].

Даже предвыборная кампания Макрона стратегически спланирована как «демократический Блицкриг» за три недели до первого тура: «*Les stratèges du président-candidat avaient planifié une campagne-éclair. Un «Blitzkrieg» démocratique sur le thème de la France unie lancé à trois semaines du premier tour*» [17].

Неудачи во внутренней политике, в частности в социальной сфере, вызывают негативный отклик, критику, сарказм и сомнения в его умении прогнозировать ситуацию: «*Le «stratège» Emmanuel Macron veut donc «rendre plus stricte l'assurance chômage quand trop d'emplois sont non pourvus*» [24].

Криминальная метафора. Метафоры с источниковой сферой «Мир преступности» составляют метафорическую модель с соответствующей исходной понятийной сферой. В напряженный период между двумя турами претенденты на президентский пост, срочно принявшие «озеленять» свои программы, обостренно реагировали на действия соперников. Валери Пекресс, в частности, обвинила Эммануэля Макрона в «краже» части ее предвыборной программы. Французские средства массовой информации растиражировали ее обвинения, в которых президент концептуализируется как грабитель, вор: «*Mieux qu'un pillage de dernière minute des programmes des autres candidats par Emmanuel Macron proposant une «Fête de la nature» qui existe déjà et un Premier ministre «en charge de la planification écologique», quand Jean Castex préfère un aller-retour en jet à une procuration*» [15]. Однако в этой ситуации пресса оценила слова Пекресс как «самую неловкую», «самую контрпродуктивную» попытку критики: «*Pouvait-on concevoir pire critique que celle de Valérie Pécresse "contre" le programme d'Emmanuel Macron? Lui reprocher amèrement d'avoir "copié", "photocopié", "pillé", "volé", "contrefait" (tous les synonymes y sont passés) les propositions LR était la plus maladroite, la plus contre-productive des mises en cause*» [15].

Другой политический противник Макрона, Жан-Люк Меланшон, не стесняется резких выражений. В его речах Макрон предстает как «бандит с большой дороги», «укравший власть» во Франции: «*C'est un bandit de grand chemin*», déplore Jean-Luc Mélenchon, qui insiste, «*Lui-même dit qu'il a fait un hold-up sur le pouvoir!*». [18].

Метафора семьи. Метафорика со сферой-источником «Семья» используется для разных целей. Метафора «отец нации» указывает на то, как себя позиционирует президент, пытающийся объединить французов перед лицом опасности, разворачивающейся войны: «C'est en indéboulonnable *père de la Nation* qu'il a voulu rassembler et rassurer ses concitoyens au sujet d'une «*attaque brutale*» constituant une «épreuve sans précédent» [19]; «Allocution sur la guerre en Ukraine: Macron renforce sa stature de «*père de la Nation*» [19].

Ближайшее окружение Макрона, члены его команды, предстают как закрытые, семейные «кланы»: Les observateurs les plus avisés de la scène et de la campagne distinguent *trois clans* répartis comme ceci: [...]. [17]

Для оценки прохладных отношений Макрона с избирателями-преподавателями, испытывающим недовольство, привлекается метафора развода: «Et le divorce avec les *enseignants* d'être définitivement entériné» [24].

Экономическая метафора. Для создания образа Макрона привлекаются также концепты из экономической сферы. Это можно объяснить тем, что в сознании французов он человек, получивший прекрасное профессиональное образование в Национальной школе администрации ENA, «кузнице» экономической элиты, а также бывший инвестиционный банкир в Банке Ротшильдов. Более того, с 2014 г. по 2016 г. Макрон был министром экономики, промышленности и информационных технологий, а также известен как автор «закона Макрона» о либерализации экономической сферы и усилении конкуренции между участниками рынка.

В массмедиа президент-кандидат предстает как превосходный результат усилий его учителей: «Emmanuel Macron est un produit des filières de l'excellence» [17]; «Pourtant privé de cet atout, l'actuel locataire de l'Élysée la joue hiératique, sans effet de surprise. Ce qui était initialement sa *marque de fabrique*» [23].

Слова, в прямом значении относящиеся к финансовой понятийной сфере, метафорически обозначают характер управления государством. Для Макрона Франция – «стартап», молодая быстро развивающаяся компания, в основе которой лежит инновационная бизнес-идея и технология «Aujourd'hui, il gère la France comme une *start-up*, avec une chaîne de commandement dirigée par lui seul, sans regard extérieur» [19]; «Emmanuel Macron est peut-être le *président de la start-up nation* mais pas celui de la souveraineté numérique, lourdement fragilisée sous le mandat d'Emmanuel Macron» [24].

Крайне отрицательная оценка дается управленцу Макрону в комбинации криминальной (*Coups de canif, fausse*), магической (*illusion*) и экономической (*start-up nation*) метафорах: «*Coups de canif* dans le contrat, *illusion technologique*, *fausse modernisation* de l'État: les déçus de la «*start-up nation*» racontent» [21].

Религиозная метафора. Метафора с источниковой сферой «Религия» представлена спектром метафорических словоупотреблений, связывающих французского президента с религиозными реалиями. Например, пресса оценивает отношение Макрона к своей программе при помощи набора слов, относящихся к именно этой понятийной сфере: LE «*NOUVEAU MONDE*» valait bien un *nouveau testament*. Dès l'annonce de sa candidature, en 2017, Emmanuel Macron a fait de son programme présidentiel une sorte de *Bible*» [20].

По итогам своего пятилетнего правления президент-кандидат должен держать ответ, и французы упрекают его в грехе высокомерия и пренебрежения мирскими делами: «Peu semblent pourtant conscients de l'enjeu: recoudre les déchirures d'un pays lassé et éruptif, qui reproche encore à Emmanuel Macron un *péché d'arrogance* et une certaine *déconnexion*» [17].

С концептуальным полем **религиозной метафоры** может пересекаться монархическая метафора: президент становится «королем-исцелителем», «королем-провидцем»: «Macron, un «*roi thaumaturge*» [19]; «*Il faut en finir avec le roi thaumaturge*». Voilà la phrase prononcée par Olivier Faure ce mardi 30 mars, selon l'AFP» [19]; «L'entourage du chef de l'Etat rêverait bien sûr de voir le récit s'achever là et la presse se contenter de narrer l'intuition d'un *président visionnaire* qui, tel un *monarque thaumaturge*, ferait entrer dans la modernité un territoire meurtri par la grâce de notre idiome national» [17].

В приведенном примере метафорическая модель «ЭММАНУЭЛЬ МАКРОН – КОРОЛЬ-ЧУДОТВОРЕЦ» реализует свою прагматическую функцию, провоцируя у читателя иронию и скепсис в отношении президента-«чудотворца».

В тесном соприкосновении с религиозной реализуется **мифологическая метафора**, в которой президент Франции сравнивается с небожителем, точнее – с Юпитером, богом неба, дневного света, грозы, отцом всех богов в древнеримской мифологии. Начало этому сравнению, намеренно или нет, положил сам Эммануэль Макрон в своем интервью изданию Challenges в 2016 году накануне своего первого избрания. Тогда он заявил, что Франсуа Олланд «не верит в президента-Юпитера»: «Il ne croit pas au '*président jupitérien*', dit-il à propos du chef de l'Etat socialiste. *Macron-Jupiter? C'était un malentendu!*» [17].

После победы Макрона на президентских выборах 2017 года образ Юпитера был широко растиражирован в СМИ, в том числе в заголовках статей, карикатурах и на обложках изданий. Как показал анализ, спустя 5 лет журналисты все также эксплуатируют яркий образ и продолжают его использовать для критики президента-кандидата в 2022 году: «*Jupiter ayant gouverné à droite tout le quinquennat, se trouva fort dépourvu quand le deuxième tour fut venu, presque plus de réserves de voix, la droite était exsangue*» [22]; «*Sa verticalité jupitérienne va totalement à l'encontre de l'horizontalité, de la demande de participation, de prise de parole, qui est une exigence montante de notre société*» [17].

Дополнительное оружие для противников Макрона – его имидж высокомерного и презрительного человека, сложившийся вслед за непопулярными высказываниями в адрес незащищенных слоев населения, рабочего класса, преподавателей: «*Emmanuel Macron devra descendre de son nuage s'il ne veut pas tomber de très haut, quand les lendemains déchanteront*» [20].

ВЫВОДЫ

Подводя итог, отметим, что чаще всего образ президента-кандидата Макрона концептуализируется в предвыборном массмедийном дискурсе с помощью метафор, относящихся к субфере «Социум». Наиболее продуктивными в социальной субфере-источнике являются монархическая метафора, метафора игры и спорта, театральная метафора, магическая, милитарная; менее продуктивными – криминальная, экономическая, а также метафора семьи; к низкочастотным относятся мифологическая и религиозная метафоры. В структуре метафорического образа Эммануэля Макрона обнаруживаются как универсальные метафорические модели с исходными понятийными сферами «Война», «Спорт и игры», «Театр и кино», так и специфические, персонифицированные метафоры, отражающие индивидуальные характеристики политика: монархическая, магическая, криминальная, семейная, экономическая, религиозная и мифологическая. При создании образа Макрона СМИ пользуются метафорами для вербализации преимущественно негативной оценки.

Взаимодействующие в текстах метафоры относятся, как правило, к разным метафорическим моделям и обеспечивают связность и цельность текста, усиливают его прагматический и эстетический потенциал. Перспективу исследования мы связываем с дальнейшим анализом метафорического образа президента Франции – действующего лидера государства и оппозиционных лидеров (сопоставительный анализ персонологических метафорических моделей). Кроме того, проведенное исследование позволит продолжить работу в русле анализа качественных и количественных динамических изменений в структуре этого образа в начале и конце срока правления при помощи лингвостатистических инструментов информационной системы «Лингвистика».

Список литературы

1. Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Словарь русских политических метафор. – М.: Помовский и партнеры, 1994. – 330 с.
2. Барышникова Г. В., Дубинина И. И. Метафорическое создание политического образа руководителя России в западных СМИ (на материале англо-американской и французской прессы) // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2019. – № 4 (137). – С. 179–185.
3. Богоявленская Ю. В. Этапы экспертного анализа в информационной системе «Лингвистика» (на материале исследования политических метафор) // Вестник Челябинского государственного университета. – 2022. – № 7 (465). – С. 52–63.
4. Богоявленская Ю. В., Чудинов А. П. Взаимодействие парцелляции и метафоры как средств аттенционального фокусирования в художественном и публицистическом дискурсах // Язык и культура. – № 41. – 2018. – С. 24–39.
5. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 248 с.
6. Буженинов А. Э. Метафора спорта и игры в инвестиционном дискурсе (на материале английского языка) // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – № 1. – 2021. – С. 45–55.
7. Кушнерук С. Л. Метафоры в текстовых мирах коммерческой рекламы: эффект «двойного видения» // Когнитивные исследования языка. – Вып. XXV. – 2016. – С. 402–408.
8. Михневич О. И. Метафорические образы президентов Грузии Э. Шеварднадзе и М. Саакашвили: универсальные и персонифицированные метафорические модели // Политическая лингвистика. – 2021. – № 4 (88). – С. 52–60.
9. Плотникова М. В., Скворцов О. Г. Метафорическая репрезентация концепта Мегзит в британском медиадискурсе // Когнитивные исследования языка. – 2020. – № 2 (41). – С. 298–302.
10. Стрельников А. М. Метафорический оценочный портрет И. М. Хакамады в дискурсе президентских выборов // Политическая лингвистика. – 2005. – № 16. – С. 115–120. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Екатеринбург: Ур. гос. пед. ун-т, 2003. – 248 с.
11. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). – Екатеринбург: Ур. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа [URL:<http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01.htm#330>].
12. Чудинов А. П., Будаев Э. В., Солопова О. А. Политическая метафорология: Дискурсивный поворот. – М.: Флинта, 2020. – 234 с.
13. Solopova O. A., Plyushkina M. Yu. Russia as a target domain in American, British and Canadian political discourses // Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics. – Vol. 14. – No 3. 2021. – P. 41–48.
14. Challenges. – Режим доступа: <https://www.challenges.fr/>. – (Дата обращения: 16.03.2022).
15. Courier international. – Режим доступа: <https://www.courrierinternational.com/> (Дата обращения: 16.03.2022).
16. Gala. – Режим доступа: <https://www.gala.fr/>. – (Дата обращения: 27.04.2022).
17. L'Express. – Режим доступа: <https://www.lexpress.fr/>. – (Дата обращения: 23.04.2022).
18. L'Obs. – Режим доступа: <https://www.nouvelobs.com/>. – (Дата обращения: 12.03.2022).
19. Le Figaro. – Режим доступа: <https://www.lefigaro.fr/>. – (Дата обращения: 30.04.2022).

20. Le Point. – Режим доступа: <https://www.lepoint.fr/>. – (Дата обращения:16.04.2022).
21. Le Parisien. – Режим доступа: <https://www.leparisien.fr/>. – (Дата обращения:16.03.2022).
22. Libération. – Режим доступа: <https://www.liberation.fr/>. – (Дата обращения:26.03.2022).
23. Marianne. – Режим доступа: <https://www.marianne.net/>. – (Дата обращения:16.03.2022).
24. Paris Match. – Режим доступа: <https://www.parismatch.com/>. – (Дата обращения:12.03.2022).
25. Politis. – Режим доступа: <https://www.politis.fr/>. – (Дата обращения:27.04.2022).
26. RTL. Режим доступа: <https://www.rtl.fr/>. – (Дата обращения:27.04.2022).
27. Télérama. – Режим доступа: <https://www.telerama.fr/>. – (Дата обращения:27.04.2022).

References

1. Baranov A. N., Karaulov Iu. N. *Slovar' russkikh politicheskikh metafor* [Dictionary of Russian political metaphors]. Moscow, Pomovskii i partnery, 1994. 330 p.
2. Baryshnikova G. V., Dubinina I. I. *Metaforicheskoe sozdanie politicheskogo obraza rukovoditelya Rossii v zapadnykh SMI (na materiale anglo-amerikanskoy i frantsuzskoy pressy)* [Metaphorical creation of the political image of the leader of Russia in the Western media (based on the material of the Anglo-American and French press)]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2019, no. 4 (137), pp. 179–185.
3. Bogoiavlenskaia Iu.V. *Etapy ekspertnogo analiza v informatsionnoi sisteme «Lingvistika» (na materiale issledovaniia politicheskikh metafor)* [Stages of Expert Analysis in the Information System "Linguistics" (Using the Example of Political Metaphor Research)]. *Vestnik Chelibinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2022, vol. 7 (465), pp. 52–63.
4. Bogoiavlenskaia Iu. V., Chudinov A.P. *Vzaimodeistvie partselliatsii i metafory kak sredstv attentsial'nogo fokusirovaniia v khudozhestvennom i publitsisticheskom diskursakh* [Convergence of parceling and metaphor as means of focusing in literary and media discourses]. *Iazyk i kul'tura*, 2018, no. 41, pp. 24–39.
5. Budaev E. V., Chudinov A. P. *Metafora v politicheskoi kommunikatsii* [Metaphor in political communication]. Moscow: Flinta: Science, 2008. 248 p.
6. Buzheninov A. E. *Metafora sporta i igry v investitsionnom diskurse (na materiale angliiskogo iazyka)* [Metaphor of Games and Sports in the Investment Discourse (on the Material of English Language)]. *Vestnik Permskogo natsional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Problemy iazykoznaviia i pedagogiki*, 2021, no. 1, pp. 45–55.
7. Kushneruk S. L. *Metafory v tekstovykh mirakh kommercheskoi reklamy: effekt «dvoynogo videniia»* [Metaphors in the textual worlds of commercial advertising: the effect of "double vision"]. *Kognitivnye issledovaniia iazyka*, iss. XXV, 2016, pp. 402–408.
8. Mikhnevich O. I. *Metaforicheskie obrazy prezidentov Gruzii Je. Shevardnadze i M. Saakashvili: universal'nye i personalizirovannye metaforicheskie modeli* [Metaphorical Images of the Presidents of Georgia E. Shevardnadze and M. Saakashvili: Universal and Personalized Metaphorical Models]. *Politicheskaja lingvistika*, 2021, no. 4 (88), pp. 52–60.
9. Plotnikova M.V., Skvortcov O.G. *Metaforicheskaya reprezentatsiya koncepta Megxit v britanskom mediadiskurse* [Metaphorical representation of Megxit in british media discourse]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, 2020, no. 2(41), pp. 298–302.
10. Strel'nikov A. M. *Metaforicheskiy otsenochnyy portret I. M. Khakamady v diskurse prezidentskikh vyborov* [Metaphorical evaluative portrait of I. M. Khakamada in the discourse of the presidential elections]. *Politicheskaja lingvistika*, 2005, no. 16, pp. 115–120.
11. Chudinov A.P. *Metaforicheskaya mozaika v sovremennoj politicheskoi kommunikatsii* [Metaphorical mosaic in modern Political Communication]. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical University, 2003. 248 p.
12. Chudinov A.P., Budaev E.V., Solopova O.A. *Politicheskaya metaforologiya: Diskursivnyj povorot* [Political Metaphorology: A Discursive Turn]. Moscow, Flinta: 2020. 234 p.
13. Solopova O. A., Ilyushkina M. Yu. *Russia as a target domain in American, British and Canadian political discourses. Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics*, 2021, vol. 14, no. 3, pp. 41–48.
14. *Challenges*. Available from: <https://www.challenges.fr/> (accessed:16 March 2022).
15. *Courrier international*. Available from: <https://www.courrierinternational.com/> (accessed:16 March 2022).
16. *Gala*. Available from: <https://www.gala.fr/> (accessed: 27 April 2022).
17. *L'Express*. Available from: <https://www.lexpress.fr/> (accessed: 23 April 2022).
18. *L'Obs*. Available from: <https://www.nouvelobs.com/> (accessed: 12 March 2022).

19. *Le Figaro*. Available from: <https://www.lefigaro.fr/> (accessed: 30 April 2022).
20. *Le Point*. Available from: <https://www.lepoint.fr/> (accessed: 16 April 2022).
21. *Le Parisien*. Available from: <https://www.leparisien.fr/> (accessed: 16 March 2022).
22. *Libération*. Available from: <https://www.liberation.fr/> (accessed: 26 March 2022).
23. *Marianne*. Available from: <https://www.marianne.net/> (accessed: 16 March 2022).
24. *Paris Match*. Available from: <https://www.parismatch.com/> (accessed: 12 March 2022).
25. *Politis*. Available from: <https://www.politis.fr/> (accessed: 27 April 2022).
26. *RTL*. Available from: <https://www.rtl.fr/> (accessed: 27 April 2022).
27. *Télérama*. Available from: <https://www.telerama.fr/> (accessed: 27 April 2022).

METAPHORICAL MODELING OF THE IMAGE OF EMMANUEL MACRON IN THE FRENCH PRE-ELECTION MASS MEDIA DISCOURSE

Bogoyavlenskaya Yu. V., Stremyakova M. S.

The article is devoted to the analysis of the French president Emmanuel Macron's metaphorical image during the election campaign. In the article the notion of metaphorical model refers to the linking pattern between the source sphere and the target sphere, which has developed in the minds of native speakers. Metaphorical models make up a metaphorical image – a mental formation structured by a set of conceptual metaphors. The study shows that in the pre-election mass media discourse the image of the president and candidate is conceptualized with the help of metaphors related to the "Society" sub-sphere. The most productive (monarchical metaphor, metaphor of games and sports, theatrical metaphor, magical, military), less productive (criminal, economic, and family metaphor), as well as low-frequency models (mythological, religious) are identified and described. It is established that the structure of the image of Emmanuel Macron presents both universal metaphorical models with the initial conceptual spheres of "War", "Sports and games", "Theater and cinema", and personalized metaphors reflecting the individual characteristics of the politician: monarchical, magical, criminal, family, economic, religious and mythological. The article considers how the metaphors interact with the target sphere "Emmanuel Macron" in the texts of mass media discourse. It is concluded that when creating the image of Macron, the media use metaphors to verbalize a predominantly negative assessment. **Keywords:** political metaphor, metaphorical modelling, conceptual metaphor theory, mass media discourse, expert analysis system «Linguistics», Emmanuel Macron.