

## ТЕМАТИЧЕСКИЕ ГРУППЫ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДЕЯТЕЛЯ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКИХ И СЕРБСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ)

М. В. Лапыгина

*Воронежский государственный университет*

Поступила в редакции 12 сентября 2017 г.

**Аннотация:** *статья посвящена анализу лексических средств создания положительного образа политика в русских и сербских печатных СМИ. Выявлены тематические группы лексических единиц, используемых для формирования имиджа политического деятеля в России и Сербии, и представлена их сопоставительная характеристика.*

**Ключевые слова:** *имидж, политический дискурс, позитивная характеристика.*

**Abstract:** *the aim of this study is to compare the positive characteristics of Serbian and Russian politicians in Russian and Serbian print media. To this end, we extracted the contexts through which the media most often give the public an idea of the place and weight of the politician in social processes and form his positive image.*

**Keywords:** *image, political discourse, positive characteristics.*

Одной из задач средств массовой информации в современном мире является задача формирования в сознании избирателей определённого имиджа политического деятеля. Цель данного исследования — выявить тематические группы лексики, используемой для положительной характеристики политического деятеля в русских и сербских печатных СМИ, и провести их сопоставительный анализ. Из русских («Известия», «Взгляд», «Ведомости», «Дни.ру») и сербских («Политика», «Правда», «Данас») газет за 2012—2017 гг. извлекались контексты, включающие номинации положительных качеств личности политика.

Использование методики опоры на «ключевые слова» [1, 8], позволило выявить в рамках исследуемого материала несколько тематических групп, часть из которых реализует общие тенденции создания положительного имиджа политика и в России, и в Сербии, а часть отражает национальные особенности.

Общими для СМИ обеих стран являются следующие тематические группы.

**1. Интеллектуальные способности.** Интеллектуальные качества политика — одна из главных составляющих создания положительного образа в русских СМИ (13%). Ключевые слова данной группы — **разум** (11%), **ум** (2%). Например: «Он **разумный** человек, понимает, что вечно быть у руля он не может, и его задача сейчас — подготовить команду молодых, чтобы оставить на них партию» («Известия», 24.02.2013). В сербских печатных СМИ ана-

логичная лексика используется значительно реже, чем в русских (5%). Ключевые слова — **интеллектуалац** (интеллектуал) (3%), **мислилац** (мыслитель) (2%). Например: «Агенција наводи да је Мекмастер, чије је пуно име Херберт Рејмонд, високо цењени војни тактичар и **стратешки мислилац**» («Политика», 20.02.2017).

**2. Политический опыт.** Ключевое слово — **опыт** (19%), искусство (серб. опыт) (7%) (опыт). Например: «Лично к Нарусовой я отношусь с большим уважением — как к политику **с колоссальным стажем и опытом**» («Известия», 22.10.2012), «Према томе, он је одличан кандидат и сигурно једини са **таквим искусством којег Србија има**» («Правда», 24.01.2016).

**3. Способность политика к интенсивной деятельности** (8%). Ключевые слова — **энергичный** (4%), **активный** (3%), **динамичный** (1%), **енергија** (9%). Например: «Большинство россиян считают президента **активным, энергичным ... мужчиной в расцвете лет**» (интернет-газета «Дни.ру», 25.10.2012); «**Новаковић је одлучио да напусти странку и да „своју енергију и капацитете стави на располагање председничком кандидату Вуку Јеремићу**» («Политика», 26.02.2017). В русских печатных СМИ лексические средства характеристики способности политика к интенсивной деятельности более разнообразны, чем в сербских, что отображается в количестве ключевых слов.

**4. Нравственно-этические качества.** Лексика этой группы является важным средством создания положительного имиджа политика. Ключевые сло-

ва в русских печатных СМИ — **честность** (5%), **совесть** (3%), **честь** (3%), **интеллигент** (2%), **культура** (2%), Например: «Удачи тебе, Сергей! А всё остальное: ум, **совесть**, **честь** — у тебя есть» («Взгляд», 07.11.2012). Ключевые слова в сербских печатных СМИ — **чист** (перен. зн. чистый) (3%), **искрен** (искренний) (3%), **принципи** (принципы) (2%), **истина** (истина) (1%), **без афере** (без афер) (1%). Например: «*Јерemiћ је један од ретких бивших кадрова ДС-а који се на време повукао из унутрашње политике и остао је чист и некомпромитован*» («Правда», 25.01.2016). Особенно следует выделить такие нравственно-этические качества личности сербского политического деятеля, как поддержка и готовность помочь (5%). Данные лексические единицы активно используются сербскими и не используются русскими СМИ. Например: «*Želim da čujem što veći broj građana, da vidim na koji način mogu da im pomognem i da zajednički dođemo do rešenja*» («Danas», 20.02.2017)

5. **Волевые качества политика.** В них проявляется способность политика отстаивать политические интересы. Довольно часто и в русских, и в сербских СМИ встречается образ «борца» — человек борется за решение каких-либо конкретных и важных для избирателей проблем. Ключевые слова в русских СМИ — **борец**, **боец**; в сербских — **борба** (борьба) (6%), **борац** (борец) (5%), **храброст** (храбрость) (5%). Например: «*Для людей он настоящий боец*» («Аргументы и факты», 03.10.2012). В российском политическом дискурсе встречается и образ «суровый начальник». При этом слова с отрицательной оценкой приобретают противоположную направленность. Например: «*Сам он уже зарекомендовал себя как жесткий и последовательный боец с коррупцией...*» («Взгляд», 14.03.2013). Сербские печатные СМИ используют ключевое слово «храбрость», которое не встречается в рассмотренном нами материале российских печатных изданий. Например: «*У својој борби „против паразитског система и партократије“ Саша Радуловић, како је то једном приметио његов некадашњи партијски сарадник, а сада потпредседник СПС-а Предраг Марковић, подсећа на Таличног Тома који се бори против неправде*» («Политика», 25.01.2016). Проявление волевых качеств связано также с длительным противостоянием и моральной твердостью политического деятеля (3%). Например: «*Очекујем да Вучић не попусти и да остане чврст, да ће напредњаци једногласно данас да потврде његову кандидатуру*» («Политика», 17.02.2017).

6. **Лидерские качества.** Ключевые слова в русских печатных СМИ — **лидер** (4%), **руководитель** (3%), **влияние** (3%), **незаменимый** (1%), **номер один** (1%). Для усиления речевого воздействия обычно используются прилагательные-распространители. Например: «*А наш президент сейчас является одним из ключевых мировых лидеров*» («Взгляд», 02.10.2013).

Данная группа слов является самой многочисленной при создании положительного имиджа политика в Сербии. Ключевые слова — **фаворит** (4%), **лидер** (3%), **харизма** (3%). Например: «*Ребело де Соуза (67), који је и професор права, бивши министар, члан парламента и некадашњи лидер Социјалдемократске партије десног центра, важио је за апсолутног фаворита на изборима међу групом од 10 кандидата*». («Политика», 24.01.2016). В сербских печатных СМИ в отличие от русских в рамках исследуемого материала характеристика лидерских позиций политика раскрывается с помощью такого качества личности, как «харизма». В политическом дискурсе харизма — это способность политического деятеля вызывать особое отношение, доверие, поклонение. Например: «*Жосе Мурињо (52), подржао је председничку кампању Ребела де Соузе којег је назвао харизматичним победником*». («Политика», 24.01.2016).

7. **Коммуникативные способности политика.** Политик должен быть человеком, способным убеждать и способным вести за собой народ. Ключевые слова — **диалог** (4%), **дар убеждения** (2%), **простой в общении** (2%), **доброжелательный** (2%). Например: «*На последнее мероприятие в МГУ его пригласили именно как чиновника с репутацией «открытый, продвинутый и дружелюбный»*» («Ведомости», 12.02.2013). Ключевые слова сербского политического дискурса в данной группе отличаются от русского и включают следующие лексемы: **разговор** (разговор) (6,5%), **помирить** (помирить) (6,5%). Политик должен стремиться к сохранению мирной политической ситуации, используя свой дипломатический талант. Например: «*Ја нисам од оних који који лупају шаком о сто и ствари пресецају, све и најтеже ситуације морају да се решавају разговором*». («Политика», 21.01.2016).

Таким образом, анализ показал, что в составе ключевых слов русского и сербского дискурса, формирующих положительный образ политика (за исключением групп «интеллектуальные способности» и «политический опыт»), проявляются отличия. Несмотря на то, что большинство ключевых понятий в сербском и русском языках совпадают, печатные СМИ используют для привлечения внимания избирателей и создания положительного имиджа политического деятеля разные лексические единицы. Например, в группе лидерских качеств сербские печатные СМИ употребляют в качестве ключевых слов прилагательные в превосходной степени и лексему «харизма», в русских печатных изданиях ключевыми словами являются слова «лидер», «руководитель», «влияние», «незаменимый», «номер один».

В процентном соотношении совпадающих в двух языках лексических групп также наблюдаются различия. Сербские печатные СМИ акцентируют внимание на лидерских способностях политика (20%) и его волевых качествах (19%), в то время как рус-

ские печатные издания чаще используют лексические единицы, обозначающие нравственно-этические качества (15%) и опыт политика (19%), что свидетельствует о разных приоритетах общественного сознания.

Данные различия во многом обусловлены геополитическими факторами. На протяжении всего своего существования сербам приходилось «постоянно бороться за национальную независимость» [2, 72], поэтому лидерские качества политического деятеля, его готовность защищать свою страну и народ, традиции и самобытность являются для них приоритетными.

Русские в своем большинстве намного спокойнее, чем сербы, обладающие южным темпераментом. Мудрость, вдумчивость, рассудительность — черты,

которые ценятся в русском обществе. Опыт в сознании народа часто связывается с мудростью и рассудительностью, поэтому печатные СМИ так часто используют эту лексическую единицу при создании положительного имиджа политика.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Соломатов С. И. Ключевые слова в журналистском портрете политика и предпринимателя: автореф. дисс. канд. филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» / Станислав Иванович Соломатов. — Екатеринбург, 2005. — 22 с.

2. Правда Е. А. Некоторые особенности коммуникативного поведения представителей сербскоязычной культуры / Е. А. Правда // Коммуникативное поведение славянских народов / ред. проф. П. Пипер (Сербия), проф. И. А. Стернин (Россия); Воронеж, 2004. — Вып. 19. — 226 с.

*Воронежский государственный университет  
Лапыгина М. В., аспирант кафедры общего языкознания и стилистики  
E-mail: maria.lapygina@gmail.com*

*Voronezh State University  
Lapygina M. V., Postgraduate Student of the General Linguistics and Stylistics Department  
E-mail: maria.lapygina@gmail.com*