

ИМИДЖ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ В МАТЕРИАЛАХ РУССКОЯЗЫЧНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Введение. Во всех странах мира во главе государства стоит лидер, которого особенно интересует свой облик в глазах потенциальных избирателей, то впечатление, которое он оказывает на них. В кризисных ситуациях, когда партийные программы и лозунги не оказывают должного воздействия на народ, имидж политика, создаваемый посредством СМИ, начинает играть первоочередную роль.

Исследователь Т. Ю. Давыдова представляет образ политического деятеля как «совокупность имиджевой и содержательной стороны, когда политический имидж может создаваться как усилиями самого политического лидера, так и усилиями печатных и электронных СМИ» [1, с. 37]. С позиции исследователя, современный политик «помимо характера, биографии, стиля и манеры поведения должен располагать безупречным внешним видом, от которого во многом зависит его успех. Вместе с тем успешность политика во многом зависит и от личностных качеств, к которым можно отнести ораторские способности, мыслительные возможности, кругозор, образованность, коммуникабельность, убежденность, решительность, требовательность и компетентность. Немаловажную роль в успехе политической деятельности лидера играют также харизма и обаяние, гендерный тип и выраженность индивидуальных черт, манер» [1, с. 98].

Основная часть. Данное исследование направлено на определение способов создания политического имиджа А. Меркель в русскоязычных СМИ на основе анализа текстов интернет-изданий: www.politrussia.com, www.vesti.ru, www.pravda-tv.ru, www.lenta.ru, www.izvestia.ru, www.ria.ru, www.news-front.info, www.bbc.com, www.compromat.ru, www.newsland.com, www.ru.euronews.com, www.gazeta.ru общим объемом 97 статей.

Следует отметить, что в трудах Ф. Гуцалы и С. Л. Недбаевского политический имидж рассматривается как «целенаправленный образ политика, который способен осуществить эмоционально-психологическое влияние на определенных людей или социальную общность. Имидж — это специально создаваемый, преднамеренно формируемый политический образ для достижения поставленных целей. Другими словами, образ политика — это публичная сторона его личности, обращенная непосредственно к народу» [2, с. 26].

В ходе анализа эмпирического материала нами установлено, что как русскоязычные, так и зарубежные журналисты и политики подвергают анализу политическую деятельность и стиль правления канцлера, а также делают прогнозы политического будущего А. Меркель. Для русскоязычных журналистов А. Меркель — политик, который обрёл славу благодаря своей губительной миграционной политике, который поддался влиянию США и ведёт свою политику так, как удобно заокеанским соседям. С одной стороны, немцы любят и уважают своего канцлера, а с другой — давно устали от её правления. По мнению журналистов, электорату ФРГ надоел политический курс канцлера, её политика наобум. Народ стесняется канцлера и хочет видеть у власти достойного политика. Например: *стиль правления Ангелы Меркель можно описать как «доверьтесь нам, мы знаем, как лучше»*. В наш век референдумов и господства соцсетей это не самый модный подход. Но она не следует за модой, она выступает в роли лидера. Не все с ней согласны, и такой подход не лишен рисков. Но Меркель не привыкла менять свою позицию. И не намерена этого делать и на этот раз.

Что касается русских политиков, то они критикуют миграционную политику, обвиняют А. Меркель в неверности своему народу и упрекают в наложении санкций на Россию. А лидер партии ЛДПР сравнил политику канцлера в отношении Украины с политикой Гитлера. Например: *скандальный российский политик, лидер ЛДПР Владимир Жириновский сравнил федерального канцлера Германии Ангелу Меркель с Адольфом Гитлером, которой удалось «оторвать» Украину*.

Всё вышеизложенное свидетельствует о том, что русскоязычные политики подвергают большей частью критике политические действия и политический стиль А. Меркель.

Психологические аспекты деятельности тех, кто «делает» политику, всегда вызывают неослабевающий интерес исследователей. Этот интерес невозможно удовлетворить без изучения личностных качеств политических деятелей и побудительных мотивов их действий. Как самим политикам, так и общественности целесообразно иметь развернутые представления о характере и объеме влияния личности на политику государства. Именно поэтому в русскоязычных СМИ можно часто встретить упоминание *характера* канцлера (42 единицы, 12%). Так, А. Меркель, как и любой человек, имеет положительные и отрицательные черты характера. К положительным чертам журналисты относят работоспособность, крепкие нервы, сдержанность, а к отрицательным — упрямство, предательство, трусость. Она верна старым устоям, консервативна и традиционна. Например: Меркель обладает обостренным чувством справедливости и *живёт по принципу «жить не по лжи»?* Не исключено. *Ждала момента, пока старик (Коль) просчитается?* Возможно.

Любой известный политик, и А. Меркель не исключение, 24 часа в сутки находится под пристальным вниманием журналистов. Все сферы её жизнедеятельности освещаются в СМИ, даже *личная жизнь*

(15 контекстов, 4%). И хотя личная жизнь канцлера не относится прямо к её профессиональной деятельности, она может как помочь построить карьеру, так и провалить её. Личная жизнь А. Меркель не насыщена пикантными подробностями. На католическое Рождество журналисты выследили и выяснили, что и где канцлер покупает к празднику. А народ давно уже знает марку автомобиля и адрес дачи канцлера. Например: зато ей (Меркель) присуще скромное обаяние «обыкновенной немецкой женщины», *которая в свободное время ездит по магазинам на автомобиле “Volkswagen Golf” и выращивает за городом овощи.*

Развитие средств массовой информации и политического рынка предъявляют новые требования к субъектам власти и их деятельности. Одним из основных требований к их деятельности становится завоевание доверия электората — объекта власти, так как власть ассоциируется с конкретной личностью. А завоевание доверия возможно только благодаря лаконичной и убедительной **речи** политика (15 единиц, 4%). Речь канцлера зависит от ситуации: то она логичная, сухая, жёсткая, ироничная, то говорит без резких выпадов и выражений. Журналисты отмечают, что госпожа Меркель никогда не была выдающимся оратором, чем сложнее ситуация с миграционным кризисом, тем более растерянно и неуверенно произносит канцлер даже свою знаменитую фразу “Wir schaffen das”. Например: на все альтернативы европейских коллег Меркель отвечает *ледяным отказом.*

Поведение — качественная характеристика того, как поведёт себя человек в той или иной ситуации. **Поведение** А. Меркель (10 единиц, 3%) нельзя назвать прилежным. Она жестоко и расчётливо обошлась не только со своим бывшим сторонником и экс-канцлером Г. Колем, написав пару статей в известные немецкие издания и тем самым разоблачив его денежные махинации, но и со своими одноклассниками. В свою очередь Г. Коль спустя много лет обвинил госпожу Меркель в неумении пользоваться столовыми приборами и отсутствии знаний столового этикета. А когда канцлер не находит слов, она прибегает к языку тела. Например: в своё время расчётливый Коль был замешан в неприятностях с так называемой «черной кассой» и отмывом партийных средств. *Угадайте, чи ножки застучали по немецкой брусчатке быстрее всех в гонке с доносами на Коля? Правильно, милая и скромная Ангела первой кинулась во влиятельную немецкую газету со статьей о просьбе отстранить Коля от занимаемой должности.*

За четверть века пребывания в политике А. Меркель предстаёт в русскоязычных СМИ не просто как защитник интересов своей страны. Она стала главным архитектором европейского интеграционного проекта, его гарантом. Феноменальная работоспособность помогла ей приобрести знания, умения, навыки, необходимые для политических и государственных деятелей её уровня. Создав в начальный период нахождения у власти впечатление о себе как о слишком жёстком политике и даже заслужив звание «тевтонской Маргарет Тэтчер», А. Меркель со временем стала действовать в соответствии с выражением классика «Иди в открытый мир». Сегодня её называют самой влиятельной женщиной планеты.

Заключение. Имидж политического деятеля, в частности А. Меркель, включает те человеческие характеристики, которые соответствовали представлению о лидере в рамках норм, сложившихся в немецком сообществе. Всё это способствует закреплению информации о могуществе канцлера и определённых успехах в её политической жизни.

Список цитируемых источников

1. Давыдова, Т. Ю. Коммуникативные стратегии, используемые при формировании политического имиджа / Т. Ю. Давыдова // Вестн. Моск. ун-та. Полит. науки. — М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2006. — Вып. 3. — С. 96—106.
2. Гуцал, А. Ф. Имиджология / А. Ф. Гуцал, С. Л. Недбаевский. — М., 2002. — 280 с.

УДК 882.6-1Купала

В. А. Сянчыла

Установа адукацыі «Баранавіцкі дзяржаўны ўніверсітэт», Баранавічы

ПАЭТЫКА ЗАМОВЫ Ў ТВОРАХ ЯНКІ КУПАЛЫ

Уводзіны. Фальклорная традыцыя ва ўсіх яе формах паўплывала на мастацкую свядомасць беларускіх твораў. Асабліва выразна гэта праявілася ў пачатку ХХ стагоддзя, калі нацыянальнае слоўнае мастацтва стваралі Янка Купала, Якуб Колас, Максім Гарэцкі, Максім Багдановіч і інш. Уладзімір Гніламёдаў сцвяржаў, што «ранняя творчасць Янкі Купалы — гэта ўзор міфатворчага мыслення ранняга Купалы, пераймання ім не толькі паэтычных матываў Ф. Багушэвіча, але і традыцыйнага фальклору» [3, с. 9].

Асноўная частка. Замовы (у народзе іх яшчэ называюць заговорами, нагаворами, шэптамі) — гэта славесныя формулы, якім надавалася магічнае значэнне. Замовы — жанр вуснай народнай творчасці, які ў сучасны момант у жывым бытаванні амаль не сустракаецца [5, с. 205]. Разам з тым І. І. Крук, Л. М. Салавей, В. Д. Ліцвінка і іншыя сучасныя збіральнікі і даследчыкі беларускага фальклору