

Т. Ю. Тамерьян, В. А. Цаголова  
Владикавказ, Россия

### ИМИДЖЕВАЯ СТРУКТУРА КОНЦЕПТА *KANZLERIN ANGELA MERKEL* ПО ДАННЫМ НЕМЕЦКИХ СМИ

**АННОТАЦИЯ.** В статье по данным немецких СМИ выявляется многослойный образ политика *Kanzlerin Angela Merkel*, моделируется имиджевая структура концепта и описываются ее компоненты — идеологемы, мифологемы, демонологемы, этнические и универсальные стереотипы. Образ канцлера ФРГ Ангелы Меркель построен на основе многослойной структуры концепта: метафорической, прецедентной, перцептивной и ассоциативной составляющих. Ядро концепта «*Kanzlerin Angela Merkel*» сформировано образно-метафорической составляющей. С учетом высокой значимости всех пластов концепта околоядерная зона представлена почти в равном соотношении перцептивной и прецедентной составляющими. Центр ядра представлен информационно-понятийным содержанием. Структура имиджа концепта «*Kanzlerin Angela Merkel*», состоящая из внутриполитического (образы, сформированные в сознании жителей ФРГ) и внешнеполитического (образы А. Меркель, отраженные в представлениях жителей других стран мира) блоков, сформирована этностереотипами (типичная немка, экономная хозяйка), универсальными стереотипами (мать, мачеха, специалист-универсал), идеологемами (защитница, патриот), мифологемами (императрица/королева) и демонологемами (Гитлер, «железная леди», Терминатор), вербализующими концепт. Базу имиджевой структуры концепта «*Kanzlerin Angela Merkel*» составили имиджевая легенда и личностные характеристики канцлера ФРГ. Таким образом, имидж современного политического лидера — это сложный социопсихологический феномен, а также многоструктурное лингво-когнитивное образование, возникающее на этнокультурной почве. Он разрабатывается имиджмейкерами по специальным технологиям и внедряется в сознание народа посредством механизмов вербальной массмедийной коммуникации.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** образ политика; концепты; структура концепта; идеологемы; мифологемы; демонологемы; средства массовой информации; СМИ; немецкие СМИ; медиадискурс; медиатексты.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:** Тамерьян Татьяна Юльевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков для неязыковых специальностей, Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова; 362025, Россия, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46; e-mail: tamertu@mail.ru.

Цаголова Виктория Азаматовна, преподаватель немецкого языка, Северо-Кавказское суворовское военное училище Министерства обороны Российской Федерации; 362002, Россия, Владикавказ, ул. Интернациональная, 22; e-mail: vika-t77@mail.ru.

Имидж — тщательно сконструированный и преподносимый обществу образ политика. Процесс конструирования имиджа политика является частью политической коммуникации, поскольку образ общественного деятеля внедряется в сознание аудитории, и это внедрение можно рассматривать как процесс передачи определенной информации. Имидж выполняет посредническую функцию во взаимодействии лидера и массы, побуждая сторонников носителя имиджа к действиям (В. И. Карасик, Н. О. Автаева, Г. Г. Почепцов).

Образ канцлера ФРГ Ангелы Меркель построен на основе многослойной структуры

концепта: образно-метафорической, образно-прецедентной, образно-перцептивной и образно-ассоциативной составляющих.

На основе образно-метафорической составляющей концепта *Kanzlerin Angela Merkel* сложился образ матери, экономной хозяйки, императрицы/королевы, защитницы, специалиста-универсала, железной леди и мачехи (табл. 1).

На основе образно-прецедентной составляющей концепта *Kanzlerin Angela Merkel* выявлен образ императрицы/королевы, матери, мачехи, Гитлера, Терминатора и железной леди (табл. 2).

Таблица 1. Образно-метафорическая составляющая концепта

Внутриполитический образ	Внешнеполитический образ
1) Защитница (+469)	1) Защитница (+1665)
2) Императрица/королева (-3/+268)	2) Императрица/королева (-10/+897)
3) Специалист-универсал (+154/-70)	3) Специалист-универсал (+85/-63)
4) Мать (+125)	4) Железная леди (-71)
5) Экономная хозяйка (+37/-2)	5) Экономная хозяйка (-39)
	6) Мать (+38)
	7) Мачеха (-27)

Таблица 2. Образно-прецедентная составляющая концепта

Внутриполитический образ	Внешнеполитический образ
Императрица/королева (+44)	1) Гитлер (-170)
	2) Мать (+88)
	3) Железная леди (-87)
	4) Терминатор (-87)
	5) Мачеха (-29)
	6) Императрица/королева (+10)

Таблица 3. Образно-перцептивная составляющая

Внутриполитический образ	Внешнесполитический образ
1) Типичная немка (+800)	1) Типичная немка (-300/+27)
2) Экономная хозяйка (+503/-49)	2) Экономная хозяйка (-114/+3)
3) Патриот (+121)	

Таблица 4

БАЗА			
Имиджевая легенда (информационно-понятийное содержание)		Личностные характеристики (образно-перцептивная составляющая)	
Компоненты надстройки	НАДСТРОЙКА		Компоненты надстройки
	Внутриполитический образ	Внешнесполитический образ	
Этностереотипный компонент	типичная немка (+800) экономная хозяйка (+540/-51)	типичная немка (-300/+27) экономная хозяйка (-153/+3)	Этностереотипный компонент
Универсально-стереотипный компонент	специалист-универсал (+154/-70) мать (+125)	мать (+126) специалист-универсал (+85/-64) мачеха (-66)	Универсально-стереотипный компонент
Идеологизированный компонент	защитница (+469) патриот (+121)	защитница (+1665)	Идеологизированный компонент
Мифологизированный компонент	императрица/королева (+312/-3)	императрица/королева (-10/+898)	Мифологизированный компонент
Демонологизированный компонент	-	Гитлер (-170) «железная леди» (-158) Терминатор (-87)	Демонологизированный компонент

На основе образно-перцептивной составляющей концепта **Kanzlerin Angela Merkel** сформировался образ *типичной немки, экономной хозяйки и патриота* (табл. 3).

Как показал анализ, образы *матери и мачехи* были выявлены на базе образно-метафорической и образно-прецедентной составляющих; образ *экономной хозяйки* — на базе образно-метафорической и образно-перцептивной составляющих; образы *типичной немки и патриота* — на базе образно-перцептивной составляющей; образ *императрицы/королевы* — на базе образно-метафорической и образно-прецедентной составляющих; образы *специалиста-универсала и защитницы* — на базе образно-метафорической составляющей; образ «*железной леди*» — на базе образно-метафорической и образно-прецедентной составляющих; образы *Гитлера и Терминатора* — на базе образно-прецедентной составляющей.

Выявленные образы, вербализующие образно-метафорическую, образно-прецедентную и образно-перцептивную составляющие концепта **Kanzlerin Angela Merkel**, позволяют сформировать его имиджевую структуру в немецких СМИ (см. табл. 4).

**База** имиджевой структуры концепта **Kanzlerin Angela Merkel** репрезентируется *имиджевой легендой и личностными характеристиками* канцлера. Имиджевая легенда — это биография политика, конкретные факты из его биографии. **Имиджевая**

**легенда** канцлера А. Меркель формируется на основе когнитивных признаков и их репрезентаций, входящих в информационно-понятийную составляющую концепта **Kanzlerin Angela Merkel**: *род деятельности, партийная принадлежность, территориальное происхождение, образование, семейное положение, социальное происхождение, вероисповедание, социальный статус, претендент на пост, международная номинация.*

**Личностные характеристики** политика А. Меркель, объективированные в образно-перцептивной составляющей, включают характеристику *внешнего облика, сферы досуга, психологического аспекта поведения, идеалов и коммуникативного поведения* А. Меркель. Личностные характеристики канцлера внутри ФРГ маркируются положительно, а за ее пределами — отрицательно.

**Надстройка** представлена 2 блоками: **внутриполитический блок** отражает образы, сформированные в сознании жителей ФРГ, и **внешнесполитический блок** — образ А. Меркель, отраженный в представлениях жителей других стран мира.

Надстройка эксплицируется **этностереотипным, универсально-стереотипным, идеологизированным, мифологизированным, демонологизированным** компонентами амбивалентной аксиологии.

**Внутриполитическую надстройку** составляют **этностереотипный, универсально-стереотипный, идеологизированный и мифологизированный** компо-

ненты. На основе **этностереотипного** компонента выявляются положительные образы экономной хозяйки и типичной немки, например: *“Unsere Bilanz ist eindrucksvoll”, sagt sie, aber keiner jubelt, als sie zu sagen wagt: “Der Aufschwung der letzten Jahre wurde genutzt, um einem ausgeglichenen Haushalt sehr, sehr nahe zu kommen”. Sie preist die Tugenden der schwäbischen Hausfrau, die das Geld zusammenhält* [Der Spiegel. 2009. № 39. S. 40]. — *„Наш баланс впечатляет“, — говорит она, но никто не ликует, когда она отваживается сказать: „Экономического подъема последних лет хватило только на то, чтобы очень, очень приблизиться к сбалансированному бюджету“. Она восхваляет добродетели швабской домохозяйки, которая придерживает деньги.* В период кризиса канцлер ФРГ ведет себя как «типичная швабская домохозяйка». Прилагательное *schwäbisch* — «швабская» является ключевым, так как о бережливости и даже скупости швабов существует множество анекдотов. Отличительными чертами швабской домохозяйки являются бережливость, экономия, надежность. И именно бережливость должна стать основным принципом борьбы с финансовым кризисом.

**Универсально-стереотипный** компонент раскрыл положительный образ матери и амбивалентный образ специалиста-универсала. Образ матери в следующем примере репрезентирован с помощью модели *A.M. — Mutti* — «А. М. — мама»: *Die kinderlose Merkel, die in zweiter Ehe verheiratet ist, wurde in der CDU erst spöttisch und dann später anerkennend „Mutti“ genannt* [Focus online. 08.03.2016]. — *Бездетную Меркель, которая замужем во второй раз, в партии ХДС сперва насмешливо, а позже уважительно называли „мама“.*

Образ **специалиста-универсала** в следующих фрагментах репрезентирован посредством метафорических моделей *A.M. — Anwältin (der Reichen)* — «А. М. — адвокат (богатых людей)», *A.M. — Interessenvertreterin (der Reichen)* — «А. М. — представительница интересов (богатых людей)» и *A.M. — die Lokomotivführerin* — «А. М. — машинист локомотива»: *Einer Umfrage für den SPIEGEL zufolge hält die Mehrheit der Deutschen sie für eine Anwältin der Reichen. Das Ergebnis ist eindeutig: Nur 26 Prozent der Bundesbürger glauben, dass Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) den Interessen der kleinen Leute verpflichtet ist. 60 Prozent sehen die Kanzlerin hingegen eher als Interessenvertreterin der Reichen* [Spiegel online. 01.12.2007]. — *Согласно опросу для журнала „Шпигель“, большинство немцев видит в ней адвока-*

*та для богатых людей. Результат однозначен: только 26 % граждан Германии верят, что Ангела Меркель представляет интересы простых людей. 60 %, напротив, видят в канцлере представительницу интересов богатых.* С помощью синонимических моделей *A.M. — Anwältin (der Reichen)* — «А. М. — адвокат (богатых людей)» и *A.M. — Interessenvertreterin (der Reichen)* — «А. М. — представительница интересов (богатых людей)» автор статьи доносит до сознания читателей мысль о социальной односторонности заботы А. Меркель о гражданах своей страны: *In Rheinland-Pfalz sei von dem Aufschwung leider nichts zu spüren. Hier regiert ja auch seit zehn Jahren die SPD in Gestalt des Ministerpräsidenten Kurt Beck. Das hätten die Menschen nicht verdient, findet Böhr. Deshalb sollen sie bei den Landtagswahlen am 26. März ihn wählen. Nur so könnten sie sicherstellen, dass sie nicht «abgehängt» werden, sondern mit auf dem Zug fahren, den Merkel, die Lokomotivführerin, lenkt* [Spiegel online. 07.01.2006]. — *В земле Рейнланд-Пфальц не ощущается экономический подъем. Здесь уже десять лет правит партия СДПГ во главе с премьер-министром Куртом Беком. Этого люди не заслужили, считает Бер. Поэтому они должны выбрать его (Бера) на выборах в ландтаг 26-го марта. Только так они могут быть уверены, что их не „отцепят“, а наоборот они будут прикреплены к локомотиву, которым управляет Меркель, машинист локомотива.* Сценарий работы железнодорожного узла развивается благодаря ассоциации земли Рейнланд-Пфальц с вагоном поезда, который могут отцепить или позволить ему благополучно следовать дальше при условии, что он будет прицеплен к «локомотиву» — партии ХДС, которым управляет «машинист» А. Меркель.

**Идеологизированный** компонент продемонстрировал положительные образы защитницы и патриота. Образ защитницы в следующем примере репрезентирован с помощью модели *A.M. — Klima-Kämpferin* — «А. М. — борец за климат»: *Für die „Klima-Kanzlerin“ steht viel auf dem Spiel. UN-Klimachef Yvo de Boer lobte ihre bisherigen Anstrengungen für den weltweiten Klimaschutz. „Sie ist eindeutig eine Klima-Kämpferin von Statur“. Viel Vorschuss für Merkel* [Focus online. 17.10.2009]. — *Для канцлера климата многое поставлено на карту. Секретарь ООН по вопросам климата Иво де Бойер похвалил все ее старания по защите климата во всем мире. „Она однозначно по своей природе является борцом за климат“. Большой аванс для Меркель.*

Образ *патриота* в следующем фрагменте репрезентирован с помощью цветовой гаммы одежды А. Меркель: **Schwarze Hose, roter Blazer mit goldenem Kragen** — *so ist sie für die Talkshow „Anne Will“ gekleidet* [Focus online. 29.02.2016]. — **Черные брюки, красный блейзер с золотым воротником** — *так она оделась на ток-шоу „Anne Will“*. В ток-шоу «Anne Will» на телеканале ARD канцлер заявила, что ее предназначение — служить Германии и защищать ее интересы. Одетая она была соответственно своему заявлению — в цвета национального флага ФРГ.

В содержании **мифологизированного** компонента проявился положительный образ *императрицы/королевы*. Например: *Sie will bleiben, was sie schon in den vergangenen vier Jahren war: die Präsidialkanzlerin Angela Merkel, Königin von Deutschland* [Spiegel online. 24.10.2009]. — *Она хочет остаться тем, кем она была в течение четырех прошедших лет: канцлером, наделенным высшей властью. Ангела Меркель, королева Германии.*

Внешнеполитическую надстройку составляют **этностереотипный, универсально-стереотипный, идеологизированный, мифологизированный и демонологизированный** компоненты.

**Этностереотипный** компонент реализуется отрицательными образами *экономной хозяйки и типичной немки*. Например: *25 EU-Staaten haben den Fiskalpakt beschlossen. Doch sonnen kann sie sich in dem Erfolg nicht. Dank ungeschickten Taktierens innerhalb der Bundesregierung muss sie wieder gegen das Image der bösen deutschen Sparkommissarin kämpfen* [Spiegel online. 31.01.2012]. — *25 стран Евросоюза подписали фискальный пакт. Но все же грезиться в лучах славы ей не приходится. Благодаря неловкой тактике федерального правительства ей снова нужно бороться с имиджем злого немецкого комиссара экономии.*

**Универсально-стереотипный** компонент составили положительный образ *матери* и отрицательные образы *мачехи* и *специалиста-универсала*.

В следующем фрагменте образ *матери* эксплицирован посредством модели А. М. — *mitfühlende Mutter* — «А. М. — сочувствующая мать»: *Während rechte Demonstranten die Regierungschefin bei ihrem Besuch in Heidenau ausbuhten und als Volksverräterin beschimpften, feiern Syrer sie bei Facebook und Twitter als „mitfühlende Mutter“*. *Die Kanzlerin, die noch vor Wochen für ihren unbeholfenen Umgang mit dem palästinensischen Flüchtlingsmädchen Reem gescholten wurde,*

*wird plötzlich zur deutschen Schwester von Mutter Teresa hochgelobt* [Spiegel online. 28.08.2015]. — *В то время как ультраправые демонстранты освистали главу правительства во время ее визита в Гайденау и обзывали предателем народа, сирийцы в „Фейсбуке“ и „Твиттере“ восхваляют сочувствующую мать. Канцлер, которого еще несколько недель назад ругали за неловкое обращение с девочкой по имени Рем — беженкой из Палестины, вдруг восхваляется как немецкая сестра Матери Терезы.*

Образ *мачехи* в следующем примере эксплицирован с помощью прецедентного феномена *Königin-Stiefmutter* — «королева-мачеха»: *Jedenfalls sollte es eine Entzauberung sein. Aus der gekrönten „Königin Europas“, als die das Magazin „Le Point“ Frau Merkel gerade ausgerufen hatte, ist aus französischer Sicht eine Usurpatorin geworden, eine Königin-Stiefmutter, der das Spieglein an der Wand des Elysee-Palastes nicht mehr bestätigt, die Schönste im ganzen Euroland zu sein* [Der Spiegel. 2013. № 21: 102]. — *Определенно произошло расколдование. Из „королевы Европы“, кем ее провозгласил когда-то журнал „Le Point“, она превратилась, по мнению французов, в узурпатора, в королеву-мачеху, которой зеркальце на стене Елисейского дворца больше не подтверждает, что она самая красивая во всей Европе. Деятельность канцлера ФРГ безоговорочно одобрялась французскими СМИ, когда экс-президент Н. Саркози и А. Меркель не только возглавляли антикризисную инициативу, но и поддерживали личные контакты. Приход к власти Ф. Олланда привел к разладу отношений между Францией и Германией и смене оценочных приоритетов.*

Образ *специалиста-универсала* в нижеприводимом фрагменте репрезентирован с помощью модели А. М. — *die gnadenlose teutonische Zuchtmeisterin* — «А. М. — беспощадная тевтонская воспитательница»: *Das Bild von der gnadenlosen teutonischen Zuchtmeisterin, besessen von einer Autoritätspolitik ohne Rücksicht auf Verluste, es hat sich im Ausland seitdem immer mehr festgesetzt* [Spiegel online. 29.08.2012]. — *Образ беспощадной тевтонской воспитательницы, одолеваемой авторитарной политикой, не считающейся ни с чем, с тех пор все больше закрепился за границей. Композитная модель А. М. — die gnadenlose teutonische Zuchtmeisterin — «А. М. — беспощадная тевтонская воспитательница» формируется базовой проекцией в область «Педагогика» (компонент *Zuchtmeisterin* «воспитательница») и дополнительной в область немецкой истории (ком-*

понент *gnadenlose teutonische* «беспощадная тевтонская»), отсылающей к Тевтонскому ордену, члены которого были беспощадны к врагу, но заботливы к тем, кто находится в их подчинении (намек на покровительство канцлера своему «ближнему кругу»).

**Идеологизированный** компонент представлен положительным образом *защитницы*. Например: *Die „New York Times“ fasste ihre Situation <...> in folgende, hoffnungsfrohe Schlagzeile: „Donald Trumps Wahlsieg lässt Angela Merkel als letzte Verteidigerin des liberalen Westens zurück“* [Focus online. 18.11.2016]. — Газета „Нью-Йорк таймс“ сформулировала положение дел в следующем оптимистическом крупном заголовке: „После победы Дональда Трампа на выборах Ангела Меркель остается **последней защитницей либерального Запада**“.

**Мифологизированный** компонент объективирует положительный образ *императрицы/королевы*. Например: *Ganz anders in den USA: Das feministische US-Portal „Jezebel“ feierte Merkels Kür mit einem begeisterten „Yasssss Mom!!!!!! Merkel kween!“* [Spiegel online. 10.12.2015]. — В США все совсем иначе: феминистический портал США „Jezebel“ **чествовал избрание Меркель восторженным „Дааааа мамочка!!!!!! Меркель королева!“**

На основе **демонологизированного** компонента проявились отрицательные образы *Гитлера*, *Терминатора* и «**железной леди**». Проиллюстрируем образы *Гитлера* и *Терминатора* примером. В статье под заголовком *Britisches Blatt vergleicht Merkel mit Hitler und dem Terminator* — «Британский журнал сравнивает Меркель с **Гитлером** и **Терминатором**» приводится обзор европейской прессы, критикующей политику А. Меркель по отношению к кризисным европейским государствам: ***Merkel plus Terminator gleich Merkelnator. Die Bundeskanzlerin sei die gefährlichste Frau der Welt — und müsse gestoppt werden*** [Spiegel online. 21.06.2012]. — ***Меркель плюс Терминатор равно Меркельнатор. Федеральный канцлер является самой опасной женщиной в мире и должна быть остановлена.***

Образ «**железной леди**» проиллюстрируем примером из статьи под названием ***Maggie Merkel inszeniert sich als Euro-Retterin*** — «**Мэгги Меркель** презентует себя как спасительница евро» [Spiegel online. 25.03.2010], где рассказывается о том, что, несмотря на требования европейских партнеров помочь Греции, находящейся в долговой яме, А. Меркель отказывает в новом займе. Автор статьи апеллирует к ситуации введения жестких мер экономии и ограниче-

ния государственных расходов для вывода Великобритании из финансового кризиса в бытность М. Тэтчер премьер-министром страны. Повторение прецедентной трансформы *Maggie Merkel* как в заголовочной, так и во внутритекстовой позиции моделирует «сюжетную» линию представления событий и их результат, ориентируя на заведомо негативную оценку действий канцлера А. Меркель.

Таким образом, на основе внутривнутриполитического и внешнеполитического блока сформированы образы *типичной немки* (для немцев и жителей других стран), *экономной хозяйки* (для жителей ФРГ и других стран Евросоюза), *матери* (для кабинета министров ФРГ, для немецкой нации, для Европы, для беженцев), *императрицы/королевы* (ФРГ, Европы), *защитницы* (немецкой нации, Евросоюза, валюты евро, европейской финансовой системы, целостности Евросоюза, Вселенной, беженцев из мусульманских стран), *специалиста-универсала* (судья, адвокат, куратор класса, воспитательница, гувернантка, мостостроитель, подрывник, архитектор, режиссер, исполнительница главной роли, иллюзионист, акробат, водитель, машинист локомотива, физик, техничка, комиссар, медсестра, терапевт, охотница, дирижер, ремесленник), *патриота* (Германии), *мачехи* (Европы), *Гитлера*, *Терминатора* и «**железной леди**».

Образ *типичной немки* сложился на основе *внешних особенностей* (имеет средне-статистическую внешность и фигуру; прическа практичная, держится весь день); *личных качеств* (скромность, практичность, бережливость), *стиля одежды* и *аксессуаров* (одевается обычно, не дорого, однообразно; одежда практичная; обувь удобная и практичная). Данный образ оценивается гражданами ФРГ положительно, гражданами других стран — негативно.

Образ *экономной хозяйки* порожден мерами жесткой экономии в Германии и странах ЕС, сокращением заработной платы и государственных расходов в период экономического кризиса. Данный образ оценивается положительно в ментальности жителей ФРГ и негативно кризисными европейскими странами.

Образ *матери* навеян материнской заботой о министрах своего кабинета, о немецкой нации, о странах ЕС, а также деятельностью канцлера в решении вопросов миграционной политики.

Образ *императрицы/королевы* обусловлен главенствующей ролью Германии во главе с А. Меркель в ЕС.

Образ *защитницы* сложился на основе протекционистской деятельности А. Меркель

в таких сферах, как *мировая экология, финансовая система Европейского союза, промышленность Германии, демократическая система в странах ЕС, политика стран ЕС, благополучие граждан Германии, целостность ЕС, финансовая стабильность Германии, международная политика, экономика ЕС, внутривластная политика, атомная энергетика, европейская внутренняя политика, международная торговля, мировая миграционная политика*. Данный образ оценивается одинаково положительно как на внутривластной, так и на внешнеполитической арене.

Появление образа *специалиста-универсала* широкого диапазона обусловлено деятельностью канцлера по урегулированию ситуации в Европе и мире, связано с отношением А. Меркель к кризисным странам, является результатом анализа политических средств воздействия канцлера. Данный образ используется, чтобы описать защиту канцлером интересов обеспеченных слоев населения Германии, выявить отсутствие у канцлера лидерских и управленческих качеств, ее стратегическую недалекость, ее способность убеждения и привлечения сторонников, миссию А. Меркель в ЕС в связи с беженцами, принципами ведения политических переговоров с мужчинами-политиками, с укреплением ЕС. Амбивалентная акцентуализация образа А. Меркель в качестве специалиста-универсала внутри ФРГ и в мире говорит о том, что А. Меркель как специалист-универсал не компетентна как в вопросах урегулирования внутрисубъективных, так и международных проблем. Однако внутри страны преобладает положительная оценка образа А. Меркель в качестве специалиста-универсала. Вместе с тем, по обзорам мировых оценок немецкой прессой, за пределами страны ее деятельность оценивается со значительным преобладанием негативной оценки. Результаты анализа профессиональной метафоры совпадают с оценкой деятельности А. Меркель жителями страны по данным ассоциативного эксперимента и свидетельствуют об отсутствии у канцлера ФРГ лидерских и управленческих качеств.

Символический образ *патриота* репрезентирован посредством цветовой гаммы одежды (костюмы цветов флага ФРГ), украшений (ожерелье цветов флага ФРГ) и увлечений (канцлер посещает все матчи с уча-

стием национальной футбольной команды Германии).

Появление негативных образов *мачехи, Гитлера, Терминатора* и «*железной леди*» связано с жесткими мерами, введенными А. Меркель в находящихся на грани банкротства кризисных странах ЕС.

Обобщая проведенное исследование, мы заключаем, что надстроечная структура имиджа концепта ***Kanzlerin Angela Merkel***, состоящая из внутривластного и внешнеполитического блоков, сформирована этностереотипами (*типичная немка, экономная хозяйка*), универсальными стереотипами (*мать, мачеха, специалист-универсал*), идеологиями (*защитница, патриот*), мифологиями (*императрица/королева*) и демонологиями (*Гитлер, «железная леди», Терминатор*).

Таким образом, имидж современного политического лидера — это, с одной стороны, сложный социопсихологический феномен, с другой — многоструктурное лингвокогнитивное образование, возникающее на этнокультурной почве. Он разрабатывается имиджмейкерами по специальным технологиям и внедряется в сознание народа посредством механизмов вербальной массовой коммуникации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Автаева Н. О. Информационные технологии формирования имиджа политика: гендерный аспект: по материалам российской центральной и региональной прессы рубежа XX—XXI вв. : дис ... канд. полит. наук : 23.00.02. — Нижний Новгород, 2006. 254 с.
2. Карасик В. И. Понятие образа, имиджа и стереотипа [Электронный ресурс]. URL: [http://velib.com/read\\_book/bogoljubova\\_natalja/mezhkulturnaja\\_kommunikacija\\_i\\_mezhdunarodnyjj\\_kulturnyj\\_obmen\\_uchebnoe\\_posobie/glava\\_ii\\_obrazy\\_i\\_midzhi\\_i\\_stereotipy\\_v\\_mezhkulturnykh\\_kommunikacijakh\\_i\\_mezhdunarodnom\\_kulturnom\\_obmene/1\\_ponjatije\\_obraza\\_imidzha\\_i\\_stereotipa/](http://velib.com/read_book/bogoljubova_natalja/mezhkulturnaja_kommunikacija_i_mezhdunarodnyjj_kulturnyj_obmen_uchebnoe_posobie/glava_ii_obrazy_i_midzhi_i_stereotipy_v_mezhkulturnykh_kommunikacijakh_i_mezhdunarodnom_kulturnom_obmene/1_ponjatije_obraza_imidzha_i_stereotipa/) (дата обращения: 10.09.2017).
3. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. — М. : Рефл-бук, 2006. 576 с.
4. Der Spiegel. 2009. № 39. S. 40.
5. Der Spiegel. 2013. № 21. S. 102.
6. Focus online. 17.10.2009.
7. Focus online. 29.02.2016.
8. Focus online. 08.03.2016.
9. Focus online. 18.11.2016.
10. Spiegel online. 07.01.2006.
11. Spiegel online. 01.12.2007.
12. Spiegel online. 24.10.2009.
13. Spiegel online. 25.03.2010.
14. Spiegel online. 31.01.2012.
15. Spiegel online. 21.06.2012.
16. Spiegel online. 29.08.2012.
17. Spiegel online. 28.08.2015.
18. Spiegel online 10.12.2015.

T. Yu. Tameryan, V. A. Tsagolova  
Vladikavkaz, Russia

#### THE IMAGE STRUCTURE OF THE CONCEPT CHANCELLOR ANGELA MERKEL BASED ON THE GERMAN MEDIA

**ABSTRACT.** The article studies the multidimensional image of the German politician ***Kanzlerin Angela Merkel*** created by the German media; the image structure of the concept is reconstructed and its components are described – ideologemes, mythologemes,

*demonologemes, ethnic and universal stereotypes. The image of the German Chancellor Angela Merkel is based on the multilayer structure of the concept: metaphoric, precedent, perceptive and associative. The nucleus of the concept **Kanzlerin Angela Merkel** consists of the imagery metaphorical component. The near-nucleus zone is made of perceptive and precedent components in equal proportion. The centre of the nucleus is presented by information and conceptual content. The structure of the concept image of **Kanzlerin Angela Merkel** consists of domestic political (images existing in the minds of Germans) and foreign political (images of A. Merkel present in the minds of foreigners) blocks; it includes ethnic stereotypes (typical German female, thrifty housekeeper), universal stereotypes (mother, step-mother, universal specialist), ideologemes (defender, patriot), mythologemes (empress, queen) and demonologemes (Hitler, Iron lady, Terminator). The basis of the image structure of the concept **Kanzlerin Angela Merkel** consists of the image legend and personal qualities of the German Chancellor. Thus, the image of a contemporary political leader is a complex socio-psychological phenomenon and multistructural linguo-cognitive unit that appears on ethnocultural background. It is developed by image makers with the help of special technologies and is inserted in the minds of people by means of the mechanisms of verbal mass media communication.*

**KEYWORDS:** *image of a politician; concepts; concept structure; ideologeme; mythologeme; demonologeme; mass media; media; German media; media discourse; media texts.*

**ABOUT THE AUTHORS:** *Tameryan Tatiana Yulyevna, Doctor of Philology, Professor, Department of Foreign Languages for Non-linguistic Specialties, North-Ossetian State University n.a. K.L. Khetagurov, Vladikavkaz, Russia.*

*Tsagolova Victoria Azamatovna, German Language Teacher, North-Caucasian Suvorov Military School of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Vladikavkaz, Russia.*

#### REFERENCES

1. Avtaeva N. O. Informatsionnye tekhnologii formirovaniya imidzha politika: gendernyy aspekt: po materialam rossiyskoy tsentral'noy i regional'noy pressy rubezha XX—XXI vv. : dis ... kand. polit. nauk : 23.00.02. — Nizhniy Novgorod, 2006. 254 s.
2. Karasik V. I. Ponyatie obraza, imidzha i stereotipa [Elektronnyy resurs]. URL: [http://velib.com/read\\_book/bogoljubova\\_natalja/mezhkulturnaja\\_kommunikacija\\_i\\_mezhdunarodnyj\\_j\\_kulturnyyj\\_obmen\\_uchebnoe\\_posobie/glava\\_ii\\_obrazy\\_imidzhi\\_i\\_stereotipy\\_v\\_mezhkulturnykh\\_kommunikacijakh\\_i\\_mezhduna\\_rodnom\\_kulturmom\\_obmene/1\\_ponjatie\\_obraza\\_imidzha\\_i\\_stereotipa/](http://velib.com/read_book/bogoljubova_natalja/mezhkulturnaja_kommunikacija_i_mezhdunarodnyj_j_kulturnyyj_obmen_uchebnoe_posobie/glava_ii_obrazy_imidzhi_i_stereotipy_v_mezhkulturnykh_kommunikacijakh_i_mezhduna_rodnom_kulturmom_obmene/1_ponjatie_obraza_imidzha_i_stereotipa/) (data obrashcheniya: 10.09.2017).
3. Pocheptsov G. G. Imidzhelogiya. — M. : Refl-buk, 2006. 576 s.
4. Der Spiegel. 2009. № 39. S. 40.
5. Der Spiegel. 2013. № 21. S. 102.
6. Focus online. 17.10.2009.
7. Focus online. 29.02.2016.
8. Focus online. 08.03.2016.
9. Focus online. 18.11.2016.
10. Spiegel online. 07.01.2006.
11. Spiegel online. 01.12.2007.
12. Spiegel online. 24.10.2009.
13. Spiegel online. 25.03.2010.
14. Spiegel online. 31.01.2012.
15. Spiegel online. 21.06.2012.
16. Spiegel online. 29.08.2012.
17. Spiegel online. 28.08.2015.