

Санкт-Петербургский государственный университет

НАТАЧАЕВА Дарья Федоровна

Выпускная квалификационная работа

**Языковая репрезентация немецких партий в современных
СМИ: лингводискурсивный аспект**

Уровень образования: бакалавриат

Направление 45.03.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа СВ.5055. «Иностранные языки»

Профиль «Немецкий язык»

Научный руководитель: доцент,
Кафедра немецкой филологии,
Езан Ирина Евгеньевна
Рецензент: доцент,
СПбГЭУ,
«Санкт-Петербургский
государственный
экономический
университет»,
Малеева Наталия Михайловна

Санкт-Петербург
2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. Теоретические основы изучения политического дискурса в лингвистике.....	7
1.1 Возникновение, развитие и современное состояние политической лингвистики	7
1.1.1 История исследований языка политики в ФРГ	7
1.1.2 Терминологический аппарат современной политической лингвистики	8
1.2 Дискурсивный аспект политической лингвистики	10
1.2.1 Понятие политического дискурса. Материал дискурс-анализа	10
1.2.2 Методика лингводискурсивного анализа DIMEAN	12
1.3 Роль партийной программы в создании языкового имиджа партии.....	14
1.4 Особенности медиатекста в интернет-изданиях	16
1.5 Политическая лексика и номинация.....	18
1.5.1 Классификация политической лексики	18
1.5.2 Языковые средства репрезентации в политическом дискурсе	21
Выводы по главе 1	24
ГЛАВА 2. Лингводискурсивный анализ медиатекстов предвыборного дискурса в ФРГ	26
2.1 Анализ политического предвыборного дискурса ФРГ	26
2.2.1 Материал исследования	26
2.2.2 Общая характеристика партий (ХДС и Зеленые)	27
2.2.2 Языковой имидж ХДС и партии Зеленых в предвыборных программах.....	28
2.2.3 Основные темы предвыборного дискурса.....	31
2.3 Анализ лексических средств	32
2.3.1 Частотная лексика. Ключевые слова.....	32
2.3.2 Метафоры	37
2.3.3 Антитезы.....	40

2.3.4	Оценочные существительные и прилагательные	43
2.3.5	Фразеологизмы.....	46
2.3.6	Разговорная лексика	47
2.4	Анализ синтаксических средств	49
2.4.1	Риторические вопросы и восклицания.....	50
2.4.2	Перечисления	51
2.4.3	Короткие предложения и эллипсис	52
2.4.4	Стилистические фигуры повтора. Анафора.....	54
	Выводы по главе 2	55
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58
	БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	61
	ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	65

ВВЕДЕНИЕ

В настоящей работе рассматривается лингвопрагматический потенциал предвыборного дискурса 2021 г. как составляющей современного общественно-политического дискурса Германии.

Теоретическую базу исследования составили как труды зарубежных исследователей политического дискурса Й. Килиана (1996, 1997), Х. Гирнта (2002), Й. Кляйна (2005), Н. Яних (2008), М. Шретер (2009, 2017, 2021), Т. Нира (2014, 2021), Х. Кемпер (2017) и др., так и работы отечественных лингвистов Е. И. Шейгал (2000), В. Е. Чернявской (2006), А. П. Чудинова (2007), И. Е. Езан (2011, 2016), В. Э. Шукман (2019) и др.

Актуальность работы заключается в исследовании языковой репрезентации политиков А. Лашета (A. Laschet) и А. Бербок (A. Baerbock), кандидатура которых была выдвинута на пост канцлера ФРГ впервые, что стало поворотным моментом для всего общественно-политического дискурса страны. Архив газетных и журнальных материалов помогает отследить смену настроений в разные периоды предвыборной кампании и составить обширную картину формирования образа партий и ее членов. Знание итогов выборов дает возможность проанализировать влияние политического имиджа на успех партий.

Основной тезис работы состоит в том, что различные СМИ создают образ-стереотип партий и кандидатов на пост канцлера, который впоследствии влияет на восприятие их избирателями и, соответственно, на исход голосования. Репрезентация в СМИ создается посредством использования лексических и синтаксических средств, а также риторических фигур для создания оценки.

Объектом исследования является политический медиадискурс во время предвыборной кампании в ФРГ. *Предмет* исследования – языковые средства репрезентации участников политического дискурса.

Основной целью работы является анализ информационных и публицистических текстов из немецких СМИ, опубликованных в период с

февраля по сентябрь 2021 г., и выявление языковых закономерностей при создании образа участников предвыборной кампании. Для достижения этой цели были поставлены следующие *задачи*:

1. Анализ теоретических трудов, посвященных языку политики, в частности терминологическому аппарату данной сферы исследований, понятию политического дискурса и особенностям современного медиа-дискурса;

2. Формирование репрезентативного корпуса примеров методом сплошной выборки на основе материалов из интернет-версий трех немецкоязычных изданий, среди которых как региональные, так и надрегиональные, как либеральные, так и консервативные СМИ.

3. Проведение лингводискурсивного анализа по методике DIMEAN на интра- и транстекстуальном уровнях.

4. Выявление лексических и синтаксических языковых приемов, и средств, имеющих оценочный потенциал в политическом дискурсе и их дальнейший прагматический анализ.

Материалом для корпуса примеров стали 206 статей, опубликованные во время предвыборной кампании, с февраля по сентябрь 2021 г. Источниками послужили онлайн-газеты *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)* и *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)*, а также онлайн-версия журнала *Spiegel*.

В процессе работы использовались следующие *методы исследования*: метод сплошной выборки для формирования корпуса примеров, метод контекстуального анализа и метод функционально-прагматического анализа.

Работа имеет следующую *структуру*: введение, две главы, заключение и библиографический список.

В первой главе рассматриваются русско- и немецкоязычный терминологический аппарат исследований языка политики, особенности медиатекста в интернет-СМИ, подходы к рассмотрению понятия политического дискурса, составляющие модели лингводискурсивного анализа DIMEAN.

Вторая глава содержит обзор состояния политического дискурса Германии на момент начала предвыборной кампании 2021 г., сравнение основных положений программ ХДС и партии Зеленых. Проводится анализ языковых средств репрезентации. В данной главе мы сосредоточились на лексических и синтаксических средствах, обладающих экспрессивным и оценочным потенциалом.

Заключение отражает общие итоги исследования.

Список использованной литературы насчитывает 48 наименований, из них 26 на немецком языке, 22 на русском языке.

ГЛАВА 1. Теоретические основы изучения политического дискурса в лингвистике

1.1 Возникновение, развитие и современное состояние политической лингвистики

1.1.1 История исследований языка политики в ФРГ

Осознание того, что политика функционирует через язык послужило толчком для развития лингвистической перспективы «исследования языка и политики» (*Sprache- und Politikforschung*, здесь и далее перевод наш. – Д. Н.), которая стала устоявшейся областью языкознания в 1960-х гг. Руководящий принцип исследований в этой сфере был сформулирован В. Дикманном, считающимся одним из основателей политической лингвистики в Германии. По мнению ученого, цель лингвистического анализа состоит не во вмешательстве в политические события и попытках их предсказать и не в борьбе с какой-либо идеологией, а в том, чтобы объективно анализировать политическую коммуникацию [Dieckmann 1967: 165].

Т. Нир развивает эту идею, определяя политическую лингвистику как «дескриптивную науку, которая вправе описывать и объяснять политический язык и коммуникацию в области политики, не подвергая их при этом какой-либо оценке» [Niehr 2021: 81].

Изначально базу для исследований в области языка политики составил тоталитарный опыт 1930-х гг. [Kämpfer 2017: 17]. Одним из первых и основных лингвистических трудов на эту тему является «Из словаря нечеловека», в нем была освещена лексика «тирании времен национал-социализма» [Sternberger/Storz/Süskind 1962: 10]. В словарь вошли такие лексемы как отношение к человеку (*Menschenbehandlung*), пропаганда (*Propaganda*), женский труд (*Frauenarbeit*), мешать/вставлять палки в колеса (*querschießen*) и др.

К важным темам политической лингвистики в послевоенной Германии относят лексику национал-социализма и времен ГДР и ФРГ, язык студенческих движений 1968 г. и дебатов о двойном решении НАТО и

ядерной энергии, а также лексику, касающуюся коммуникации в парламенте, решения миграционных вопросов, предвыборных кампаний и т. д. (Burkhardt 1998, Felbick 2003, Kilian 1997, Klein 2005, Schröter 2006 и др.).

Ключевыми являются исследования Й. Кляйна 1980-х гг., посвященные «борьбе за семантику», в одном из которых он типологизировал основные виды политической борьбы за слова, которые «варьируются от формирования нового термина (*Soziale Marktwirtschaft, Reichensteuer* и др.) до использования альтернативных перспективных обозначений (*Großer Lauschangriff vs. akustische Raumüberwachung mit richterlicher Genehmigung*) и изменения описательного значения слов (*Kommunismus bedeutet Gemeinschaftseigentum*)» [Klein 1991: 49, цит. по: Niehr 2021: 82]. Таким образом, идея о фиксированном значении слова была преобразована в идею о влиянии дискурса на смысл лексем. В этом направлении впоследствии был проведен ряд эмпирических анализов: например, «бризантные слова» (Strauß/Наß/Harras 1989) и «контroversные понятия» (Stötzel/Wengler 1995) [цит. по: Niehr 2021: 83].

Среди направлений, которые оказались определяющими для публичного политического дискурса XXI в. в Германии выделяют, например, широкий спектр миграционных дебатов, вопрос о преодолении прошлого, споры о политически корректном и гендерно-нейтральном языке и др. [Niehr 2021: 83].

1.1.2 Терминологический аппарат современной политической лингвистики

Многие лингвисты отмечают отсутствие терминологического единства в исследованиях, посвященных языку политики (Girnth 2002, Niehr 2014, Езан 2011/2016, Шукман 2019 и др.). В немецкоязычной традиции, наряду с распространенными терминами «слова-лозунги» (*Schlagwörter*), «ключевые слова» (*Schlüsselwort*), «слова-знамена» (*Fahnenwörter*), «слова-символы» (*Symbolwörter*), встречаются также более редкие понятия: «слова, выражающие положительные ценности» (*Hochwertwörter*), «слова-

антиценности» (*Unwertwörter*), «слова с негативной оценкой/стигматизмы» (*Stigmawörter*), «бризантная лексика» (*brisante Wörter*) и др. [Езан 2016: 85-86].

Некоторые из этих понятий могут рассматриваться как взаимозаменяемые. Так, согласно К. Ванцек [Wanzeck 2010, цит. по: Езан, Ковтунова 2018: 100], «лозунговые слова» можно считать практически полным аналогом «ключевых слов». Оба языковых явления обладают функцией манипулятивного воздействия на адресата, привлечения его внимания, однако последнее чаще всего является актуальным лишь в рамках определенного промежутка времени. Термин «слова-символы» приближается к понятию «лозунговые слова» на основе выполняемой ими суггестивной функции, они призваны «конструировать социальную реальность, основанную на определенных принципах и нормах» [Езан/Ковтунова 2020: 269], однако некоторые лингвисты предлагают различать эти два понятия. Так, Н. Луман подчеркивает, что «лозунговое слово» не является таковым по своей природе, а лишь выполняет эту функцию в определенном контексте, в то время как «слово-символ» устойчиво. Однако «лозунговые слова» могут перейти в разряд «слов-символов» при их частом появлении в общественно-политическом пространстве, то есть переходе в разряд узуальных лексем [Luhmann 1974, цит. по: Girnth 2002: 52].

«Слова-символы» включаются в основной состав так называемой идеологической лексики. Их основная функция заключается в упрощенном и сжатом отражении принципов той или иной партии или политической системы, кроме того, в общественно-политической коммуникации такие слова «обладают особой притягательностью для тех, кому они адресованы» [Girnth 2002: 52]. «Слова-символы» также отличают от так называемых «слов, выражающих положительные ценности», которые всегда обладают позитивной коннотацией, однако не несут в себе идеологической нагрузки. К ним можно отнести следующие понятия: смелость (*Mut*), достижение (*Leistung*), активность (*Engagement*) [там же].

Иногда «слова-символы» подразделяют на две группы на основании их оценочных семантических признаков: «слова-миранда» и «слова-антимиранда» [Dickmann 1975: 49]. Первые, как правило, включают понятия, относящиеся к определенной идеологии и обладающие позитивной оценкой. Выделяются следующие функции «слов-миранда»: вызвать восхищение у слушателя, укрепить определенные убеждения и доверие государству или определенной общественной группе, усилить чувство сопричастности [Dieckmann 1975: 49]. Прототипическими «миранда» в ФРГ являются такие понятия как мир (*Frieden*), свобода (*Freiheit*), справедливость (*Gerechtigkeit*), отражающие демократическую идеологию [там же].

Противоположные функции выполняют «слова-антимиранда», т. е. понятия, называющие «все, против чего борются, что презирают и что является нежелательным» [Dieckmann 1975: 49]. Например, диктатура (*Diktatur*), национал-социализм (*Nationalsozialismus*), расизм (*Rassismus*).

В отечественной традиции «для поляризации мнений различных политических партий» чаще всего используются понятия «ключевые слова» и «лозунговые слова» [Езан/Ковтунова 2018: 100]. В настоящей работе мы в большинстве случаев будем придерживаться русскоязычного термина «ключевые слова» для обозначения определяющих понятий предвыборной кампании 2021 г. и обращать внимание на контекст их употребления и сочетаемость с другими лексемами. При этом в отдельных случаях мы будем принимать во внимание и расширенный терминологический аппарат, описанный выше.

1.2 Дискурсивный аспект политической лингвистики

1.2.1 Понятие политического дискурса. Материал дискурс-анализа

Ключевыми слова становятся «только в условиях реального употребления в политическом дискурсе» [Езан/Ковтунова 2018: 100]. Понятие «политический дискурс» в лингвистике также является неоднозначным, однако отчетливо заметна тенденция перехода от трактовок вроде «творимый в речи связный текст» или «текущая речевая деятельность в

определенной сфере» к более широкому пониманию дискурса как «сложного коммуникативного явления», включающего в себя помимо текста еще и экстралингвистические факторы» [Чудинов 2007: 40]. К этим факторам относят совокупность других текстов на данную тему, политические взгляды автора и поставленные им цели, политический режим, в контексте которого создается текст и т. д. Иными словами, «субъекты дискурса не определяют высказывания самостоятельно, а лишь действуют в рамках того, что может быть сказано в определенных исторических и социальных ситуациях» [Schröter 2017: 217].

Политический дискурс может быть ограничен определенным событием, оказывающим влияние на тексты, возникающие в его рамках. Так, выделяют митинговый дискурс, парламентский дискурс, дискурс конкретной избирательной кампании и т. д. [Чудинов 2007: 43].

Важно отметить, что любому дискурсу, в том числе политическому, свойственна внутренняя интердискурсивность, выражающаяся во взаимодействии «синхронных срезов дискурса», т. е. разных периодов его существования [Нефедов 2020: 15]. Так, предвыборный дискурс 2021 г. взаимосвязан с предыдущими предвыборными и парламентскими дискурсами в ФРГ. Кроме того, существует и внешняя интердискурсивность, которая проявляется в «заимствовании типичных концептов, прецедентных понятий, стилистических элементов, коммуникативных стратегий» из одного дискурса в другой [там же]. Например, во время пандемии коронавируса политический дискурс перенял большое количество лексем, ранее присущих только медицинскому дискурсу.

Материалом для дискурс-анализа служит конкретный корпус текстов. Подборка текстов часто происходит исходя из интереса исследователя, а также из практических соображений (например, доступности источников). Однако подобный подход может привести к методической проблеме, а именно к «сложностям с достижением репрезентативности» [Niehr 2014: 130]. Для создания корпуса в рамках политического текста важно обеспечить охват всего спектра политических мнений или хотя бы принять во

внимание наиболее распространенные точки зрения. Такой подход особенно необходим для количественного анализа данных [там же].

1.2.2 Методика лингводискурсивного анализа DIMEAN

В настоящей работе мы будем опираться на модель многоуровневого лингводискурсивного анализа DIMEAN, разработанную Й. Шпицмюллером и И. Варнке [Spitzmüller/Warnke 2008, здесь и далее цит. по: Janich 2008: 45-52]. Согласно данной концепции, дискурс-анализ должен происходить поэтапно. После генерации корпуса проводится первое чтение. Все отклонения и интересные случаи (формулировки, текстовые структуры и т. д.) изначально собираются бессистемно методом сплошной выборки. Результатом первого чтения является «совокупность языковых феноменов» [Janich 2008: 45].

Дальнейший анализ происходит на трех уровнях: интратекстуальном (*die intratextuelle Ebene*); уровне акторов (*die Ebene der Akteure*); транстекстуальном (*die transtextuelle Ebene*).

В данной работе мы обзорно рассматриваем все три уровня анализа, однако в дальнейшем сосредоточимся на двух наиболее релевантных для нашего исследования: интра- и транстекстуальном уровнях. Интратекстуальный уровень может быть ориентирован на слова, пропозиции или текст (рис. 1).

Intratextuelle Ebene	Textorientierte Analyse
	Propositionsorientierte Analyse
	Wortorientierte Analyse

Рис. 1. Подуровни интратекстуального уровня модели DIMEAN

Словесно ориентированный подуровень учитывает единицы, состоящие из одной или нескольких лексем (например, *Freiheit* и *Stunde der Freiheit*). К нему относят, например, имена, ключевые слова, слова с негативной оценкой, окказиональные образования (рис. 2).

Intratextuelle Ebene	Textorientierte Analyse	Visuelle Textstruktur	<ul style="list-style-type: none"> – Layout/Design – Typographie – Text-Bild-Beziehungen – Materialität/Textträger
		Makrostruktur: Textthema	<ul style="list-style-type: none"> – Lexikalische Felder – Metapherfelder – Lexikalische Oppositionslinien – Themenentfaltung – Textstrategien/Textfunktionen – Textsorte
		Mesostruktur: Themen in Textteilen	<ul style="list-style-type: none"> – Syntax – Rhetorische Figuren – Metapherlexeme – soziale, expressive, deontische Bedeutung – Präsuppositionen – Implikaturen – Sprechakte
	Propositionsorientierte Analyse	Mikrostruktur: Propositionen	<ul style="list-style-type: none"> – Schlüsselwörter – Stigmawörter – Namen – Ad-hoc-Bildungen
	Wortorientierte Analyse	Mehr-Wort-Einheiten	<ul style="list-style-type: none"> – Schlüsselwörter – Stigmawörter
		Ein-Wort-Einheiten	<ul style="list-style-type: none"> – Namen – Ad-hoc-Bildungen

Рис. 2. Интратекстуальный уровень модели DIMEAN (Warnke/Spitzmüller 2008)

К эмпирическим классам пропозициональных данных относят синтаксис предложения, риторические фигуры, метафоры, социальное/экспрессивное/деонтическое значение, а также речевые акты. На уровне текста к так называемым классам феноменов (дискурсивных явлений) относятся лексические поля, поля метафор, лексические линии оппозиции, раскрытие темы, текстовые стратегии/функции текста и принадлежность к текстовому типу как классам явлений. Кроме того, объектом анализа может стать визуальная структура текста, в рамках которой могут быть описаны особенности верстки/дизайна, типографики, соотношение текст–изображение и материальность носителя текста.

На уровне акторов происходит анализ ролей взаимодействия, то есть социальных и коммуникативных позиций автора и предполагаемого адресата.

Актер определяется Й. Бергманом как «ориентированный на ситуацию, учитывающий контекст и способный к интерпретации участник интеракции, действующий социально и способный учесть осведомленность своего контрагента» [Bergmann 1988, цит. по: Андреева 2015: 13]. «Актеры своими действиями решают, воспринимается ли утверждение вообще, привлекает ли оно внимание в дискурсе» [Janich 2008: 49]. С точки зрения позиции в

дискурсе можно анализировать социальную стратификацию/власть, дискурсивные сообщества, посредников идеологии [там же].

Составляющим транстекстуального уровня являются отдельные тексты, составленные разными участниками дискурса, а также разрозненные высказывания и экстралингвистические носители символьных данных. Стоит иметь в виду, что «дискурсивная лингвистика не заключается в исследовании языкового феномена в большом количестве отдельных текстов», она, в отличие от корпусной лингвистики, интересуется транстекстуальным уровнем самого языка [Janich 2008: 49]. Например, исследуя понятие «свобода» (*Freiheit*) на транстекстуальном уровне в дискурсе, нам следует принимать во внимание социальную символику, базовые семантические фигуры дискурса, топики, историчность, идеологии, менталитет и социальные дискуссии [там же].

1.3 Роль партийной программы в создании языкового имиджа партии

В связи с изменением политического спектра в Германии в последние годы, а именно уходом от трехпартийной системы и появлением в парламенте новых партий (например, «Левая партия», «Альтернатива для Германии», далее АдГ), рассмотрение партийных программ стало одним из важнейших аспектов исследований в области политической лингвистики, поскольку они хорошо продуманы, «носят характер исповеди» [Kämper 2017: 18], одобряются довольно обширным кругом избирателей, являются «попыткой стандартизации лексики» [Niehr 2014: 114], а главное, одним из инструментов создания политического имиджа.

Согласно определению И. А. Стернина, политический имидж – это «публичная индивидуальность, образ, который наиболее полно отражает личность кандидата, символизирует основные его принципы» [Стернин 2001: 93]. Посыл кандидата или партии должен быть четким и давать возможность отнести партию к известным политическим концептам (демократия, либерализм, консерватизм и т. д.). Избиратель должен понимать

взгляды партии на общественные и политические вопросы, стоящие во главе внешней и внутренней политики государства [там же].

Одной из возможностей формирования имиджа в современном политическом дискурсе является намеренное создание идеологической полисемии, то есть «использование одних и тех же слов представителями разных идеологий для обозначения разных понятий» [Vachem 1979, цит. по: Шейгал 200: 69]. Такая стратегия затрудняет восприятие избирателей и позволяет партии завоевывать поддержку среди представителей абсолютно противоположных политических мировоззрений.

Х. Кемпер анализирует явление идеологической полисемии на примере предвыборной кампании и партийной программы ультраправой партии АдГ, опубликованной в июле 2016 г. [Kämper 2017: 25]. Партия стремится поместить свою деятельность в такие стереотипные, положительно оцениваемые в современном обществе категории как «демократия», «объективность», «надежность», даже если большинство ее целей никак не могут быть соотнесены с этими понятиями.

Так, предвыборная программа партии 2016 г. начинается словами:

(1) „Wir sind Liberale und Konservative. Wir sind freie Bürger unseres Landes. Wir sind überzeugte Demokraten.“ (AfD 2016, 1) [Kämper 2017: 20]

Называя себя «демократами», «законными представителями правового государства» и «партией здравого смысла», выступая против «обобщающих суждений в отношении большинства интегрированных в общество иммигрантов, АдГ в то же время утверждает свое стремление к «строгo регулируемому предоставлению убежища» и выражает убежденность в том, что именно мигранты чаще всего являются «участниками организованной преступности» [Kämper 2017: 23], что в немецкоязычном обществе скорее приписывается идеологии националистического консерватизма.

Другой способ формирования политического имиджа АдГ заключается в использовании прагматических пресуппозиций, то есть выражений, содержащих дополнительный семантический компонент, выраженный имплицитно [Арутюнова 1973: 85]. Х. Кемпер называет этот прием

«стратегией языкового камуфляжа» [Kämper 2017: 23]. Партия позиционирует себя как «наводящая порядок» (*Aufräumer-Partei*), что отсылает к ее задаче устранить все предполагаемые «неисправности» в политике и обществе. Утверждение о том, что какая-либо сфера общества должна быть восстановлена, имеет в качестве пресуппозиции следующую информацию: в настоящий момент данная сфера не функционирует по вине действующей власти, что намечает конфронтацию партии с современным политическим курсом Германии в целом.

Лексически это может выражаться, например, в частом использовании лексемы *wieder* в реститутивном значении:

(2) „*Nationale Souveränität wiederherstellen.*“ (AfD 2016, 15);

(3) „*Damit die Staaten Europas wieder zu Leuchttürmen für Freiheit und Demokratie in der Welt werden können.*“ (AfD 2016, 10);

(4) „*Wehrpflicht wieder einsetzen.*“ (AfD 2016, 22) [Kämper 2017: 23]

Таким образом, партийная программа стоит в центре политического дискурса, является первой ступенью для создания имиджа партии и призвана облегчить восприятие избирателя во время предвыборной кампании. Однако эти условия соблюдаются не всегда, что затрудняет политическую коммуникацию и ориентацию индивидов в предвыборном дискурсе.

1.4 Особенности медиатекста в интернет-изданиях

Основной единицей медиадискурса является медиатекст, который «органично сочетает в себе единицы вербального и медийного ряда» и включает в себя такие понятия как статья в печатной газете, радиопередача, телевизионные новости, Интернет-реклама и т. д. [Добросклонская 2008: 40].

Для нашего исследования интерес представляет медиатекст в Интернет-пространстве, а именно в онлайн-версиях изданий.

В настоящее время большинство газет и журналов предлагает веб-версию как для компьютера (*Online-Zeitung*), так и для планшета (*App-Zeitung*) и смартфона (*Mobile-Zeitung*). Кроме того, многие газеты можно читать с экрана в макете печатной версии, для этого метода применяется так

называемая электронная бумага (*e-Paper*). При этом нельзя не отметить тот факт, что между печатными версиями и онлайн-изданиями есть существенная разница [Burger/Luginbühl 2014: 456].

Потенциал онлайн-изданий проявляется в характеристиках, присущих гипертексту: мультимодальности, нелинейности, интерактивности и виртуальности [там же].

Мультимодальность онлайн-газет проявляется в сочетании различных графических, фотографических, акустических элементов (например, к снимку добавляется новостной фильм со звуком или анимированная графика) (рис. 3).



ENDSPURT IM WAHLKAMPF

CDU präsentiert ihr „Sofortprogramm“

Ökonomen kritisieren das Papier unter anderem bei Themen wie Schuldnebremse und Klimaschutz.

13.09.2021

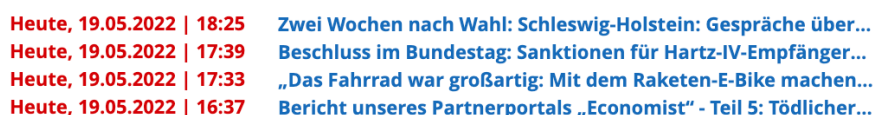
Рис. 3. Пример мультимодальности онлайн-новостей: текст сопровождается видеофрагментом, FAZ, 13.09.2021

Нелинейность онлайн-газет заключается в возможности читателя самому определять последовательность воспринимаемой им информации. Сегментация материала может быть тематической (одна тема разбивается на несколько подтем), функциональной (одна и та же тема представлена в различных формах изложения – отчет, комментарий, инфографика и т. д.), перспективной (тема сегментируется в соответствии с разными точками зрения). В интернет-газетах и журналах преобладает тематический тип сегментации (или по-другому кластеризации), который чаще всего сопровождается функциональным [Burger/Luginbühl 2014: 457].

Онлайн-издания также предлагают различные формы мета журналистики, например, возможность прямого комментирования, передача информации через социальные сети или дальнейшие рекомендации для читателя. Интерактивный характер онлайн-газет также проявляется в большом количестве возможностей для фидбэка. Печатные версии

предлагали возможность отправить письмо в редакцию, онлайн-газеты сделали осуществление этого коммуникативного аспекта еще проще, поскольку теперь представляется возможным отправить электронное письмо редактору через формуляр на сайте или же обратиться к создателям и другим читателям на форумах [там же: 463].

Виртуальность онлайн-изданий заключается в возможности более быстрой актуализации информации по сравнению с печатными версиями. Многие издания всегда указывают на время последней актуализации данных и предлагают новостную ленту на главной странице, в которой указано, сколько минут назад обновилась информация (рис. 4)



Heute, 19.05.2022 | 18:25 Zwei Wochen nach Wahl: Schleswig-Holstein: Gespräche über...
Heute, 19.05.2022 | 17:39 Beschluss im Bundestag: Sanktionen für Hartz-IV-Empfänger...
Heute, 19.05.2022 | 17:33 „Das Fahrrad war großartig: Mit dem Raketen-E-Bike machen...
Heute, 19.05.2022 | 16:37 Bericht unseres Partnerportals „Economist“ - Teil 5: Tödlicher...

Рис. 4. Новостная лента на сайте fokus.de, дата обращения 19.05.2022.

К тому же, размер текста больше не играет роли, если он публикуется в виртуальном издании, поскольку ограничений по размеру и количеству страниц не существует.

1.5 Политическая лексика и номинация

1.5.1 Классификация политической лексики

Политическая лексика отличается от других специальных языковых сфер тем, что она не является изолированной и может включать в себя понятия из любой сферы жизни и любой научной области [Girnth 2002: 47].

Х. Гирнт ссылается на классификацию политической лексики, предложенную Дикманом [Dieckmann 1975: 50, цит. по: Girnth 2002: 48], которая различает «институциональную лексику» (*Institutionssprache*), «профессиональный язык описываемой сферы» (*Fachsprache des verwalteten Sachgebiets*) и «идеологическую лексику» (*Ideologiesprache*) (рис. 5).

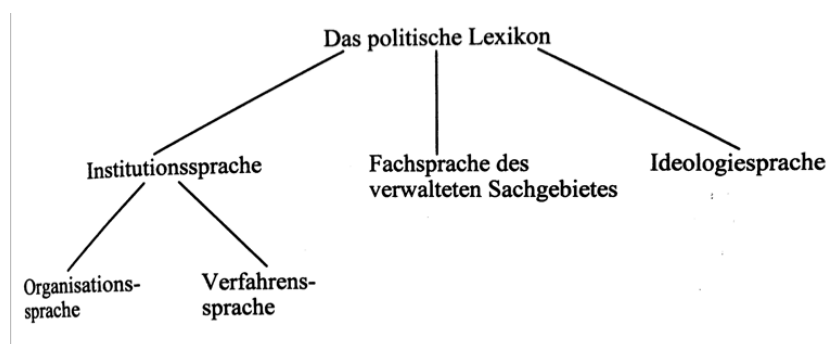


Рис. 5. Классификация политической лексики [Dieckmann 1975, цит. по: Girnth 2002]

Институциональная лексика включает в себя «наименования определенных государственных учреждений и организаций, их внутреннее деление, стоящие перед ними задачи и процессы, в которых они принимают участие» [Dieckmann 1975: 50]. Среди институциональной лексики выделяют организационную (*Organisationssprache*) и процессуальную (*Verfahrenssprache*). К организационной лексике относятся наименования организаций (*Bundesrat, Parlament, Partei*), их составные части (*Fraktion, Parteivorstand, Ausschuss*), задачи, которые они выполняют (*Verfassungsschutz, Finanzpolitik, Entwicklungshilfe*) и название должностей (*Bundeskanzler, Minister, Fraktionsmitglied*). Методологическая лексика включает в себя выражения, которыми в политике обозначают формальные политические практики (*Abstimmung, Hammelsprung, konstruktives Misstrauensvotum*) [там же].

Профессиональный язык определенной сферы деятельности используют, в основном, политические эксперты, осведомленные в соответствующих областях. Это может быть экономическая политика (*Bruttosozialprodukt, Konjunktur und soziale Marktwirtschaft*), социальная и образовательная сферы (*Digitalisierung, Unterrichtsmethodik*) и т. д. [Dieckmann 1975: 53]

К идеологической лексике в узком смысле можно отнести только терминологию определенной идеологической системы [Schmidt 1972: 14].

Однако можно расширить это понятие и брать во внимание «лексику, изначально лишенную идеологической окраски, однако отвечающую определенной идеологической позиции или системе ценностей» [Strauß/Zifonun 1983: 73]. Даже на примере, казалось бы, идеологически нейтральных обозначений государственных институтов можно заметить, что они тоже зависят от системы общественных ценностей и, следовательно, являются частью определенной идеологии. Согласно Й. Кляйну, если понимать политическую систему как конкретизацию определенной идеологии, то такие сочетания лексем как «парламентская демократия» (*parlamentarische Demokratie*), «свободные и тайные выборы» (*freie und geheime Wahlen*), «партии и оппозиция» (*Parteien und Opposition*) также можно считать идеологически окрашенными [Klein 1989: 8].

Й. Кляйн принимает классификацию, предложенную В. Дикманном, но выделяет еще одну группу политической лексики, а именно общую лексику социального взаимодействия (*allgemeines Interaktionsvokabular*), «обозначающую человеческое взаимодействие и его различные аспекты» [Klein 1989: 7]. К этому разделу относятся такие слова как компромисс (*Kompromiss*), мобилизация (*Mobilisierung*), кризис (*Krise*), судебный процесс (*Affäre*).

Идеологически обусловленные понятия включают в себя денотативный, оценочный и деонтический компоненты значения [Girnth 2002: 51]. Денотативный компонент обладает признаками, которые отражают понятийную природу и особенности денотата. Проще говоря, этот компонент отвечает на вопрос «что обозначает понятие» (рис. 6). Так, денотативный компонент понятия «демократия» (*Demokratie*) – «форма государственного правления» (*Staatsform*) [там же].

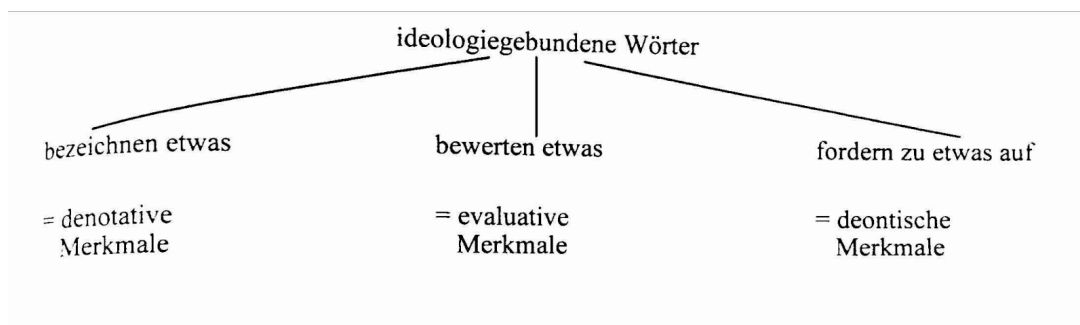


Рис. 6. Компоненты значения идеологически связанных слов [Girnth 2002]

Компонент оценочного значения включает в себя признаки, дающие оценку объекту, на который ссылается денотат. Наряду с деонтическим компонентом, обозначающим побуждение к чему-либо или же, наоборот, запрет на что-либо, компонент оценочного значения является составляющим коннотации. Например, понятие «демократия» (*Demokratie*) обладает позитивной оценкой и содержит в себе следующее значение «высшее благо, к которому нужно стремиться и которого нужно достичь» [Klein 1989: 74].

1.5.2 Языковые средства репрезентации в политическом дискурсе

В настоящей работе мы рассматриваем языковые инструменты политической репрезентации на лексическом и синтаксическом уровнях.

К лексическим средствам, релевантным для нашего исследования относятся ключевые слова, метафоры, оценочные существительные и прилагательные, фразеологизмы, антитезы. Кроме того, в нашем корпусе примеров особый интерес для анализа представляет разговорный пласт лексики.

Среди выявленных нами синтаксических приемов преобладают перечисления, риторические вопросы и восклицания, короткие предложения, эллипсисы, анафора. Интерес также представляет изучение пресуппозиций.

Рассмотрим некоторые из этих приемов. Метафоры являются важнейшей частью общественно-политического дискурса, поскольку обладают когнитивным и воздействующим потенциалом, «предоставляют

большие возможности для манипуляции сознанием» [Опарина 2002: 24]. Некоторые метафоры укореняются в политической речи и заставляют адресата видеть те или иные явления с определенной перспективы. Так, выделяются типы частотных политических метафор: путь, природная катастрофа, война/борьба, болезнь, здание, промышленность и промышленные товары [Spieß 2017: 100-105]. Метафоры оказывают влияние на структуру дискурса, однако важно отметить, что их значение может претендовать на достоверность только в контексте дискурса, в котором они возникли [там же: 96].

Анализ существительных и прилагательных, обладающих компонентом оценочного значения позволяет ответить на вопрос, как автор высказывания относится к объекту, «признает или не признает его ценность» [Фомина 2007: 154]. Существуют различные классификации оценок. Ю. А. Фомина, опираясь на работы Г. Фон Вригта и Н. Д. Арутюновой выделяет четыре типа оценки на разных уровнях языка (рис. 7).

На уровне слова и высказывания оценка может содержать эмотивный компонент (эмоциональная) или опираться только на принятые в обществе нормы (рациональная) [там же: 155].

На уровне высказывания один оценочный объект может сравниваться с другими и тогда в его описании преобладают прилагательные и наречия в сравнительной степени (лучше/хуже). Если же оценочный объект не является участником сравнения, оценку называют абсолютной [там же: 156].

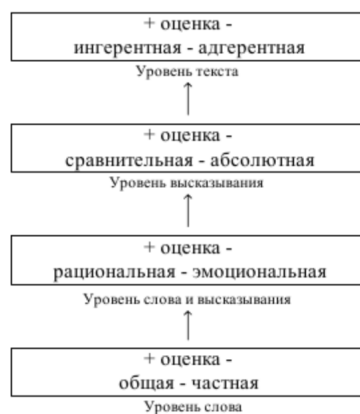


Рис. 7. Классификация оценок [Фомина 2007: 156]

Лексема, изначально не содержащая в себе оценку, может приобрести ту или иную оценочную коннотацию в определенном контексте [там же]. Ингерентные ассоциации «вытекают из зрительных ощущений» и являются источником первичной лексической номинации, то есть называют объект на основе его свойств [Уфимцева 1977: 73]. Адгерентные ассоциации связаны с вторичной лексической номинацией, представляющей собой использование «уже имеющихся в языке номинативных средств в новой для них функции наречения» [Гайдукова 2018: 49].

Что касается фразеологизмов, главной целью их использования в политической коммуникации является иллюстративное упрощение сложных политических процессов [Gautschi 1982 цит. по: Stein 2011: 126]. Фразеологические единицы могут быть как нейтральными (например, номинативные устойчивые сочетания, термины, номенклатурные наименования), так и экспрессивно-эмоциональными (идиомы, крылатые выражения, поговорки, пословицы) [Брандес 2004: 355].

Перейдем к синтаксическим средствам репрезентации. Релевантными для нашего материала стали риторические вопросы и восклицания, короткие и эллиптические предложения, перечисления, стилистические фигуры повторы. Рассмотрим некоторые из них.

Риторические вопросы являются важным инструментом воздействия на читателя. Широкое распространение они получают в политических речах,

однако нередко встречаются в медиатекстах на политическую тематику. Я. Керхер относит риторические вопросы к средствам «дополнительной стимуляции внимания», выполняющим вовлекающую функцию наряду с примерами из жизни, ироничными формулировками и словами-лозунгами [Kercher 2013: 111]. Риторические вопросы могут имплицировать отрицание или утверждение [Брандес 2004: 323].

Короткие предложения в тексте могут выполнять ряд функций, например, играть роль зачина в начале абзаца, обрамлять прямую речь, фокусировать внимание на одной составляющей сложного процесса, выражать наблюдения и т. д. [Кострова 2004: 44-45].

Выводы по главе 1

В первой главе данной работы были рассмотрены основные теоретические положения изучения политической коммуникации. В первую очередь было описано историческое развитие лингводискурсивной перспективы в этой области исследования и переход к идее влияния дискурса на семантику лексемы. Далее мы обратились к терминологическому аппарату изучения языка политики, рассмотрели такие распространенные термины как «лозунговые слова», «слова-знамена», «слова-символы» и др., различия этих понятий и возможность их взаимозаменяемости, а также пришли к решению использовать русскоязычный термин «ключевое слово» для описания лексем, отражающих принципы определенной политической идеологии и обладающих манипулятивными потенциалом.

Во втором параграфе мы обратились к понятию политического дискурса, внутренней и внешней интердискурсивности, а также рассмотрели возможные экстралингвистические факторы, влияющие на речевую деятельность в сфере политики. Ими стали действующий политический режим, идеология автора текста и преследуемые им цели. Предметом нашего внимания также стала модель многоуровневого лингводискурсивного анализа DIMEAN, согласно которой дискурс-анализ происходит на трех уровнях: интратекстуальном, уровне акторов и транстекстуальном. Наиболее

релевантным для нашей работы оказался интратекстуальный уровень, ориентированный как на отдельные лексемы, так и на пропозиции и текст, а также транстекстуальный уровень, исследующий тексты разных участников дискурса в их взаимосвязи.

В следующем разделе нашей работы было рассмотрено понятие политического имиджа и функция его воздействия на адресата (использование идеологической полисемии, прагматических пресуппозиций). Мы также выясняли, что медиатекст в онлайн-издании обладает рядом особенностей, отличающих его от печатных версий, например, мультимодальностью, нелинейностью, интерактивностью и виртуальностью.

Далее мы обратились к вокабуляру, используемому в политической коммуникации, который подразделяется на институциональную лексику, включающую наименования государственных организаций, процессов и политических практик, лексику, заимствованную из других сфер деятельности и идеологический вокабуляр.

Наконец, предметом нашего внимания стала лексическая и синтаксическая составляющие медиатекстов, обладающие репрезентативным потенциалом. Мы изучили функционирование в политическом дискурсе таких релевантных для нашего исследования языковых средств как метафоры, оценочные существительные и прилагательные, фразеологизмы, риторические вопросы, короткие предложения. Были также обозначены другие релевантные для нашего материала стилистические средства (антитезы, разговорные лексемы, перечисления, риторические восклицания, стилистические фигуры повтора, эллипсис), прагматический анализ которых приведен в следующей главе работы.

ГЛАВА 2. Лингводискурсивный анализ медиатекстов предвыборного дискурса в ФРГ

2.1 Анализ политического предвыборного дискурса ФРГ

2.2.1 Материал исследования

Источниками материала для данной работы стали немецкоязычные интернет-издания *Spiegel*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (далее *FAZ*) и *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* (далее *WAZ*). Выбор СМИ является неслучайным. Важную роль при отборе материала для политического дискурс-анализа играет разнообразие политических мнений, поэтому мы ориентировались как на левую неолиберальную периодику (журнал *Spiegel*), так и на более консервативную правую прессу (*WAZ*). Газета *FAZ* – посредник между либеральной и консервативной направленностью, является самой читаемой в Германии и самой распространенной за ее пределами.

Интерес также представляет разница в политической репрезентации в разных частях страны. Так, *WAZ* – региональная газета, которая издается и распространяется в землях Северный Рейн-Вестфалия и Рейнланд-Пфальц, то есть на западе ФРГ. *FAZ* издается в центральной части, в земле Гессен, однако, как и журнал *Spiegel*, имеет статус надрегионального СМИ, так как распространяется по всей стране.

Журнал *Spiegel*, в отличие от двух газет, издается еженедельно, выбору материала в издательстве уделяется большее внимание. Но поскольку основой для корпуса примеров служит интернет-версия издания, в которой обновление материала происходит ежедневно, периодичность не имела для нас большого значения. Тем не менее, стоит отметить, что журнал *Spiegel-Online* ориентирован на критическую аналитику больше, чем выбранные нами газеты.

Что касается жанровой принадлежности, большая часть выбранных нами текстов является новостной или относится к информационной аналитике, однако встречаются единичные случаи такого публицистического жанра как интервью.

2.2.2 Общая характеристика партий (ХДС и Зеленые)

В фокусе нашего исследования находятся две политические партии Германии, партия Союз-90/Зеленые (*Bündnis 90/Die Grünen*) и Христианско-демократический союз/Христианско-социальный союз Германии (*CDU/CSU*). Поскольку Христианско-социальный союз (далее ХСС) является «сестринской» партией Христианско-демократического союза (далее ХДС) и его деятельность ограничена Баварией, в дальнейшем мы в большинстве случаев будем ссылаться лишь на основную партию ХДС, если контекст не требует иного.

Важно отметить, что ХДС являлся ведущей партией ФРГ на протяжении последних шестнадцати лет. Союз стабильно получал большинство мест в парламенте и имел достаточно сильную базу потенциальных избирателей. В основном к ним относятся люди старше шестидесяти лет, приверженцы традиционных ценностей и усиления рыночной экономики¹.

Партия Зеленых, напротив, является относительно молодой. Она была основана в Западной Германии в 1979 г., а Союз-90 появился лишь спустя десять лет в Восточной Германии. Зеленые впервые выдвинули кандидатуру в канцлеры в 2021 г. и пришли к своему лучшему национальному результату на выборах с долей голосов 14,8%². Опора на СМИ и социальные сети среди членов партии Зеленых была значительной, политики пытались завоевывать электорат среди молодежи, являющейся самым активным интернет-пользователем. Политический имидж партии формировался также посредством лояльных к ним СМИ. Консервативные издания ФРГ часто обвиняли либеральные издания в «преждевременной похвале» Зеленых, а в частности их кандидата на пост канцлера, Аннелены Бербок. По мнению консервативной газеты *Welt*, в журнале *Stern* для Бербок, в отличие от

¹ Deutsche Welle (*28 марта 2022 г. Минюст РФ включил Deutsche Welle в реестр «иностранных агентов»). URL: <https://www.dw.com/ru/nemeckie-partii-kotorye-proshli-v-bundestag/a-39197945>, дата последнего обращения: 23.05.2022

² Информация заимствована на официальном сайте партии Die Grünen. URL: <https://www.gruene.de/unsere-gruene-geschichte>, дата последнего обращения: 23.05.2022

Армина Лашета, выбирались «самые выгодные фото», а ее соратнику Роберту Хабеку в интервью *Die Zeit* задавались «слишком мягкие вопросы»³.

Важным аспектом для обсуждения также являлось наличие у кандидатов в канцлеры опыта общественно-политической деятельности. Если А. Лашет занимал должность премьер-министра Северного Рейна-Вестфалии с 2017 по 2021 гг.⁴, то А. Бербок не имела опыта работы в правительстве.

Тем самым уже в начале предвыборной кампании в СМИ намечается конфронтация между двумя кандидатами, их прошлой политической деятельностью и нынешними повестками.

2.2.2 Языковой имидж ХДС и партии Зеленых в предвыборных программах

В предыдущей главе работы был сделан вывод о том, что предвыборная программа является одним из способов формирования политического имиджа для избирателей и отражает основные идеи партий с помощью языковых средств.

Так, важнейшей ценностью политической программы Зеленых является «благополучие граждан, не влекущее за собой климатических изменений» (*Klimagerechter Wohlstand*), а главным «словом-антиценностью» является «климатический кризис» (*Klima-Krise*), победить который можно только с помощью «защиты климата» (*Klimaschutz*). «Защита климата» – ключевое слово зеленой повестки, которое встречается практически в каждом разделе предвыборной программы. Такие «слова высокой ценности», как «возобновляемые ресурсы» (*Erneuerbare Energien*), «ресурсосбережение» (*Nachhaltigkeit*), «зеленая автомобильная промышленность» (*Grüne Auto-Industrie*) отражают возможность применения экологических идей на практике.

³ Welt. URL: <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article230580655/Annalena-Baerbock-und-die-Medien-Oh-wie-gruen-ist-Deutschland.html>, дата последнего обращения: 15.05.2022

⁴ Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/ru/kandidat-ot-hds-hss-na-post-kanclera-germanii-armin-laschet-kto-on/a-57138191>, дата последнего обращения: 15.05.2022

Важной категорией в программе Зеленых является «будущее» (*Zukunft*). Заявляя об отсутствии перспектив у текущих технологий (5), партия имплицитно провозглашает свой дальнейший отказ от их применения (5), поскольку неоднократно называет себя партией будущего.

(5) „Benzin-Autos haben **keine Zukunft**. Auch Diesel-Autos haben **keine Zukunft**.“ (*Die Grünen 2021, 8*)⁵

Тема борьбы с коронавирусом также находится в фокусе внимания Зеленых. Объявляя о «новом старте» и выходе из кризиса, Зеленые обещают финансовую поддержку людям, столкнувшимся с рабочими трудностями во время пандемии, в первую очередь самозанятым. Пример (6) построен на приеме, рассмотренном нами ранее: использовании пресуппозиции с лексемой *wieder* в реститутивном значении [Kämper 2017: 23] для отражения своего стремления восстановить прежнее положение дел, нарушенное экономическим кризисом и политикой текущей власти.

(6) „Selbst-ständige brauchen vor allem **wieder** Aufträge.“ (*Die Grünen 2021, 13*)

Женская повестка также играет важную роль в политической программе Зеленых. Представители партии говорят о своем стремлении к равенству полов во всех сферах жизни (*Gleichberechtigung*), в том числе при освоении цифровых технологий (7). Ориентированность на равные права мужчин и женщин отражается и в частом использовании в тексте парных гендерных форм.

(7) „Frauen und Männer können gleich gut Digital-Themen lernen.“ (*Die Grünen 2021, 10*)

К ключевым словам предвыборной программы ХДС относятся лексемы мир (*Frieden*), свобода (*Freiheit*) и права человека (*Menschen-Rechte*), являющиеся символами демократического общества.

⁵ Grünes Wahlprogramm zur Bundestagswahl 2021. URL: <https://www.gruene.de/artikel/wahlprogramm-zur-bundestagswahl-2021>, дата последнего обращения: 20.05.2022

Как уже было упомянуто ранее, большое значение партия придает «социально-ориентированной рыночной экономике» (*Soziale Marktwirtschaft*) и ее восстановлению после пандемии, однако поддержка ХДС скорее направлена на предприятия, а не самозанятых граждан (8).

(8) „*Deshalb wollen wir es den **Unternehmen** leichter machen. Damit die **Unternehmen** vielen Menschen Arbeit geben können.*“ (CDU/CSU 2021, 21)⁶

Климатическая повестка ХДС менее категорична, чем идеи Зеленых. Партия избегает использования ярких лозунговых слов в этой сфере, называя своей целью «климатическую нейтральность» (*Klimaneutralität*). Заявляя о потребности в «другом» подходе при помощи стилистического повтора (9), программа подчеркивает невозможность радикальных решений, например, сокращения рабочих мест или повышения цен на электричество (10), что идет вразрез с идеями Зеленых.

(9) „*Firmen müssen ihre Sachen **anders herstellen**. Auch den Strom müssen wir **anders herstellen**.*“ (CDU/CSU 2021, 27)

(10) „*Niemand soll seine Arbeit verlieren. Auch die Preise für Strom sollen nicht teurer werden.*“ (CDU/CSU 2021, 28)

Словами-антиценностями (или стигмами) в предвыборной программе ХДС являются понятия «расизм» (*Rassismus*), «оскорбления в сети» (*Beschimpfen im Internet*), «насилие» (*Gewalt*).

Итак, изучение предвыборных программ ХДС и Зеленых обнаруживает наличие разных точек на решение одних и тех же проблем (например, неразумного использования ресурсов), что позволяет перейти к лингводискурсивному анализу взаимодействия двух партий через их языковую репрезентацию в СМИ.

⁶ CDU. Wahlprogramm zur Bundestagswahl 2021. URL: <https://www.csu.de/common/download/Regierungsprogramm.pdf>, дата последнего обращения: 20.05.2022

2.2.3 Основные темы предвыборного дискурса

Любой политический дискурс концентрируется на ряде тем, являющихся актуальными для того или иного временного отрезка и уровня развития государства. Проанализировав выбранные нами медиатексты, мы выделили несколько вопросов, к которым СМИ и исследуемые нами политические партии во время предвыборной кампании обращались особенно часто (рис. 8).

Так, теме рыночной экономики (*Marktwirtschaft*) было посвящено 43 примера из корпуса, социальным гарантиям (*soziale Sicherheit*) – 39, климатической проблеме (*Klimaschutz*) – 35, пандемии (*Corona-Politik/Impfpolitik*) – 29, цифровым технологиям (*Digitalisierung*) – 19, миграционной политике (*Migrationspolitik*) – 17, системе образования (*Bildungssystem*) – 11. Еще 13 примеров не попали в перечисленные категории. К ним относятся медиатексты, освещающие результаты предвыборного взаимодействия партий и кандидатов, в том числе дебатов, или повествующие о биографии политиков или спорных ситуациях во время кампании.

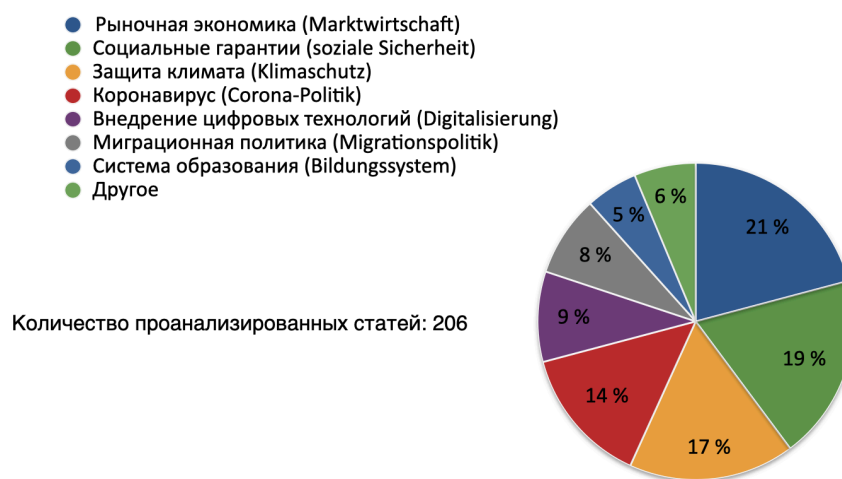


Рис. 8. Ключевые темы предвыборного дискурса ФРГ (2021 г.)

2.3 Анализ лексических средств

В таблице 1 приведены результаты анализа лексических средств, относящихся к интратекстуальному уровню согласно модели DIMEAN. Приведенные статистические данные рассчитаны на материале сформированного нами корпуса примеров. После создания корпуса методом сплошной выборки и последующей группировки результатов мы перешли к семантико-синтаксическому и контекстуальному анализу, выявлению установок автора и взаимосвязи с другими медиатекстами и событиями предвыборного дискурса, что является составляющим транстекстуального уровня лингводискурсивной модели.

	Spiegel	FAZ	WAZ
Лексические средства:			
Ключевые слова	98	76	83
Метафоры	18	13	9
Антитезы	12	9	3
Оценочные сущ. и прил.	48	39	35
Разговорная лексика	8	5	12
Фразеологизмы	36	18	11

Таб. 1. Статистика использования лексических средств в корпусе предвыборного медиадискурса

В медиатекстах онлайн-издания *Spiegel* было зафиксировано самое большое количество экспрессивных языковых средств (ключевых слов, метафор, антитез, оценочных существительных и фразеологизмов), что объясняется преобладанием в данном СМИ апеллятивных и информационно-аналитических текстов, в частности жанра комментариев. Больше всего разговорных лексем встретилось в газете *WAZ* в цитатах из интервью, которым часто свойственны черты разговорного стиля.

2.3.1 Частотная лексика. Ключевые слова

Ссылаясь на таблицу актуальной парламентской лексики, составленную на материале семнадцатого собрания в Бундестаге

[Bubenhofe 2017: 79] (рис. 9), мы выявили лексические единицы, сохранившие статус частотных с 2017 г. до предвыборной кампании 2021 г., а также составили таблицу ключевых слов и их сочетаемости, актуальных для нашего корпуса примеров (таб. 2).

Лишь некоторые лексемы по-прежнему являются употребительными. Для партии Зеленых ими стали лексические единицы *Klimaschutz* (21) и *Atomkraft* (10), изначально относящиеся к сфере экологии и атомной энергетики соответственно, методологические лексемы *Frage* (16) и *Antwort* (24), а также название политического органа *Regierungsfraktion* (4) и международной организации *EU* (27).

B90/Die Grünen	CDU/CSU
Bundesregierung	Land
Staatssekretär	Weg
Atomkraftwerk	Opposition
Schwarz-Gelb	Zukunft
Atomkraft	Bereich
Klimaschutz	Rahmen
Leiharbeitskräfte	Erfolg
Einwanderer	Kernenergie
Laufzeitverlängerung	Sicherheit
Subvention	Wettbewerbsfähigkeit
Ministerin	Entwicklung
Frage	Maßnahme
Wirtschaftsminister	CSU-Bundestags-
EU	fraktion
Regierungsfraktion	Währung
Baustoff	Dame
Ankündigung	Grundlage
Kauch	Ziel
Grüne	Beitrag
Antwort	Bund
	Jahr

Рис. 9. Частотная парламентская лексика ФРГ (2017 г.) [Bubenhofe 2017: 79]

В случае партии ХДС частоту употребления сохранила лексема *Opposition* (11), входящая в состав институциональной организационной лексики [Dieckmann 1975: 50], идеологическая лексема *Sicherheit* (14), слова *Maßnahme* (19), *Ziel* (22), описывающие политические практики, а также существительное *Jahr* (17).

Нужно отметить, что контекст употребления некоторых слов изменился. Так, если лексема *Maßnahme* («мера») ранее чаще всего использовалась в отношении стоящего остро миграционного вопроса (280 вхождений в материалах *FAZ* на тему миграционной политики за

2017 г.), то в дискурсе 2021 г. слово является частью лексики периода пандемии (407 вхождений в *FAZ* за 2021 год).

Лексема *Weg* стала более актуальной для партии Зеленые и появилась в таких сочетаниях как *ein Weg von Lockdown, ein Weg zur Klimaneutralität* в метафоричном значении «направление деятельности» для создания акцента на новизне идей партии Зеленых. Такие лексемы, как *Staatssekretär, Schwarz-Gelb, Leiharbeitskräfte, Laufzeitverlängerung, Subvention, Dame, Beitrag, Währung* в нашем корпусе не встретились. Остальные лексические единицы были обнаружены в незначительном количестве текстовых фрагментов.

При составлении таблицы 2 мы принимали во внимание лексические единицы, не только являющиеся частотными, но и одновременно с этим отражающие повестку партии и характеризующие предвыборную кампанию. Следовательно, такие общеупотребительные лексемы как *Frage, Antwort* или *Land* нами не рассматривались. В таблице представлены слова и словосочетания, выражающие положительные для партий ценности и желаемые направления деятельности (*erneuerbare Energien, Nachhaltigkeit, Klimaneutralität, klimaneutrale Industrie, Aufbruch*), «слова-антиценности» (*Steuererhöhungen, Impfgegner*).

B90/Die Grünen	Сочетаемость	CDU/CSU	Сочетаемость
Klima	Klimaschutz (21) Klimakrise (17) Klimawandel (10) Klimaneutralität (7)	Klima	Klimaneutralität (23) Klimakrise (15) Klimapolitik (6) Klimawandel (5) Klimaziele (3) Klimaschutz (3) Klima-Effekt (1)
Wende	Energiewende (18) historische Wende (2)	Wirtschaft	Wirtschaftspolitik (22) soziale Marktwirtschaft (34)
Nachhaltigkeit (28)	finanzielle Nachhaltigkeit (1) betriebswirtschaftliche Nachhaltigkeit (1)	Industrie	Industrienation (3) klimaneutrale Industrie (14)
CO2-Ausstoß (4)	globaler CO2-Ausstoß (1)	Freiheit (18)	Freiheitsrecht (9)
Marktwirtschaft (22)	sozial-ökologische (2)/ klimaneutrale (14)/ neue Marktwirtschaft (1)	Corona	Corona-Krise (25) Corona-Politik (17)

Aufbruch (8)	echter Aufbruch (2)	Atom	Atomkraft (11) Atomausstieg (7) Antiatomkraftbewegung (1)
Steuer	Vermögensbesteuerung (10) Steuerpolitik (5)	Steuer	Steuererhöhungen (22) Steuerpolitik (3)
Freiheit (9)	Freiheitsrechte (5) Meinungsfreiheit (2)	Impfgegner (14)	
Energie	erneubare Energien (13) Energiegeld (2)	Tempolimit (4)	
Tempolimit (13)		Rechtsstaatlichkeit (2)	

Таб. 2. Частотная лексика предвыборного дискурса 2021 г.

Интерес представляют тенденции сочетаемости ключевых слов. Так, слово *Klima* в большинстве случаев выступает в качестве определяющего компонента детерминативного композита (*Klimakrise, Klimaschutz, Klimaneutralität* и др.). То же место занимает и лексема *Atom*, обнаруженная в корпусе исключительно в сложных словах (*Atomkraft, Atomausstieg, Antiatomkraftbewegung*). Ключевые слова *Nachhaltigkeit* и *Marktwirtschaft* появляются в сочетаниях с прилагательными. Лексема *Nachhaltigkeit* изначально является частью повестки Зеленых, однако ее использование в медиатекстах с прилагательными *finanziell* и *betriebswirtschaftlich*, характеризующими приоритетную для ХДС экономическую сферу, является попыткой заручиться доверием электората оппонента. Эту же задачу выполняет наделение ключевого слова партии ХДС *Marktwirtschaft* «зелеными» характеристиками (*sozial-ökologische/klimaneutrale Marktwirtschaft*).

Примером лозунгового слова, обладающего манипулятивным потенциалом и актуальностью, неограниченной временным периодом, является лексема *Freiheit* («свобода»). Поскольку данное понятие выражает положительную ценность, речь о нарушении прав и свобод в демократической Германии неизменно вызывает негодование общественности. Последствия пандемии для экономики ФРГ, а также возросшее недовольство населения существующими ограничительными мерами позволило партии Зеленых называть прежнюю политику ХДС в

области коронавируса «ограничением прав свободы» (*Einschränkung der Freiheitsrechte*), что повысило бризантность речевой ситуации (11).

(11) „Robert Habeck und der Abgeordnete Janosch Dahmen wollen erreichen, dass **Freiheitsrechte** in der Pandemie nicht länger als nötig **eingeschränkt werden**.“ [Spiegel, 01.03.2021]

Представители ХДС в свою очередь используют воздействующую функцию лексемы *Freiheit* для обвинения Зеленых в жесткой климатической политике, нагнетающей страх, а также с целью противопоставления такого метода и «пути свободы и стимулов», который предлагает ХДС (12).

(12) „CSU-Generalsekretär Markus Blume hat den Grünen in der Klimapolitik **Angstmache** vorgeworfen. [...] Es geht um die Kernfrage, ob man den Weg von Freiheit und Anreizen geht oder den Weg von Verboten. Da stehen wir auf **der Seite der Freiheit**.“ [Spiegel, 16.09.2021]

Такие ключевые слова как *Steuererhöhungen*, *Atomausstieg* и *Tempolimit* являются примером идеологической полисемии. Если в случае Зеленых эти лексемы воплощают положительные ценности, то представители ХДС используют их для критики деятельности конкурентов и предшественников, что превращает их в «слова-антиценности». Так, А. Лашет высказывает свое несогласие с преждевременным отказом от атомной энергетики, совершенном после аварии на АЭС Фукусиме-1 во время нахождения у власти А. Меркель (13), а также обещает воздержаться от поднятия налогов и ограничения скорости на скоростных магистралях, что конкурирует с повесткой Зеленых (14).

(13) „Auch Laschets Vorwürfe sind nicht neu. 2019 etwa bezeichnete er den schnellen **Atomausstieg** als „nicht rational“. [Spiegel, 21.09.2021]

(14) „Unionskandidat Laschet hat vor der Bundestagswahl **Steuererhöhungen** ausgeschlossen. Auch einem generellen **Tempolimit** erteilte er eine Absage.“ [WAZ, 30.06.2021]

Таким образом, ключевые слова играют огромную роль в репрезентации идей политических партий в предвыборном дискурсе 2021 г.

Одни и те же лексемы могут использоваться как в качестве лозунговых слов, так и в качестве слов-антиценностей для подчеркивания различий между стремлениями партий и манипулирования сознанием избирателя.

2.3.2 Метафоры

Перейдем к метафорике предвыборного дискурса.

В главе 1 (п. 1.4.3.) мы рассматривали существующие категории метафор политического дискурса, выделенные К. Шпис [Spieß 2017: 100-105]. Опираясь на данную классификацию, а также на работы Ю. А. Ольховиковой (2006) и К. Коль (2007), мы выделили следующие разряды метафоры, обнаруженные в нашем корпусе:

Военная метафора	6
Природная метафора	14
Соматическая метафора	3
Метафора пути	8
Изоморфные метафоры	2
Другое	7

Таб. 3. Категории метафор в корпусе предвыборного медиадискурса 2021 г.

Предвыборная кампания является аналогом борьбы, что отражено уже в семантике немецкой лексемы *Wahlkampf*, а военные метафоры широко распространены во всем предвыборном дискурсе. Так, новый курс, взятый партией ХДС, противопоставляется «старым битвам», то есть ее прежним идеям (15), а А. Бербок после обвинения в плагиате «находится под прицелом» партии ХДС (16). Военная метафорика является «одной из самых распространенных антропологических универсалий, передающих четкую структуру», что делает ее привлекательной для переноса в другие сферы [Kohl 2007: 152].

(15) „Für alle Kandidaten der Union in Thüringen müsse gelten, dass sie [...] keine **alten Gefechte austrügen**, sondern nach vorne blickten“, sagte Hirte.“ [FAZ, 07.04.2021]

(16) „Doch auch **der Gegenwind wächst** seit Wochen, die Union **schießt sich auf Baerbock ein**.“ [WAZ, 17.06.2021]

Природная метафорика в языке политики часто построена на концепте ветра, «в основе подобных метафорических словоупотреблений лежат аналогии между изменчивостью политической обстановки и подвижностью воздушной среды» [Ольховикова 2006: 117]. Так, Р. Хабек, представитель партии Зеленых, ищет возможность воспользоваться попутным ветром и даже «создать его» (17), метафора в данном случае имеет положительную коннотацию. Осуждение ошибок А. Бербок партией ХДС сравнивается с возрастанием «встречного ветра», то есть сопротивлением и протестом против ее кандидатуры на выборах, в данном контексте концепт ветра получает негативную коннотацию (16; 17).

(17) „Es ist uns nicht gut gelungen, **den Rückenwind selbst zu erzeugen**,“ sagte Habeck im ARD-„Morgenmagazin“. Vielmehr habe die Partei **einen starken Gegenwind abbekommen**.“ [FAZ, 11.06.2021]

Важные политические события, получившие негативную оценку, часто осмысляются в контексте природных катастроф. Отрицательным в данном случае является «аспект непредсказуемости, неуправляемости, разрушения, хаоса» [Spieß 2017: 100-105]. Например, концепт наводнения переносится на личную неудачу А. Лашета, а именно на ситуацию с его неподобающим поведением на месте последствий настоящей катастрофы (18), что говорит об уроне, нанесенным политическому имиджу кандидата.

(18) „Dann **die persönliche Flutkatastrophe** des Armin Laschet, sein unpassendes Lachen im Hintergrund, während der erschütterte Bundespräsident eine Ansprache im zerstörten Erfstadt hielt.“ [Spiegel, 26.09.2021]

Метафора огня представлена как довольно распространенным и уже идиоматизированным концептом выгорания, в данном случае профессионального (19), так и более редким метафорическим концептом брандмауер, то есть противопожарной стены (20). В данном случае стена предназначена для защиты потенциальных избирателей ХДС от влияния идей Зеленых. Поскольку консервативная повестка ХДС становилась все менее популярной, представители партии стали ориентироваться на либеральные идеи Зеленых, что и подвергается критике в приведенном фрагменте.

(19) „*Nach 16 Jahren Kanzlerschaft von Angela Merkel ist die Union programmatisch **ausgebrannt** und erschöpft.*“ [WAZ, 07.04.2021]

(20) „*Dies zeige, wie weit die Grünen in Baden-Württemberg bereits ins Unionsmilieu vorgedrungen seien, sagte Dobrindt. „Ich rate deshalb, sich deutlich stärker inhaltlich mit den Grünen auseinanderzusetzen, Unterschiede deutlich zu machen, **Brandmauern einzuziehen.**“* [Spiegel, 15.03.2021]

Одним из трансформированных концептов метафоры пути является «тупик» (*Sackgasse*). Данная метафора применима к безуспешным дипломатическим отношениям, различного рода переговорам, в том числе коалиционным. В примере (21) метафора получает негативную коннотацию за счет своего сочетания с прилагательным *link*, отсылающим к политическим программам оппонентов ХДС и, в частности к партии Зеленых, многие идеи которых не разделяются консервативной партией:

(21) „*Trotz sinkender Umfragewerte sei für die Union gut sechs Wochen vor der Wahl nichts verloren, sagte Wanderwitz. „[...] Da muss die CDU herausarbeiten, dass Rot-Rot-Grün oder eine Ampel unser Land in **eine linke Sackgasse führen würden.**“* [FAZ, 12.08.2021]

Вариацией метафоры пути можно также считать концепт «хождения по краю пропасти», который используется в контексте коалиционных переговоров и отсылает к опасности допущения формирования красно-зеленой коалиции (22).

(22) „*Der Flirt mit Rot-Grün ist dabei eine Gratwanderung.*“ [Spiegel, 20.09.2021]

В нашем корпусе неоднократно встречается традиционная соматическая метафора «сильной руки» или «невидимой руки», чаще всего используемая в контексте рыночной экономики. В примере (23) данная метафора является основой для контекстной антитезы, подчеркивающей преимущество планирования перед хаотичными механизмами рынка.

(23) „*Da zeigt sich die starke Hand der Planung, die allemal publikumswirksamer ist als die unsichtbare Hand der Marktmechanismen wie dem Emissionshandel, aus dem sich die Politik die meiste Zeit heraushalten muss.*“ [FAZ, 03.05.2021]

Рассмотренные метафоры являются лексемными или же конституируются в пределах одного текстового предложения, однако также встречаются метафоры, разворачивающиеся в рамках целой части текста или даже всего текста. Примером является метафора ядовитого гриба, созданная партией ХДС для описания привлекательной, но спорной предвыборной программы Зеленых, некоторые положения которой (например, политику в отношении экологического кризиса) партии ХДС и СДПГ перенимают и в своих кампаниях, тем самым «откусывая от мухомора» (24).

(24) „*Das Bild der Grünen als „Fliegenpilz“ ist für die CDU ein zweischneidiges Schwert. [...] Auch mit ihren neuen Beschlüssen zum Klimaschutzgesetz beißen SPD, CDU und CSU noch einmal kräftig vom Fliegenpilz ab.*“ [FAZ, 05.05.2021]

Данная метафора выходит за пределы одного медиатекста, так как встречается в ряде текстов предвыборного дискурса во всех трех рассматриваемых СМИ.

2.3.3 Антитезы

Поскольку одной из целей каждой партии во время политической кампании является противопоставление своих идей идеям оппонентов,

фигуры противоположности являются неотъемлемой частью предвыборного дискурса. Частным случаем этой группы фигур является антитеза, представляющая собой «оппозицию слов, словосочетаний и предложений» [Брандес 2004: 380]. Примечательно, что практически все обнаруженные антитезы представляют собой критику, направленную на деятельность партии Зеленых. Критика эта исходит либо от представителей партии ХДС, либо от экспертов издания *WAZ*, лояльного к консервативным партиям ФРГ.

Антитеза может быть построена на языковых комплементарных антонимах, которые «находятся во взаимоисключающих отношениях *либо-либо*» [Agricola 1984: 242]. Так, представители ХДС противопоставляют свою стабильную налоговую политику стремлениям оппонентов поднять налоговую ставку для граждан с доходом выше среднего (25). Антитеза *richtig – falsch* придает высказыванию категоричность и исключает существование альтернативных линий поведения.

(25) „*Alle drei haben Steuererhöhungen drin, alle drei liegen falsch, wir liegen richtig.*“ [WAZ, 21.08.2021]

Антитеза также может быть основана на конверсивных антонимах, а противоположное понятие может быть образовано с помощью префиксов, например, префикса с отрицательным значением *-mis* (26).

(26) „*Baerbocks Erfolg hängt auch von Misserfolg der Union ab.*“ [WAZ, 19.04.2021].

В материале также встречаются антитезы с контекстуальными антонимами. Так, СМИ зачастую стремились сделать акцент на семейном положении А. Бербок, причем материнство могло рассматриваться как сфера, конкурирующая с политической деятельностью, что делает лексемы *Mutterschaft* и *Kanzlerschaft* полярными (27).

(27) „[...] *Wie viele Kinder Annalena Baerbock hat oder wie sie Mutterschaft und Kanzlerschaft organisieren will, wenn es so weit käme.*“ [WAZ, 26.04.2021]

Другой пример контекстуальной антитезы можно увидеть в следующем высказывании А. Лашета, нацеленном на противопоставление своей стратегии ведения предвыборной кампании, в основе которой лежат действия, стратегии оппонента, которая, по мнению политика, является популистской (28). Идеалом парламентской коммуникации является отсутствие противопоставления слов и действий, политики действуют «через утверждения, обсуждения и принятия решений» [Kilian, 1996: 505], соответственно обвинение в популизме будет автоматически восприниматься избирателем как отрицательная характеристика.

(28) „*Sie redet, ich handle*“, sagte CDU-Chef Armin Laschet.“ [FAZ, 26.04.2021]

Интерес представляет противопоставление А. Бербок и ее соратника Р. Хабекка, также претендовавшего на кандидатуру канцлера от партии Зеленых. Партия на протяжении нескольких месяцев не могла сделать выбор между двумя политиками, несмотря на их разный подход к ведению кампании и к политической деятельности в целом, что не раз подчеркивалось в СМИ. Фрагмент (29) построен на антитезе в форме перечисления.

(29) „*Und einige Zeit schien es sogar möglich, dass sie sich niemals entscheiden würden, wer von beiden kandidieren soll, vielleicht ja doch beide gemeinsam, niemals getrennt, Mann und Frau, Sonne und Mond, Yin und Yang, Schweinebauer und Völkerrechtlerin.*“ [Spiegel, 26.09.2021]

Три первых компонента представляют собой всем известные оппозиции, базирующиеся на гендерном признаке, природном противопоставлении или философском учении. Четвертый компонент (*Schweinebauer und Völkerrechtlerin*) является контекстным и выполняет функцию усиления всей антитезы, отсылая к разным целям политиков: в то время как деятельность Р. Хабекка направлена на аграрный сектор, в центре внимания А. Бербок – международные отношения.

2.3.4 Оценочные существительные и прилагательные

На данном этапе лингводискурсивного анализа рассматриваются оценочные лексемы, не обладающие метафоричностью. Опираясь на классификацию Ю. А. Фоминой [Фомина 2007: 156] мы выделили три типа оценок в корпусе предвыборного дискурса: по отношению автора (положительная/негативная), по количеству объектов оценки (сравнительная/абсолютная) и по наличию эмотивного компонента (рациональная/эмоциональная). Статистические данные представлены в таблице 4.

Виды оценки	Армин Лашет/ХДС			Аннала Бербок/Зеленые		
	Spiegel	FAZ	WAZ	Spiegel	FAZ	WAZ
Положительная	7	8	9	16	10	6
Негативная	23	20	4	5	11	16
Сравнительная	21	19	1	17	9	14
Абсолютная	9	9	12	4	12	8
Рациональная	11	3	2	6	4	7
Эмоциональная	19	25	11	15	17	15

Таб. 4. Виды оценки в медиатекстах предвыборного дискурса 2021 г.

Тенденция к использованию сравнительных оценок объясняется не только сопоставлением А. Лашета и А. Бербок, но и наблюдением СМИ за их взаимодействием с другими предполагаемыми кандидатами на пост канцлера от тех же партий: в случае Зеленых – сопредседателем Робертом Хабекком, в случае ХДС – Маркусом Зедером, председателем баварской партии ХСС. Из приведенной статистики можно также отметить степень лояльности определенных изданий к кандидатам: Зеленые чаще получали негативную оценку в консервативной газете *WAZ*, в то время как ХДС чаще подвергался критике в либерально настроенном журнале *Spiegel*. Несмотря на наличие нескольких примеров рациональной оценки, являющихся выводом из поведения кандидатов во время кампании и из результатов опросов, чаще всего использование оценочных лексем в предвыборном медиадискурсе

объясняется личными предпочтениями журналистов, других политиков и электората и является эмоциональным.

Оценка в СМИ может быть скрыта в прагматических пресуппозициях или же выражаться эксплицитно. Пример (30) содержит в себе прием, который мы вслед за Х. Кемпер (2017) называем «языковым камуфляжем» или прагматической пресуппозицией. Заявление о стремлении ХДС сделать своего кандидата «привлекательным» имплицитно наделяет политический имидж А. Лашета эмоциональной негативной оценкой «непривлекательности» для избирателей.

(30) „*CDU: Das Hauptproblem sei inzwischen, den Kandidaten „schmackhaft“ zu machen.*“ [Spiegel, 20.08.2021]

К другим примерам негативной оценки с эмотивным компонентом относятся фрагменты (31) и (32). Сторонники ХДС называли политика «неправильным кандидатом» (31), эксперты в СМИ определяли его как «неудачного и неумелого» (32).

(31) „*Große Mehrheit unter Unionsanhängern hält Laschet für **den falschen Kandidaten.***“ [Spiegel, 21.04.2021]

(32) „*Unglücklicher und ungeschickter ist bislang kaum jemand in den Kampf ums mächtigste Amt der Republik gestartet.*“ [Spiegel, 06.08.2021]

Пример (33) содержит прилагательное с рациональной оценкой. «Бессмысленные интервью» А. Лашета противопоставляются потребности избирателей в «четких словах», о которой говорят проведенные опросы.

(33) „*Und statt die Zukunft Deutschlands in klaren Worten zu skizzieren, gibt der Kandidat **nichtssagende Interviews.***“ [Spiegel, 06.08.2021]

Соратники А. Лашета также дают негативную эмоциональную оценку всей предвыборной деятельности кандидата, называя ее «кампанией из ада» (*Wahlkampf from hell*), поскольку политик с самого начала не получает ожидаемую поддержку избирателей (34). Использование заимствованной лексики в данном случае оправдано тем, что, в английском языке выражение *from hell* идиоматизировано для описания чего-либо «в высшей степени

неприятного/плохого»⁷ и не имеет столь же часто употребляемых семантических аналогов в немецком языке.

(34) „*CDU-Leute klagen in einer WhatsApp-Gruppe über den **Wahlkampf from hell.***“ [Spiegel, 20.08.2021]

Среди оценочных лексем, описывающих действия партии Зеленых и А. Бербок преобладают существительные. Так, композит *Enthaltungskünstlerin* («мастер воздержания») обладает эмоционально-оценочной функцией и отсылает к тенденции А. Бербок воздерживаться во время голосований в Бундестаге (35). Оценка является адгерентной, поскольку лексема вне контекста не обладает оценочным потенциалом.

(35) „*Sie sei eine „**Enthaltungskünstlerin**“, sagte CSU-Generalsekretär Markus Blume am Dienstag mit Blick auf deren Stimmverhalten im Bundestag.*“ [WAZ, 27.04.2021]

Негативно оцениваются и идеи Зеленых в отношении климатической политики, а именно поднятие цен на топливо и отопление, а также на перелеты (36). Уничижительная семантика лексемы *Preistreiber* («спекулянт»)⁸ изначально наделяет ее ингерентной негативной оценкой, а эпитет *herzlos* («бессердечный») усиливает эмотивный компонент.

(36) „*Teurer Sprit, horrende Heizkosten, Aufschlag aufs Fliegen: Die Konkurrenz stempelt die Grünen im Wahlkampf als **herzlose Preistreiber** ab.*“ [Spiegel, 10.06.2021]

Наличие противоречий в политической программе Зеленых, журналисты издания *WAZ* оценивают как «неприятную часть» повестки партии (37).

(37) „*Über dem Grünen-Projekt hängt ein Wohlfühlschleier, der den Blick auf den **ungemütlichen Teil** der grünen Agenda versperrt.*“ [WAZ, 19.04.2021]

⁷ Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/from%20hell>, дата последнего обращения: 17.05.2022

⁸ Duden. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Preistreiber>, дата последнего обращения: 17.05.2022

Метафора вуали благополучия в данном случае (*Wohlfühlschleier*) семантически усиливает негативную оценку, указывая на видимость успеха Зеленых и скрытые мотивы партии.

2.3.5 Фразеологизмы

Фразеологизмы являются частым явлением в предвыборном медиадискурсе и, как было выяснено нами ранее, выполняют иллюстративную функцию, приближая медиатекст к разговорной речи и тем самым делая освещение политических событий понятнее для читателя [Stein 2011: 126].

Так, различные мнения и взгляды в политике часто иллюстрируются языковыми средствами, отражающими пространственную дистанцию, поэтому примечательно, что отсутствие жесткой конкуренции в отношениях А. Бербок и А. Лашета описывает фразеологический оборот *zwischen zwei passt kein Blatt Papier* (38), предположительно возникший в политическом дискурсе 1990-х гг. и впервые использованный председателем СвДП Г. Геншером для выражения «полного согласия и единства мнений» с его соратниками⁹.

(38) „*Robert und Annalena, das Traumpaar. Kein Blatt passte zwischen die beiden, sie klebten zusammen wie Frischverliebte.*“ [Spiegel, 26.09.2021]

Однако широкое распространение этот фразеологизм получил благодаря председателю СДПГ О. Лафонтену и кандидату в канцлеры от СДПГ в 1998 г. Г. Шредеру, которые применили его в речи для демонстрации своего единства. Поскольку между О. Лафонтеном и Г. Шредером в дальнейшем произошел разрыв, допускается возможность иронического подтекста в примере (38). Однако сравнение с молодоженами (*wie Frischverliebte*) только подчеркивает степень доверия в их политическом тандеме.

⁹ Redensarten-Index. URL: https://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff=~zwischen%20zwei%20Menschen%20passt%20kein%20Blatt%20Papier&suchspalte%5B%5D=rart_ou, дата последнего обращения: 23.05.2022

Сатирический оттенок высказывания (39), критикующий электорат Зеленых, который не принял во внимание «зверства и затраты», скрывающиеся за радикальными экологическими идеями партии, создается с помощью фразеологизма *reinen Wein einschenken* («рассказывать горькую правду»).

(39) „*Es wird jetzt Annalena Baerbocks Job sein, dem Wähler reinen Wein einzuschenken und genauer zu erklären, welche Grausamkeiten und Kosten u. a. mit einer radikalen Energiewende und dem Umbau von deutschen Schlüsselbranchen wie dem Automobilsektor verbunden sind.*“ [WAZ, 19.04.2021]

Идиома восходит к средневековой традиции разбавлять вино в трактире различными ингредиентами для выгоды владельца¹⁰. Таким образом, автор высказывания выражает уверенность в сокрытии истинных издержек проектов и видит задачу А. Бербок в раскрытии правды.

2.3.6 Разговорная лексика

Сближение норм устно-разговорной и книжно-письменной речи является характерной чертой современных СМИ, что объясняется «функционально-технологическими особенностями дискурсивных практик массовой коммуникации» [Добросклонская 2008: 15].

Разговорная лексика может стать частью медиатекста в результате перевода устного разговора в письменную речь в жанре интервью. Так, журналист *Spiegel* в интервью с М. Зедером использует разговорную лексему *das Tamtam* в значении «шумиха, суэта»¹¹ для предположения о дальнейшем развитии предвыборной кампании при условии выдвижения кандидатуры М. Зедера на пост канцлера (40). На фоне слабой поддержки А. Лашета среди избирателей, снижающегося уровня доверия Зеленым из-за обвинений в плагиате, выдвинутых против А. Бербок, и приближения новой волны коронавируса, с которым у ХДС с трудом получалось бороться, новая

¹⁰ Redensarten-Index. URL: https://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff=reinen+Wein+einschenken&bool=relevanz&gawoe=an&sp0=rart_ou, дата последнего обращения: 25.05.2022

¹¹ Duden. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Tamtam>, дата последнего обращения: 17.05.2022

кандидатура действительно казалась электорату ХДС шансом на победу, что отлично отражает семантика использованной лексемы.

(40) „*SPIEGEL: Der Klimawandel rückt in den Fokus des Wahlkampfs, die vierte Coronawelle rollt an, die Grünen schwächeln: Welches **Tamtam** hätten Sie wohl veranstaltet, wenn es mit der Kanzlerkandidatur geklappt hätte.*“ [Spiegel, 30.07.2021]

Сниженная лексика используется и в информационно-аналитических медиатекстах в качестве эмотивной составляющей. Так, лексема *das Gejammere* («нытье/причитания»)¹² в примере (41) выражает эмоционально-негативную оценку высказываниям недовольства по поводу неудавшейся предвыборной кампании.

(41) „*Die Wahl ist noch nicht mal gelaufen, und schon geht **das Gejammere los**, Sie haben es sicher auch schon gehört: Was für ein furchtbarer Wahlkampf das gewesen sei!*“ [Spiegel, 26.09.2021]

Лексема *Patzer* в примере (42), обозначающая «незначительную ошибку, совершенную по невнимательности» имеет в словаре пометку «фамильярно-разговорная»¹³ и выражает авторскую иронию, поскольку намеренную ложь в своей биографии и присвоение чужого труда в книге, в которых обвиняют А. Бербок трудно семантически определить как оплошность или незначительную ошибку. К тому же, использование риторического вопроса показывает уверенность автора в том, что политик ошибочно прибегает к «устаревшему образу женщины» для формирования своего политического имиджа и оправдания ошибок.

(42) „*Sind Annalena Baerbocks **Patzer** auch Folge eines überholten Frauenbildes?*“ [Spiegel, 30.07.2021]

На негативное отношение автора медиатекста к поведению кандидата А. Лашету в примере (43) указывает как разговорный глагол с уничижительным значением *feixen* («язвительно ухмыляться/скалить

¹² Duden. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Gejammere>, дата последнего обращения: 17.05.2022

¹³ DWDS. URL: <https://www.dwds.de/wb/Patzer>, дата последнего обращения: 17.05.2022

зубы»)¹⁴, так и сравнение кандидата с школьником (*wie ein Schulbube*), указывающее на его незрелый поступок.

(43) „Der Bundespräsident fühlt mit den Opfern der Unwetterkatastrophe, er zollt den Helfern tiefen Respekt – und Armin Laschet grinst und **feixt** im Hintergrund, wie ein Schulbube.“ [WAZ, 18.07.2021]

Опрометчивое поведение А. Лашета, давшего волю эмоциям, в примере (43) противопоставляется взвешенным действиям федерального президента, выражающего соболезнования на месте катастрофы. Для описания поведения последнего используется выражение *jemandem Respekt zollen*, относящееся к высокому стилю¹⁵.

2.4 Анализ синтаксических средств

В таблице 5 представлены статистические данные, являющиеся результатом лингводискурсивного анализа медиатекстов предвыборного дискурса на уровне синтаксиса.

	Spiegel	FAZ	WAZ
Синтаксические средства:			
Риторические вопросы	14	18	9
Риторические восклицания	5	1	7
Перечисления	32	14	27
Короткие предложения	23	17	8
Эллипсис	16	5	12
Анафоры	6	4	1

Таб. 5. Статистика использования синтаксических средств в корпусе предвыборного дискурса

Преобладающим синтаксическим средством в нашем корпусе стали перечисления, обладающие эмотивным компонентом значения лишь в половине рассматриваемых случаях, а в остальном служащие языковой

¹⁴ Duden. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/feixen>, дата последнего обращения: 19.05.2022

¹⁵ Duden. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/zollen>, дата последнего обращения: 19.05.2022

экономии. Самым редким стилистическим средством являются фигуры повтора, представленные в корпусе исключительно анафорами, которые тем не менее логически связывают семантически единые части медиатекста и выполняют убеждающую функцию.

2.4.1 Риторические вопросы и восклицания

Как уже было выяснено нами ранее, риторические вопросы могут содержать в себе имплицитное эмоциональное утверждение или отрицание [Брандес 2004: 323]. Так, вопрос о том, разумно ли хвастовство ХСС по поводу успеха в сфере скотоводческой генетики скрывает в себе отрицательный ответ, а ироничное использование прилагательного *einzigartig* и лексемы с уничижительной семантикой *Kraftmeierei* («хвастовство своей силой»)¹⁶ лишь подчеркивает неодобрение автора (44).

(44) „*Diese Woche war wieder mal geprägt von Selbstlob der CSU. Sogar in der Rindergenetik sei Bayern einzigartig. Passt diese Kraftmeierei noch in die Zeit?*“ [FAZ, 22.05.2021]

Однако условие наличия скрытого ответа выполняется не всегда. Риторические вопросы также могут выступать в качестве инструмента анализа дальнейшего развития событий в предвыборной кампании (46) или последующих поступков кандидатов (45). В этом случае рассмотрение возможных исходов ситуации становится менее субъективным, чем могло бы быть в возможной семантической альтернативе – утвердительных предложениях с семантикой предположения. В примере (45) субъективность снижена еще и за счет использования глагольной формы в сослагательном наклонении *wäre*.

(45) „*Wäre Laschet ein krisensicherer Kanzler? [...] In einer voll ausgeleuchteten Öffentlichkeit bleibt kein Lacher verborgen. Wie geht man damit um?*“ [FAZ, 20.07.2021]

Пример (46) также не содержит в себе четкого имплицитно выраженного ответа. На момент публикации данного материала

¹⁶ DWDS. URL: <https://www.dwds.de/wb/Kraftmeierei>, дата последнего обращения: 25.05.2022

представители ХДС действительно только намечали директивы по борьбе с климатическим кризисом, в то время как вся партийная программа Зеленых уже базировалась на экологической проблеме, приведенный текст содержит лишь размышления о возможных результатах этого противостояния.

(46) *„Ist es klug, dass sich die Union auf einen ökologischen Überbietungswettbewerb mit den Grünen einlässt? Wählen die Leute am Ende nicht das Original?“ [FAZ, 07.05.2021]*

В нашем корпусе примеров встретились также несколько риторических восклицаний. Фрагмент (47) содержит ряд экскламативных предложений, выражающих недовольство и возмущение.

(47) *„Was für ein furchtbarer Wahlkampf das gewesen sei! Schrecklich kindisch! Man hätte doch dringend über Außenpolitik reden müssen!“ [Spiegel, 26.09.2021]*

Эмотивный компонент высказывания также содержится в прилагательных с негативной эмоциональной оценкой *furchtbar* и *kindisch*. При этом если первое прилагательное обладает ингерентной отрицательной оценкой, то второе приобретает такую оценку в контексте.

2.4.2 Перечисления

Перечисления стали самым распространенным синтаксическим средством репрезентации в нашем корпусе. Чаще всего целью использования этого приема в медиадискурсе становилась речевая экономия при изложении партийных программ. Так, перечисления положений программы Зеленых с применением полисиндетической связи и лексического повтора иронично подчеркивают тот факт, что в основе практически всех положений документа лежит идея защиты климата (48).

(48) *„Der Leitantrag, ein Kondensat des Parteiprogramms, fasst nun noch einmal zusammen, an wen die Grünen alles gedacht haben: **Klimaschutz und Arbeitnehmer, Klimaschutz und Mieter, Klimaschutz und Niedrigverdiener, Klimaschutz und Unternehmer.**“ [Spiegel, 20.09.2021]*

Перечисления в примере (49) имеют функцию создания напряжения при описании разрушений после наводнения в июле 2021 г., восстановление которых станет ответственностью новой региональной власти.

(49) „Die von der verheerenden Juli-Flut schwer getroffenen Regionen stehen vor einem enormen Kraftakt. **Straßen, Schienenwege, Fabriken, Geschäfte, Schulen, tausende private Wohnungen und Häuser müssen so rasch wie möglich saniert oder gar völlig neu errichtet werden.**“ [FAZ, 10.08.2021]

Асидентически связанные перечисления в примере (50), отсылающие к таким ошибкам ХДС, как отмена запланированного пасхального отдыха, неудачный закон об ограничении арендной платы и долгая закупка вакцины, являются средством негативной оценки и играют роль аргументов в пользу возможной победы Зеленых.

(50) „**Der versemmelte Berliner Mietendeckel, die verkorkste Oster-Ruhe, die zähe Impfstoffbeschaffung** – das alles war das Werk von Leuten, die nicht erst seit gestern regieren.“ [WAZ, 19.04.2021]

Интерес представляют перечисления, равноправными компонентами которых являются разные части речи. Так, образ А. Бербок в примере (51) создается при помощи полисиндетического чередования существительных и прилагательных, а также антитезы.

(51) „**Keinerlei Regierungserfahrung, aber dafür jung und frisch und Mutter, diese Frau machte neugierig.**“ [Spiegel, 25.09.2021]

Отсутствию какого-либо опыта государственной службы противопоставляются характеристики, основанные на возрасте (*jung*), семейном статусе (*Mutter*), а также наличию мотивации в работе (*frisch* в значении «полный сил»), что позволяет сформировать впечатление не только о политической деятельности А. Бербок, но и о ее частной жизни.

2.4.3 Короткие предложения и эллипсис

Короткие предложения в информационно-аналитических текстах предвыборного дискурса могут подчеркивать категоричность авторского мнения. Несмотря на использования формы сослагательного наклонения в

примере (52), призванного смягчить субъективность высказывания, короткие предложения делают его однозначным и отражают уверенность автора в том, что Зеленые могут совершить политический «прорыв», а их идеи способны удовлетворить потребности общества. Дополнительная информация выносится между двумя смыслообразующими предложениями с помощью уточняющего парцеллята.

(52) *„Ein Aufbruch täte not. Sowohl, was politische Inhalte, als auch personelle Frische angeht. Die Grünen bieten das an.“ [WAZ, 13.04.2021]*

Оба предложения из примера (53) построены на эллипсисе с «проекцией предикативного отношения» [Кострова 2004: 57]. Позитивный имидж А. Бербок формируется как с помощью компаративов, выражающих положительную сравнительную оценку с оппонентами, так и с помощью лексемы *durchwursteln* («с трудом перебиваться»), имеющую в словаре стилистическую пометку «грубое/фамильярное»¹⁷ и описывающую неудачную деятельность других партий по борьбе с климатическим кризисом. В данном контексте лексема является субстантиватом.

(53) *„Baerbocks Sätze sind kürzer, ihre Argumente pragmatischer. Klimaschutz muss man machen, Schluss mit Durchwursteln.“ [Spiegel, 17.09.2021]*

В примере (54) представлен ряд бытийных назывных высказываний [Кострова 2004: 52] для описания обстановки ситуации – посещения школы кандидатом А. Бербок.

(54) *„Eine andere Anekdote, ein anderes Jahr. Diesmal Deutschland, ein Besuch in einer Stadtteilschule. Baerbock liest Fünftklässlern vor.“ [WAZ, 17.06.2021]*

Субстантивные предложения и использование «представляемого» презенса делает повествование кинематографичным и вносит в текст «элемент персонализации» [Кострова: там же].

¹⁷ DWDS. URL: <https://www.dwds.de/wb/durchwursteln>, дата последнего обращения: 21.05.2022

2.4.4 Стилистические фигуры повтора. Анафора

Повтор синтаксических структур в начале высказывания прежде всего осуществляет логическую связь компонентов, а в отдельных случаях обладает экспрессивным потенциалом, включающим в себя ряд функций, например, «создание эффекта подлинности рассказанного» [Кострова 2004: 97], аргументирование выдвинутого тезиса [Цин 2014: 73] и др.

Так, внутрисегментная анафора в примере (55) одновременно создает эффект воспоминаний, приходящих к автору в момент написания текста, является инструментом воссоздания мыслительного процесса, выполняя при этом воздействующую функцию. Убеждение в некомпетентности А. Бербок в качестве возможного канцлера становится более стойким с каждым последующим компонентом анафоры, являющимся синтаксически более распространенным, чем предыдущий.

(55) „**Da war** der ausgeschmückte Lebenslauf. **Da war** das Buch, in dem sie sehr viel von anderen übernahm, ohne dies zu kennzeichnen. **Und da war** der Anspruch, ohne Regierungserfahrung das höchste Amt der Exekutive anzustreben.“ [Spiegel, 30.07.2021]

Пример (56) содержит межсегментную анафору, синтаксически и семантически соединяющую несколько абзацев, описывающих изначальные планы партии Зеленых: выйти за пределы экологической тематики, не исключать возможное сотрудничество с ХДС, не заниматься бесцельными дебатами и т. д.

(56) „**Teil der Strategie war es**, nicht mehr als Einthemenpartei wahrgenommen zu werden. [...]

Teil der Strategie war es, mit allen koalieren zu können und vielleicht sogar mit der Union koalieren zu wollen [...]

Teil der Strategie war es zudem, sich nicht mehr auf fruchtlose Debatten und falsche Gegensätze einzulassen, sondern herauszutreten und zu fragen: Worüber

reden wir? Wie reden wir? Radikal ehrlich zu sein, schonungslos, auch mit sich selbst.

Das haben sie nicht geschafft.“ [Spiegel, 20.09.2021]

Использование прошедшего времени во фрагментах, содержащих анафору, создает пресуппозицию, у читателя возникает ощущение провала описанных стратегий, которое подкрепляется последним предложением.

Выводы по главе 2

Во второй главе нашей работы был представлен анализ предвыборного дискурса ФРГ 2021 г. на материале медиатекстов, содержащих репрезентацию политических партий ХДС и Зеленые и предвыборную деятельность кандидатов на пост канцлера А. Лашета и А. Бербок. Источниками материала послужили три СМИ: надрегиональные издания *Spiegel* и *FAZ* и региональная онлайн-газета *WAZ*.

Основными темами предвыборного дискурса в сформированном корпусе примеров стали рыночная экономика, социальные гарантии, защита климата, борьба с коронавирусом, дигитализация общества, миграционная политика и образование. Изучение предвыборных программ партий обнаружило разницу в подходах ХДС и Зеленых к решению общих для государства задач, которая наиболее существенно проявилась в экологической сфере, а также в экономических решениях периода пандемии коронавируса.

С опорой на модель DIMEAN был проведен анализ лексических и синтаксических средств репрезентации в СМИ. Наиболее релевантными для нашего корпуса лексическими средствами стали ключевые слова, метафоры, антитезы, оценочные существительные и прилагательные, разговорная лексика и фразеологизмы. В области синтаксиса интерес представили риторические вопросы и восклицания, перечисления, короткие предложения, эллипсис, анафоры.

Ключевые слова изначально появляются в предвыборных программах в качестве средства создания политического имиджа, обозначая ценности и антиценности партий. Затем они используются в языке СМИ для выражения идеологии партии или кандидата. Некоторые ключевые слова в нашем корпусе являются средством создания идеологической полисемии.

Корпус позволил выделить типичные для политического дискурса категории метафор, создающие образность и экспрессивность медиатекста: война, природа (концепты ветра, огня, природной катастрофы и др.), путь (тупик, хождение по канату и др.) соматическая метафора (концепт руки), изоморфная метафора и др. Метафора может выходить за пределы одного текстового предложения или даже одного медиатекста, оказывая влияние на весь дискурс.

Компонентами антитезы в политическом дискурсе могут быть как комплементарные и конверсивные, так и контекстуальные антонимы. Антитеза помогает противопоставить деятельность двух партий или кандидатов, а также усилить негативную оценку одного из объектов сравнения и тем самым подвергнуть его критике.

Оценочные существительные и прилагательные отражают восприятие кандидатов потенциальными избирателями, представленное как на основании личных наблюдений авторов медиатекстов, так и согласно результатам опросов среди электората и соратников.

Фразеологизмы, разговорная лексика и эллиптические предложения делают описываемые политические события более понятными для рядового читателя, выполняя иллюстративную функцию и приближая текст к разговорному стилю. Использование разговорных слов также может быть следствием передачи устной речи в жанре интервью.

Все синтаксические средства, релевантные для нашего корпуса примеров, могут обладать исключительно экспрессивной функцией, однако чаще всего их функционал не ограничивается только приданием тексту выразительности. Так, риторические вопросы во многих случаях содержат в себе имплицитный ответ и предположение о дальнейшем развитии

предвыборной кампании. Короткие предложения отражают категоричность автора или создают эффект его присутствия на месте описываемых событий. Перечисления как являются средством языковой экономии, так и создают дополнительное напряжение в повествовании. Анафора обладает убеждающей и аргументирующей функциями.

Статистический анализ данных показал тенденции СМИ к более частому использованию тех или иных языковых средств. Так, фразеологизмы, метафоры, антитезы, перечисления преобладали в медиатекстах из онлайн-издания *Spiegel*. Причину этого мы увидели в том факте, что большинство этих текстов относятся к аналитическому жанру комментариев, в котором компонент оценочного значения играет важную роль. Разговорные лексемы преобладали в издании *WAZ*, ставшего источником небольшого количества медиатекстов жанра интервью в нашем корпусе. Оценочные существительные и прилагательные практически одинаково часто встречались во всех трех СМИ, однако, если в левых изданиях *Spiegel* и *FAZ* лексемы с негативной оценкой чаще характеризовали деятельность ХДС и кандидата А. Лашета, то в консервативном СМИ *WAZ* чаще критиковалась деятельность Зеленых и А. Бербок, что позволяет сделать вывод о лояльности изданий к определенной партии в зависимости от идеологической направленности этого СМИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы был изучен лингвопрагматический потенциал медиатекстов предвыборного дискурса 2021 г. в ФРГ посредством анализа лексических и синтаксических средств, служащих репрезентации политических партий ХДС и Зеленые.

Для достижения поставленной цели были выполнены следующие задачи: рассмотрены отечественные и немецкоязычные теоретические труды, посвященные политическому дискурсу, языку политической коммуникации и особенностям медиатекста в интернет-СМИ; составлен корпус примеров на материалах немецких онлайн-изданий *Spiegel*, *WAZ*, *FAZ*; выявлены стилистические средства репрезентации политических партий, относящиеся к интратекстуальному уровню модели DIMЕAN; проведен лингводискурсивный анализ с привлечением экстралингвистических факторов; теоретические и практические наблюдения были отражены в таблицах, которые включают в себя в том числе и статистические данные, отражающие частоту использования того или иного средства в каждом СМИ.

Был подтверждён основной тезис работы: политический имидж партий и кандидатов в канцлеры, созданный СМИ с помощью стилистических средств, оказывает манипулятивное воздействие на мнение большинства избирателей и, как следствие, на результаты выборов. Шансы А. Лашета, изначально не заручившегося должной поддержкой электората ХДС, согласно опросам, снижались по мере продвижения предвыборной кампании. Имидж «неправильного кандидата», созданный в СМИ при помощи оценочных лексем, риторических вопросов и метафор, укрепился в сознании избирателя. В результате партия СДПГ обогнала ХДС, традиционно получавшего максимальное количество голосов.

Выдвижение А. Бербок, к которому общественность изначально отнеслась скептически из-за молодого возраста политика, отсутствия опыта и наличием маленьких детей, резко повысило рейтинг Зеленых¹⁸. Во время

¹⁸ Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/ru/pochemu-kandidat-v-kanclery-frg-annalena-berbok-popala-pod-shkval-kritiki/a-58142041>, дата последнего обращения: 26.05.2022

предвыборной кампании с именем А. Бербок был связан ряд скандалов: плагиат в книге, наличие ложной информации в резюме, агрессивные экологические инициативы. Вышеописанные процессы получили негативную оценку в СМИ с помощью таких экспрессивных языковых средств как перечисления, антитезы (сопоставление политика с конкурентами и соратниками), анафоры в убеждающей функции и т. д., однако не смогли существенно подорвать доверие избирателей. Зеленые получили рекордное количество голосов, что позволило им стать частью нового коалиционного правительства. Языковой образ А. Бербок как нового, импульсивного, но перспективного лица в политике, а также акцент на гендерной принадлежности и материнстве сыграли в этом определяющую роль.

Важным аспектом исследования образа-стереотипа партий стал анализ предлагаемых ими решений общественных проблем Германии, главными из которых являются экономика постпандемийного периода, изменение климата, цифровое развитие общества и др. Партия ХДС придерживалась в своей предвыборной программе классической модели развития Германии с сильным сектором рыночной экономики, в то время как в фокусе внимания Зеленых находилась климатическая политика. Однако анализ ключевых слов обнаружил взаимовлияние идей ХДС и партии Зеленых, что отразилось в создании идеологической полисемии, например, в сочетании прилагательных, свойственных повестке ХДС, с ключевыми словами партии Зеленых.

Важную роль сыграла идеология выбранных немецкоязычных СМИ и жанровое своеобразие медиатекстов. Журнал *Spiegel* послужил источником самого большого числа информационно-аналитических материалов с преобладанием экспрессивных языковых средств (метафор, оценочных существительных и прилагательных, коротких предложений, фразеологизмов). Была отмечена лояльность консервативного издания *WAZ* к ХДС: в онлайн-газете обнаружено наименьшее количество лексем с негативной оценкой деятельности партии. К тому же, издание *WAZ* стало источником небольшого числа интервью с участниками предвыборного

дискурса, в которых экспрессивным потенциалом обладает разговорная лексика. В интернет-СМИ *FAZ* не было отмечено явно выраженной тенденции к критике одного из кандидатов.

Перспектива дальнейшего исследования в данной области заключается в возможном сопоставительном анализе политического дискурса в ФРГ до и после выборов 2021 г. Поскольку новое распределение мест в парламенте и созданная коалиция без участия партии ХДС являются нетипичным для политического дискурса Германии событием, интерес представляет репрезентации партий в СМИ после объявления результатов голосования и во время коалиционных переговоров.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Андреева В. А. Позиции дискурса в современной лингвистике // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2015. №2. С. 7-14.
2. Арутюнова Н. Д. Понятие пресуппозиции в лингвистике // Известия АН СССР, Серия литературы и языка. 1973. Т. XXXII, № 1. С. 84-89.
3. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Психология влияния: хрестоматия / сост. А. В. Морозов. Санкт-Петербург: Питер. 2001. С. 42-66.
4. Брандес М. П. Стилистика немецкого языка. М.: Прогресс-Традиция, 2004. 413 с.
5. Гайдукова Т. М. О первичной и вторичной номинации человека посредством цветообозначений (на материале немецкого языка) // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7. №1(22). С. 48-52.
6. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ: Современная английская медиаречь: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2008. 264 с.
7. Езан И. Е. Лозунговые слова в политической коммуникации (на материале немецкого языка) // Материалы XL Международной филологической конференции. 2011. С. 54-60.
8. Езан И. Е. Аспекты кодификации и употребления ключевых слов немецкого политического медиадискурса // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2016. № 12(67). С. 84-95.
9. Ковтунова, Е. А., Езан, И. Е. Дискурс-анализ немецких ключевых слов // Филологические вопросы теории и практики. 2018. С. 99-105.
10. Кострова О. А. Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка: учеб. пособие. М.: Флинта, 2004. 242 с.
11. Езан И. Е., Ковтунова Е. А. Ключевое слово Einheit как маркер политического дискурса Германии // Немецкая филология в Санкт-

Петербургском Государственном Университете: сб. науч. статей / ред. С. Т. Нефёдов, И. Е. Езан. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ. 2020. №9. С. 266-290.

12. Нефедов С. Т. Диалогичность – Интертекстуальность – Интердискурсивность // Немецкая филология в Санкт-Петербургском Государственном Университете: сб. науч. статей / ред. С. Т. Нефёдов, И. Е. Езан. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ. 2020. №. 9. С. 10-18.

13. Ольховикова Ю. А. Концепт «ветер» как средство метафорического моделирования политической действительности в печатных СМИ Германии и США // Известия УрГУ. 2006. № 50. С. 116-122.

14. Опарина Е. О. Метафора в политическом дискурсе // Политическая наука. 2002. №3. С. 24-30.

15. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Изд-во Воронежск. гос. Ун-та, 2001. 178 с.

16. Уфимцева А. А., Азнаурова Э. С., Кубрякова Е. С., Телия В. Н. Лингвистическая сущность и аспекты номинации // Языковая номинация (общие вопросы) / Под ред. Б. А. Серебренникова. М.: Наука, 1977. С. 7-98.

17. Фомина Ю. А. Аспекты изучения языковой оценки // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. №20. С. 154-161.

18. Цин Я. Функции анафоры в газетно-публицистическом стиле // Человек в мире культуры. 2014. №4. С. 69-75.

19. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта, 2006. 136 с.

20. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учебное пособие. М.: Флинта; Наука, 2007. 254 с.

21. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. доктор филологических наук: 10.02.01 - Русский язык, Волгоград, 2000. 431 с.

22. Шукман В. Э. Особенности дискурсивного анализа в немецкой научной традиции // Шукман В. Э. Эволюция и трансформация дискурсов. Самара, 2019. С. 135-143.

23. Agricola C., Agricola E. Wörter und Gegenwörter. Antonyme der deutschen Sprache. Leipzig: Bibliografisches Institut, 1984. 242 S.
24. Bubenhofer N. Kollokationen, n - Gramme, Mehrwortheiten // Roth K., Wengeler M., Ziem A. Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft. Berlin, Boston: De Gruyter, 2017. 611 S.
25. Burkhardt A. Deutsche Sprachgeschichte und politische Geschichte / Burkhardt A. // Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung / Hgg. Besch W., Betten A., Reichmann O., Sonderegger S. Berlin, New York: Walter de Gruyter, 1998. S. 98-122.
26. Burger, H., Luginbühl, M. Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. 4. Aufl. Berlin/Boston: de Gruyter, 2014. 486 S.
27. Dieckmann W. Kritische Bemerkungen zum sprachlichen Ost-West-Problem // Zeitschrift für Deutsche Sprache. 1967. №23(1/2). S. 136-165.
28. Dieckmann W. Sprache in der Politik. Einführung in der Pragmatik und Semantik der politischen Sprache. 2 Aufl. Heidelberg, 1975.
29. Felbick D. Schlagwörter der Nachkriegszeit 1945-1949 // Zeitschrift für Germanistik. Berlin. 2003. S. 31-56.
30. Girth H. Sprache und Sprachverwendung in der Politik. Tübingen: Niemeyer, 2002. 127 S.
31. Janich N. Textlinguistik. 15 Einführungen (Narr Studienbücher). Tübingen: Gunter Narr, 2008. 383 S.
32. Kercher J. Verstehen und Verständlichkeit von Politikersprache. Verbale Bedeutungsvermittlung zwischen Politikern und Bürgern. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Verlag, 2013. 422 S.
33. Kilian J. Das alte Lied vom Reden und Handeln. Zur Rezeption parlamentarischer Kommunikationsprozesse in der parlamentarisch-demokratischen Öffentlichkeit der Bundesrepublik // Zeitschrift für Parlamentsfragen. 1996. H. 3(27). S. 503-518.
34. Kilian J. Demokratische Sprache zwischen Tradition und Neuanfang. Am Beispiel der Grundrechte – Diskurses 1948-1949. Tübingen, 1997.

35. Klein J. Grundwortschatz der Demokratie / Josef Klein // Sprache und Politik: Deutsch im demokratischen Staat / Hg. Jörg Kilian. Mannheim: Dudenverlag, 2005. S. 128-154.
36. Kohl K. Metapher. Stuttgart: Metzler, 2007. 186 S.
37. Kämper H. Das Grundsatzprogramm der AfD und seine historischen Parallelen. Eine Perspektive der Politolinguistik // Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur. 2017. 13. Jahrgang. Heft 01. S. 16-41.
38. Niehr T. Einführung in die Politolinguistik: Gegenstände und Methoden. 1. Aufl. Göttingen: UTB GmbH, 2014. 191 S.
39. Niehr T. Politischer Sprachgebrauch // Lublin Studies in Modern Languages and Literature. 2021. 45. Jahrgang. Heft 01. S. 75-85.
40. Rajewsky I. Intermedialität. Tübingen, Basel: Francke, 2002. 240 S.
41. Schmidt W. Das Verhältnis von Sprache und Politik als Gegenstand der marxistisch-leninistischen Sprachwirkungsforschung // Schmidt W. Sprache und Ideologie. Halle (Saale), 1972.
42. Schröter M. Vom politischen Gebrauch der Sprache. Wort, Text, Diskurs. Eine Einführung / Schröter M., Carus B. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2009. 144 S.
43. Schröter M. Texte und Textsorten // Roth K., Wengeler M., Ziem A. Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft. Berlin, Boston: Walter de Gruyter, 2017. S. 212-233.
44. Schröter M. Adressatenorientierung in der öffentlichen politischen Rede von Bundeskanzlern 1951-2001. Berlin, Germany: Peter Lang Verlag, 2021. 342 S.
45. Spieß C. Metaphern // Roth K., Wengeler M., Ziem A. Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft. Berlin, Boston: Walter de Gruyter, 2017. S. 94-115.
46. Stein S. Phraseologismen // Roth K., Wengeler M., Ziem A. Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft. Berlin, Boston: Walter de Gruyter, 2017. S. 94-115.

47. Sternberger D., Storz G., Süskind W. Aus dem Wörterbuch des Unmenschen. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1962. 162 S.

48. Strauß G., Zifonun G. Schwere Wörter in der Diskussion // Mitteilungen 9 des Instituts für deutsche Sprache. Mannheim. 1983. С. 65-78

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Duden: Online-Wörterbuch: Internetseite. 2022. URL: <https://www.duden.de/> (дата последнего обращения: 16.05.2022).

2. DWDS: Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. 2022. URL: <https://www.dwds.de/> (дата последнего обращения: 23.05.2022).

3. Redensarten Index: Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache. URL: <https://www.redensarten-index.de/suche.php> (дата последнего обращения: 24.05.2022).