

ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.6)

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2025-110-3-65-72

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА РОССИИ В ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ НА ПОСТ АМЕРИКАНСКОГО ПРЕЗИДЕНТА 2024 Г.

© *Наталья Борисовна Боева-Омелечко¹, Анастасия Николаевна Грицаенко²*

^{1, 2}*Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия*

¹*nboeva-omelechko@sfedu.ru* ²*agricaenko@sfedu.ru*

Аннотация. Рассматриваются средства вербализации понятийной, образной, оценочной и ассоциативной составляющих образа России, создаваемого в выступлениях кандидатов на пост президента США. Устанавливаются доминантные черты данного образа: агрессивность, стремление к мировому доминированию, коррупция, нечестность, ксенофобия, потенциальный партнёр. Выявляются цели создания данного образа в выступлениях представителей демократической и республиканской партий.

Ключевые слова: предвыборный дискурс, политическая модализация, имагология, образ государства, идеологема, метафора, оценка.

Для цитирования: Боева-Омелечко Н.Б., Грицаенко А. Н. Репрезентация образа России в предвыборной кампании американского президента 2024 г. // Гуманитарные и социальные науки. 2025. Т. 110. № 3. С. 65-72. doi: 10.18522/2070-1403-2025-110-3-65-72.

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.6)

Original article

Representation of the image of Russia in the 2024 American presidential election campaign

© *Natalya B. Boeva-Omelechko¹, Anastasiya N. Gritsaenko²*

^{1, 2}*Southern federal university. Rostov-on-Don, Russian Federation*

¹*nboeva-omelechko@sfedu.ru* ²*agricaenko@sfedu.ru*

Abstract. The article considers the means of verbalization of the conceptual, figurative, evaluative and associative components of the image of Russia created in the speeches of candidates for the presidency of the United States. The dominant features of this image are established: aggressiveness, striving for world domination, corruption, dishonesty, xenophobia, and a potential partner. The purpose of creating this image in the speeches of representatives of the Democratic and Republican parties is revealed.

Key words electoral discourse, political modalization, imagology, image of the state, ideologeme, metaphor, evaluation.

For citation: Boeva-Omelechko N.B., Gritsaenko A.N. Representation of the image of Russia in the 2024 American presidential election campaign. *The Humanities and Social Sciences*. 2025. Vol. 110. No 3. P. 65-72. doi: 10.18522/2070-1403-2025-110-3-65-72.

Введение

С начала XXI в. мировое сообщество пристально наблюдает за обострившимися политическими отношениями между двумя мировыми державами: США и Россией. Это противостояние имеет геополитическую основу и проецируется в разные области функционирования государственного механизма (в проводимую странами внешнюю и внутреннюю политику, экономику, туризм и многое другое). При этом немаловажное значение в данном процессе играет фактор целенаправленного создания образа противостоящего государства. Как писал американский учёный К. Боулдинг, автор книги «The Image»: «Образы государств создаются не историками, а странами-противниками» [23, с. 114].

Проблема изучения образов государств в настоящее время находится в центре внимания политической лингвистики и лингвистической имагологии (Н.И. Свистунова [19], Е.Е. Коптякова [9], И.В. Кокурина [8], Е.В. Степанова [20] И.А. Дьяченко [7] и др.), которые рассматривают механизмы создания данных образов в различных дискурсах и, в первую очередь, в политическом медиадискурсе, где эти образы наиболее отчётливо реализуют свой манипулятивный потенциал, то есть участвуют в процессе политической модализации. Под последней понимается формирование у аудитории позитивного/негативного отношения к тем или иным объектам и событиям «в желаемом для автора направлении в соответствии с его убеждениями и социальным заказом» [3, с. 14].

Данная манипулятивность проявляется особенно отчётливо в том, что положительный и отрицательный образы одного и того же государства, создаваемые в медиадискурсе, могут в разные исторические периоды сменять друг друга в связи с улучшением или ухудшением отношений между государствами [17; 22]. Кроме того, одно и то же государство может быть репрезентировано в аксиологически противоположных образах политиков-оппонентов [16]. Следовательно, положительный и отрицательный образы государства выступают по отношению друг к другу как концепт и антиконцепт, взаимопредполагая, взаимообуславливая, но и одновременно взаимоисключая друг друга [4, с. 42].

В рамках проводимых нами исследований создание образа России рассматривается в контексте предвыборного дискурса США 2024 г. Предвыборный дискурс является разновидностью политического дискурса [6, с. 4], оказывающего огромное влияние на общественное сознание и формирование общественного мнения. В предвыборном дискурсе все речевые стратегии подчинены задаче оказания воздействия на адресата, убеждению его в принятии решения, нужного для субъекта политической деятельности [12, с. 64]. Ключевую роль в данном дискурсе играет стратегия самопрезентации личности кандидата в президенты и его политических взглядов [10]. При этом акцент делается не на личностных качествах президента, а на его политической программе [21], обязательной включающей вопросы международной политики, связанные с отношениями с другими государствами.

Кандидат может обещать укрепить или улучшить отношения с государствами-союзниками или сателлитами, создавая их положительные образы, а может обещать вести жёсткую политику против государства-врага, что, например, типично для негативно-агрессивной риторики Дж. Байдена и К. Харрис в отношении России [2; 5]. В последнем случае речь идёт о моделировании образа фантомного противника [13, с. 5]. Кроме того, кандидат может занять позицию третьей стороны и обещать урегулировать отношения между конфликтующими странами, как это делал в последней предвыборной кампании Д. Трамп, противопоставляя своё стремление к прекращению войн агрессивной политике оппонентов-демократов [18, с. 51]. Данная позиция тоже предполагает создание образов государств, которые находятся в центре внимания американского лидера, и, в частности, России, по отношению к которой Д. Трамп, так же как его оппоненты, считает необходимым проводить политику сдерживания, хотя и в несколько иной, чем у Демократической партии, форме [5, с. 13].

Всё изложенное выше позволяет прийти к выводу о том, что образ России являлся неотъемлемой частью американского предвыборного дискурса 2024 г. и формировался политиками, имеющими разные политические программы. Это обуславливает *актуальность* его изучения с позиций лингвистической имагологии.

Цель работы состоит в описании языковых средств создания образа России в американском предвыборном дискурсе 2024 г. на основе алгоритма анализа, разработанного К.П. Постерняк и Н.Б. Боевой-Омелечко [24] и предполагающего описание особенностей вербализации четырёх составляющих образа России: понятийной, образной (метафорической), оценочной и ассоциативной. При этом к средствам понятийной вербализации относятся лексемы-номинанты государства, образной – метафоры, визуализирующие образ; оценочной – эксплицитные оценочные высказывания, включающие оценоч-

ные прилагательные в позиции эпитета или предикатива, ассоциативной – лексемы, с которыми имя концепта регулярно употребляется в одних и тех же микроконтекстах. *Материалом* исследования послужили тексты выступлений кандидатов на пост президента США в период предвыборной кампании 2024 г., размещенные в открытых источниках в сети Интернет.

Обсуждение

Анализируя особенности вербализации понятийной составляющей образа «Россия», формируемого в предвыборных выступлениях Дж. Байдена, К. Харрис и Д. Трампа, следует отметить две группы лексем, используемых для обозначения государства. В первую группу входят официальные названия страны (*Russia, the Russian Federation*), ко второй группе относятся идеологемы, т.е. слова и словосочетания с идеологическим компонентом в структуре их значения [15, с. 154], к которым, по мнению Е.Г. Малышевой [11, с. 37], возможно отнести лексемы *Kremlin, Moscow, Putin's Russia*. Обычно лексемы этой группы употреблялись в контекстах, направленных на дискредитацию нашей страны и обвинение её в нарушении международных резолюций, агрессии, стремлении к коррупции и тотальному контролю. Например:

(1) *It would violate multiple U.N. Security Council resolutions that Moscow itself voted to put in place (Joe Biden Holds an Expanded Bilateral Meeting with Volodymyr Zelenskyy of Ukraine – September 21, 2023).*

(2) *That was the dream of those who declared Ukraine's independence more than 30 years ago...and those who continue still to root out Kremlin's efforts to corrupt, coerce, and control (Joe Biden Addresses the Russian Invasion of Ukraine in Warsaw – February 21, 2023).*

(3) *Now is the time for even greater unity among our NATO Allies to stand up to the threat that Putin's Russia poses (Remarks by President Biden on the Reported Death of Aleksey Navalny – February 16, 2024).*

Метафорическая составляющая образа «Россия» в выступлениях американских политиков также характеризовалась преимущественно негативной окраской. В данном контексте интересным представляется рассмотрение особенностей риторики кандидатов: демократы (Дж. Байден и его преемница К. Харрис), стремясь обосновать уже принятые политические решения и финансовые вложения в конфликт на Украине, говорили о России как об идущем напролом мощном государстве, сокрушающем всё на своём пути и стремящемся к мировому господству. При этом, в частности, использовалась мифологическая метафора-термин *juggernaut*, восходящая к санскритскому слову Джаяганнатха и означающая «владыка Вселенной» (одно из имён Кришны в индуизме):

(4) *It theoretically could, but it's not likely. Look, the idea that Russia, this juggernaut that is absent in nuclear weapons, this conventional juggernaut (David Muir of ABC News Interviews Joe Biden in Normandy – June 6, 2024).*

Также Дж. Байден использовал метафорическую номинацию *Mother Russia*, обвиняя Россию в захвате чужой территории и иронизируя над патриотической риторикой российской власти:

(5) *Over, you know, 180,000 people crossing the border, invading another country because it was part of Mother Russia (October 20, 2023, Remarks: Joe Biden Addresses a Fundraising Event in Washington).*

Стремясь дискредитировать Россию, демократы обвиняли её в нечестности по отношению к мировому сообществу, проявляющейся в стремлении России и Китая доминировать в Арктическом регионе. При этом использовалась антропоморфная метафора *to circumvent the globe*:

(6) *Now, you got China and Russia in the North Pole trying to circumvent the globe, change the dynamic in the region (Conan O'Brien Interviews Joe Biden on 'Conan O'Brien Needs a Friend' – December 20, 2023).*

Однако в рамках своей предвыборной риторики Дж. Байден всё же не исключал возможности изменения в напряженных между странами отношениях, рассматривая Россию и Китай как потенциальных партнёров, с которыми сложно, но всё-таки возможно выстраивать отношения (антропоморфная метафора *partners*):

(7) *We have to change the whole world's attitude. And right now, Russia and China are very, very difficult **partners** (Stephanie Abrams of The Weather Channel Interviews Joe Biden in Arizona – August 9, 2023).*

Республиканец Д. Трамп, несмотря на его противостояние с Дж. Байденом, также высказывал недовольство союзническими отношениями, сложившимися между Россией и Китаем (метафора семьи *get / be married*). Но при этом он подчёркивал, что данный союз возник в силу ошибочной политики Дж. Байдена (военная метафора *force*):

(8) *He's **forced** Russia and China to **get married**. **They're married**. Then they took in their little cousin, Iran, and then they took in North Korea. They don't need anybody else (Bloomberg Businessweek Editors and Reporters Interview Donald Trump – July 16, 2024).*

(9) *You want to do business with Russia, make a lot of money. It's good. Now the worst thing happened. **Russia has been forced into the arms of China**. This is something that if you're 10 years old studying history, you learn never let Russia and China get together (Donald Trump Sits for a Pre-recorded Interview with Fox and Friends Weekend – June 2, 2024).*

Обвиняя демократов в формировании данного союза, Д. Трамп параллельно рисовал образ коллективного врага, с которым он как будущий лидер готов бороться. При этом он использовал как антропоморфную эмоциональную метафору, подчёркивающую презрительное отношение указанного коллективного врага к США, так и гастрономическую метафору, указывающую на экономический ущерб, причиняемый этим врагом его стране:

(10) *The biggest problem is what he's saying to **Russia**, China, to Kim Jong Un, North Korea, what he's saying to these countries, they're **laughing at us**. They can't believe this has happened to America (Donald Trump Holds a Political Rally at Temple University in Philadelphia – June 22, 2024).*

(11) *And we've had four years of that, and we can't have another four years because **Russia and China and everybody**, Email: (Donald Trump Holds a Campaign Rally in Reno, Nevada – October 11, 2024).*

В выступлениях Д. Трампа также неоднократно встречались игровые, гастрономические, инструментальные и военные метафоры, позволяющие представить Россию опасным военным противником, угрожающим США и стремящимся достичь мирового доминирования. Например:

(12) *I mean, Russia's **a war machine**. Whether you like it or not, it just grinds along, grinds along. You can speak to people like Viktor Orban, he'll tell you. It's just **a big, fat war machine** (Joe Rogan Interviews Donald Trump for His Podcast in Austin, Texas – October 25, 2024).*

(13) *Now, Russia and China are holding summits to **carve up the world** (Donald Trump Holds a Campaign Event in Coralville, Iowa – December 13, 2024).*

Создание такого образа России традиционно для риторики США и направлено на сплочение нации вокруг политического лидера [1; 14].

Оценочная составляющая образа России в американском предвыборном дискурсе была представлена эпитетами с отрицательными коннотациями (*nasty, wild, xenophobic, corrupt*), что способствовало созданию крайне негативного образа государства, проявляющего жестокость по отношению к Украине и отказывающегося принимать мигрантов в силу присущей ему ксенофобии:

(14) *Israel is blowing up. The Middle East is blowing up. Russia is going **wild** with Ukraine. And things are out of control. And we have nobody that knows how to talk (Adin Ross Interviews Donald Trump on Kick Livestream Platform – August 5, 2024).*

(15) *Why is Russia (stalling so badly economically)? Because **they're xenophobic**. They don't want immigrants (Joe Biden Attends a Campaign Fundraiser Event in Washington – May 1, 2024).*

Однако несмотря на очевидно преобладающее использование оценочных прилагательных с негативной коннотацией, в рамках одной из своих предвыборных речей Д. Трамп использовал эпитет *poor*, подчёркивая, что Россия слишком часто становится объектом обвинений в скандальных делах на политической арене. Такая позиция была обусловлена стремлением Д. Трампа доказать несостоятельность утверждений Дж. Байдена о вмешательстве России в выборы президента США 2016 и 2024 гг.:

(16) *And I said, "Oh, no. It's Russia, Russia, Russia all over again." But they don't look at China, and they don't look at Iran. They look at Russia. I don't know what it is with **poor** Russia (Donald Trump Holds a Campaign Rally in Mosinee, Wisconsin – September 7, 2024).*

Приведённую выше интерпретацию можно подтвердить ещё одним примером, в котором Д. Трамп использовал лексему *scam* и фразеологизм *witch hunt*, говоря о несостоятельности утверждений о российском вмешательстве в ход предвыборной кампании, тем самым снимая обвинения и с самого себя:

(17) *It's political interference. It's a witch hunt just like the fake Russia, Russia, Russia **scam** was a **witch hunt** and just like they want to start that scam all over again by announcing that Russia, Russia, Russia we're talking about (Donald Trump Holds a Press Conference in New York – September 6, 2024).*

Ассоциативная составляющая образа России была представлена в предвыборных выступлениях представителей Демократической партии в основном в микроконтекстах, в которых лексема *Russia* употреблялась совместно с лексикой с негативными коннотациями. В рамках своих речей Дж. Байден и К. Харрис стремились сформировать ассоциации России с агрессией и оккупацией чужих земель:

(18) *Together, we deterred further Russian **aggression** in Europe (Joe Biden Holds a Bilateral Meeting with Jens Stoltenberg of NATO – June 17, 2024).*

(19) *And, by the way, Russia's brutal **invasion** of Ukraine led to the highest-record food crisis in all of history (Joe Biden Delivers an Opening Statement at the G20 Summit in Rio de Janeiro – November 18, 2024).*

(20) *I actually met with Zelenskyy a few days before Russia **invaded, tried through force to change territorial boundaries**, to defy one of the most important international rules and norms, which is the importance of sovereignty and territorial integrity (ABC Hosts a Presidential Debate with Kamala Harris and Donald Trump – September 10, 2024).*

В выступлениях Д. Трампа закреплялись традиционные для США ассоциации России с коммунизмом и сталинизмом, репрезентирующими Россию как крайне сложного для взаимоотношений партнёра, наряду с Китаем, и воспроизводящими достаточно негативный образ государства в массовом сознании:

(21) *You don't get a jury. This is **communist** Russia. This is a communist China. Nobody's ever heard of a thing like this. We don't get a jury. It's unthinkable (Donald Trump Addresses His Club 47 Fan Club in West Palm Beach, Florida – October 11, 2023).*

(22) *We discussed that before, but this is more like **Stalinist** Russia or Communist China that we're dealing with. These people have reached a level of Trump Derangement syndrome that nobody thought was possible (Donald Trump Addresses the North Carolina GOP Convention in Greensboro – June 10, 2023).*

Выводы

Проведённый анализ показывает, что образ России использовался в американском предвыборном дискурсе для оправдания или, наоборот, критики деятельности предшествующего президента, а также для сплочения нации вокруг будущего политического лидера. В дискурсе демократов, обосновывающих правомерность их враждебной политики по отношению к России, последняя представляла как агрессивное, коррупционное государство, нарушающее международные резолюции, стремящееся к тотальному контролю и проявляющее нечестность по отношению к мировому сообществу в своём желании совместно с Китаем доминировать в Арктическом регионе.

Образ агрессивной России создавался и в предвыборных речах республиканской партии с целью сплочения нации вокруг будущего политического лидера. С этой же целью формировался образ коллективного врага Россия – Китай, однако он использовался и для обвинения Дж. Байдена в возникновении данного союза. Говоря о сложности выстраивания отношений с Россией, Д. Трамп обращался к традиционным ассоциациям России с коммунизмом и сталинизмом, чуждыми США, что также способствовало созданию достаточно негативного образа. Употребление по отношению к России эпитета *rog* имело целью снять с России и с самого Д. Трампа обвинения о российском вмешательстве в американские президентские выборы.

Список источников

1. Андреева Г.Р. Образ врага в американской внешней политике конца XX в. – начала XXI в // Российская школа связей с общественностью. 2017. № 10. С. 12–16.
2. Блохин К.В. «Крестовый поход» Дж. Байдена против России: причины и перспективы эскалации американо-российских отношений // Свободная Мысль. 2021. № 3 (1687). С. 85–94.
3. Боева-Омелечко Н.Б. Средства политической модализации в современном англоязычном медиадискурсе // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2018. № 4 (32). С. 14–21.
4. Боева-Омелечко Н.Б. Концепт и антиконцепт как диалектическое единство // Когнитивные исследования языка. 2014. № 18. С. 39–42.
5. Бурдина Е.В. Подходы к России в президентских кампаниях США 2016–2024 годов: сравнительный анализ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2024. Вып. 4 (857). С. 9–16.
6. Ворожцова О.А. Лингвистическое исследование прецедентных феноменов в дискурсе российских и американских президентских выборов 2004 года // Автореф. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук. Екатеринбург, 2007. 24 с.
7. Дьяченко И.А., Королева Т.А., Петрухина О.П. Лексические средства формирования образа России в политическом дискурсе (на материале выступлений Д. Трампа) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2019. С. 205–210.
8. Кокурина И.В., Хорецкая Н.Ю. Фрейминг и образ США в немецкоязычных СМИ // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2019. № 1(19). С. 25–30.
9. Коптякова Е.Е. Образ Германии в российской и американской медиа-картинах мира: стереотипы и метафоры // Автореф. дис. канд. филол. наук. Екатеринбург, 2009. 23 с.
10. Куравлёва Т.Ю., Кондрашова В.Н. Самопрезентация в предвыборном дискурсе: корпусное исследование (на материале предвыборных речей Б. Сандерса и Х. Клинтон) // Научный диалог. 2018. № 4. С. 100–112.
11. Малышева Е.Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. 2009. № 4(30). С. 32–40.
12. Маник С.А., Якимчук Ю.С. Коммуникативные стратегии президента Байдена как представителя американской политической элиты // Политическая лингвистика. 2021. № 5 (89). С. 62–69.
13. Молодыхенко Е.Н. Создание образа врага как персуазивная стратегия американского политического дискурса: когнитивный и лингвопрагматический анализ (на материале публичных речей политических деятелей 1960–2008 гг.) // Автореф. дис. канд. филол. наук. СПб., 2010. 24 с.
14. Молодыхенко Е.Н. Текстовое моделирование образа врага в истории и политике (на материале текстов президентского дискурса США) // Политическая лингвистика. 2012. № 4 (42). С. 145–156.

15. *Нахимова Е.А.* Идеологема «Сталин» в современной массовой коммуникации // Политическая лингвистика. 2011. № 2. С. 152–156.
16. *Пакус В.О.* Контрастная репрезентация образа США в американском политическом президентском и оппозиционном дискурсе XXI века // Дис. канд. филол. Наук. Ростов-на-Дону, 2023. 179 с.
17. *Постерняк К.П.* Динамика вербализации образа-концепта «Россия» в британском медиадискурсе XX–XXI вв. // Дис. канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2021. 183 с.
18. *Романов А.А.* Трамп 2.0: О некоторых итогах президентских выборов в США в 2024 г. // Вестник университета мировых цивилизаций. 2024. Т. 15. № 4 (45). С. 47–52.
19. *Свиштунова Н.И.* Языковая репрезентация образа Британии (на материале книги Карен Хьюит 'Understanding Britain today') // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 1(80). С. 442–445.
20. *Степанова Е.В., Хамди Шахин* Образ России в американском политическом дискурсе: вербальные репрезентации // Парадигмы управления, экономики и права. 2024. № 1 (11). С. 7–15.
21. *Benoit W.L.* The Functional Theory of Political Campaign Discourse // Политическая лингвистика. 2006. No 18. С. 10–34.
22. *Boeva-Omelechko et al.* Two Images of Russia in the British Political Mass Media Discourse of 1991–1993 and 2013–2019: Pragmastylistic Aspect // Online Journal of Communication and Media Technologies. 2019. Vol. 9. No. 4. P. 201926.
23. *Boulding K.E.* The Image. Knowledge in Life and Society. US: The University of Michigan, 1961. 198 p.
24. *Posternyak, K.P., Boeva-Omelechko N.B.* The Formation of the Image of Russia in the British Political Mass Media Discourse // Acta Scientiarum Language and Culture. 2018. Vol. 40. No. 2. P. 41086.

References

1. *Andreeva G. R.* “Enemy image” in us foreign policy of the late 20th – early 21st century // Russian School of Public Relations. 2017. No. 10. P. 12–16.
2. *Blokhin K.V.* J. Biden’s «crusade» against Russia. Reasons and prospects for the escalation of US-Russian relations // Svobodnaya Mysl. 2021. No. 3 (1687). P. 85–94.
3. *Boeva-Omelechko N.B.* Means of political modalization in modern English-language media discourse // Actual problems of philology and pedagogical linguistics. 2018. No. 4 (32). P. 14–21.
4. *Boeva-Omelechko N.B.* Concept and anti-concept as a dialectical unity // Cognitive Studies of Language. 2014. No 18. P. 39–42.
5. *Burdina E.V.* Approaches Towards Russia in US 2016–2024 Presidential Campaigns: A Comparative Perspective // Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social Sciences. 2024. No. 4 (857). P. 9–16.
6. *Vorozhtsova O.A.* Linguistic study of precedent phenomena in the discourse of the Russian and American presidential elections 2004 // Abstract of the PhD of Philology Dis. Ekaterinburg, 2007. 24 p.
7. *Dyachenko I.A., Koroleva T.A., Petrukhina O.P.* Lexical means of forming the image of Russia in political discourse (based on the speeches of D. Trump) // Philological sciences. Questions of theory and practice. Tambov: Gramota, 2019. P. 205–210.
8. *Kokurina I.V., Khoretskaya N.Y.* Framing and the image of the USA in German-language media // Bulletin of Ivanovo State University. Series: Humanities. 2019. No. 1(19). P. 25–30.

9. *Koptyakova E.E.* The image of Germany in Russian and American media pictures of the world: stereotypes and metaphors // Abstract of the PhD of Philology Dis.. Ekaterinburg, 2009. 23 p.
10. *Kuravlyova T.Y.* Self-Presentation in Campaign Discourse: Corpus Assisted Study (A Case of B. Sanders's and H. Clinton's Campaign Speeches) // Scientific Dialogue. 2018. No. 4. P. 100–112.
11. *Malysheva E.G.* Ideologeme as a linguacognitive phenomenon: definition and classification // Political linguistics. 2009. No. 4 (30). P. 32–40.
12. *Manik S.A., Yakimchuk Y.S.* Communicative strategies of President Biden as a representative of the American political elite // Political Linguistics. 2021. No. 5 (89). P. 62–69.
13. *Molodychenko E.N.* Creating an Enemy Image as a Persuasive Strategy of American Political Discourse: Cognitive and Linguopragmatic Analysis (Based on Public Speeches of Political Figures from 1960–2008) // Abstract of the PhD of Philology Dis. St. Petersburg, 2010. 24 p.
14. *Molodychenko E.N.* Enemy image construction in history and politics (the case of us presidential discourse) // Political Linguistics. 2012. No 4(42). P. 145–156.
15. *Nakhimova E.A.* Ideologeme 'Stalin' in contemporary mass communication // Political Linguistics. 2011. No 2. P. 152–156.
16. *Pakus V.O.* Contrasting Representation of the Image of the USA in American Political Presidential and Opposition Discourse of the 21st Century // Abstract of the PhD of Philology Dis. Rostov-on-Don, 2023. 179 p.
17. *Posternjak K.P.* Dynamics of Verbalization of the Image-Concept "Russia" in the British Media Discourse of the 20th–21st Centuries // Abstract of the PhD of Philology Dis. Rostov-on-Don, 2021. 183 p.
18. *Romanov A.A.* Trump 2.0: Some reflections on the results of the presidential election in the USA in 2024 // Bulletin of the University of World Civilisations. 2024. Vol. 15. No. 4 (45). P. 47–52.
19. *Svistunova N.I.* Linguistic representation of Britain (studies of the book by Karen Hewitt "Understanding Britain Today") // The World of Science, Culture, Education. 2020. No 1(80). P. 442–445.
20. *Stepanova E.V., Hamdy Shaheen* Images of Russia in American Political Discourse: Verbal Representations // Paradigms of Management, Economics and Law. 2024 № 1 (11). Pp. 7–15.
21. *Benoit W.L.* The Functional Theory of Political Campaign Discourse // Political Linguistics. 2006. No. 18. P. 10–34.
22. *Boeva-Omelechko et al.* Two Images of Russia in the British Political Mass Media Discourse of 1991–1993 and 2013–2019: Pragmastylistic Aspect // Online Journal of Communication and Media Technologies. 2019. Vol. 9. No. 4. P. 201926.
23. *Boulding K.E.* The Image. Knowledge in Life and Society. US: The University of Michigan, 1961. 198 p.
24. *Posternyak K.P., Boeva-Omelechko N.B.* The formation of the image of Russia in the British political mass media discourse // Acta Scientiarum Language and Culture. 2018. Vol. 40. No. 2. P. 41086.

Статья поступила в редакцию 16.03.2025; одобрена после рецензирования 30.03.2025; принята к публикации 30.03.2025.

The article was submitted 16.03.2025; approved after reviewing 30.03.2025; accepted for publication 30.03.2025.