

Оригинальная статья

УДК 8; 81

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2022-8-6-142-156>

Роль языковой игры в политическом дискурсе Германии (на примере «политической пепельной среды»)

Мария Алексеевна Елизарьева¹, Александра Павловна Крячкова^{2✉}

^{1,2}Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Россия

¹marycreek@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1340-8382>

²kryachkova.ap@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9658-1994>

Введение. Статья посвящена роли языковой игры в коммуникативных стратегиях, к которым прибегают немецкие политики в рамках «политической пепельной среды» (на примере Христианско-социального союза в Баварии, 2018, 2019 и 2020 гг.). Цель исследования заключалась в определении коммуникативных стратегий, для которых используется языковая игра в выступлениях политиков ХСС на «политической пепельной среде». Научная новизна работы состоит в том, что данный жанр политического дискурса Германии практически не исследован ни с точки зрения политологии, ни с точки зрения политической лингвистики несмотря на то, что он имеет уже устоявшуюся традицию. Актуальность работы обусловлена необходимостью закрыть эту лауну в изучении политического дискурса Германии и хотя бы частично описать данный жанр.

Методология и источники. Для изучения феномена языковой игры был использован полевой метод, в рамках которого авторы статьи проанализировали политическую ситуацию в Германии 2017–2020 гг., а также описали коммуникативные стратегии и тактики. Методом сплошной выборки из текстов выступлений лидеров ХСС (М. Зёдер, М. Блуме, А. Шойер, М. Вебер) были отобраны случаи языковой игры, классифицированы по уровням языка и проанализированы в контексте.

Результаты и обсуждение. Было установлено, что языковая игра служит для реализации разных коммуникативных стратегий: дискредитации, самовосхваления, агитации, манипуляции и самозащиты, формирования эмоционального настроения. Поскольку на «политической пепельной среде» основные интенции ораторов – сохранить имидж своей партии и разрушить имидж партий-конкурентов, в выступлениях политиков языковая игра чаще всего использовалась в рамках стратегии дискредитации (высмеивание оппонентов, выставление их в невыгодном свете) и самовосхваления (подчеркивание положительных качеств однопартийцев или успехов, которых добился ХСС).

Заключение. Применение языковой игры в ходе выступлений позволяет ораторам осуществлять воздействие на массового адресата за счет создания необходимого эмоционального фона. Приемы языковой игры обуславливают реализацию коммуникативных стратегий и тактик, направленных на поддержание собственного имиджа и умаление влияния оппонентов. Важным фактором для понимания приемов языковой игры является знание культурного фона и реалий страны.

Ключевые слова: «политическая пепельная среда», Германия, Христианско-социальный союз, политический дискурс, языковая игра, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики

© Елизарьева М. А., Крячкова А. П., 2022

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Для цитирования: Елизарьева М. А., Крячкова А. П. Роль языковой игры в политическом дискурсе Германии (на примере «политической пепельной среды») // ДИСКУРС. 2022. Т. 8, № 6. С. 142–156. DOI: 10.32603/2412-8562-2022-8-6-142-156.

Original paper

The Role of Language Game in German Political Discourse (on Case of “Political Ash Wednesday”)

Mariya A. Yelizaryeva¹, Aleksandra P. Kryachkova²✉

^{1,2}*Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs
of the Russian Federation, Moscow, Russia*

¹*marycreek@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1340-8382>*

²*kryachkova.ap@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9658-1994>*

Introduction. The article is devoted to the role of the language game in the communication strategies used by German politicians within the framework of the “political Ash Wednesday” (on the example of the Christian Social Union in Bavaria, 2018, 2019 and 2020). The purpose of the study was to determine the communicative strategies for which the CSU politicians use the language game in their speeches on the “political Ash Wednesday”. The scientific novelty of the work lies in the fact that this genre of German political discourse has practically not been studied either from the point of view of political science or from the point of view of political linguistics, despite the fact that it has an already established tradition. The relevance of the work is due to the need to close this gap in the study of political discourse in Germany and at least partially describe this genre.

Methodology and sources. To study the phenomenon of language play, a field method was used, in which the authors of the article analyzed the political situation in Germany in 2017-2019, and also described communicative strategies and tactics. By the method of continuous sampling from the texts of the speeches of the leaders of the CS (M. Zeider, M. Blume, A. Scheer, M. Weber), cases of language play were selected, classified by language levels and analyzed in context.

Results and discussion. It was found that the language game serves to implement various communicative strategies: discrediting and self-praise strategies, manipulative and formation of an emotional mood strategies, self-defense and agitation strategies. Since on the “Political Ash Wednesday” the main speakers’ intentions are to preserve the image of their party and disrupt the image of competing parties, in the politicians’ speeches the language game was most often used as part of the discrediting strategy (ridiculing opponents, made them look bad) and self-praise (emphasizing the positive qualities members of the same party or the successes achieved by the CSU).

Conclusion. The use of language games during performances allows operators to influence the mass addressee by creating the necessary emotional background. The techniques of the language game determine the implementation of communicative strategies and tactics aimed at maintaining one's own image and diminishing the influence of opponents. An important factor for understanding the techniques of the language game is knowledge of the cultural background and the realities of the country.

Keywords: “political ash wednesday”, Germany, Christian social union, political discourse, language game, communicative strategies, communicative tactics

For citation: Yelizaryeva, M.A. and Kryachkova, A.P. (2022), "The Role of Language Game in German Political Discourse (on Case of "Political Ash Wednesday")", *DISCOURSE*, vol. 8, no. 6, pp. 142–156. DOI: 10.32603/2412-8562-2022-8-6-142-156 (Russia).

Введение. «Политическая пепельная среда» представляет собой смешанный жанр политического дискурса Германии с преобладанием агональности, отличающийся неофициальным характером и обилием острот и шуток, пускаемых в ход для дискредитации политических оппонентов. Юмор, сарказм и комическое являются неотъемлемыми составляющими речей, с которыми лидеры крупнейших политических партий Германии выступают перед однопартийцами в последний день весеннего карнавала, и используются для воздействия на слушателей, что нередко достигается с помощью языковой игры как стилистического приема.

Для того чтобы рассмотреть роль языковой игры в коммуникативных стратегиях политиков на «политической пепельной среде», авторами были проанализированы скрипты трех «пепельных сред», проведенных Христианско-социальным союзом в Германии (далее – ХСС) в 2018, 2019 и 2020 гг. ХСС был выбран в связи с тем, что выступления его лидеров обычно бывают эмоционально окрашены и изобилуют шутками и остротами, к тому же именно эта партия стала родоначальницей «политической пепельной среды» в ее современном формате [1].

Актуальность исследования обусловлена тем, что в нем впервые анализируется роль языковой игры в речевых стратегиях немецких политиков, выступающих на «политической пепельной среде». Объектом исследования являются коммуникативные стратегии, к которым прибегают ораторы на этом мероприятии, предметом – примеры языковой игры, посредством которых реализуются эти стратегии. Цель исследования – определить коммуникативные стратегии, для которых используется языковая игра в выступлениях политиков ХСС на «политической пепельной среде». В связи с этим были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть феномен языковой игры, в частности в политическом дискурсе, а также понятия стратегии и тактики;
- проанализировать политическую обстановку в Германии в 2017–2020 гг.;
- из текстов выступлений в рамках «политических пепельных сред» ХСС 2018, 2019 и 2020 гг. отобрать случаи языковой игры и классифицировать их по уровням языковой системы;
- определить стратегии и при возможности тактики, для которых используется языковая игра;
- провести дискурсивный анализ наиболее наглядных примеров.

В соответствии с задачами использовались следующие методы: метод сплошной выборки, контекстуальный анализ, дискурсивный анализ, количественный метод.

Материалом послужили тексты «политической пепельной среды» ХСС 2018 [2], 2019 [3] и 2020 [4] гг. (общий объем 276 503 знаков, 6,9 п. л.). Основными ораторами были: Андреас Шойер (в 2018 г. – генеральный секретарь ХСС, в 2019 и 2020 гг. – федеральный министр транспорта и цифровой структуры), Маркус Блуме (в 2018 г. – заместитель генерального секретаря партии, в 2019 и 2020 гг. – генеральный секретарь), Маркус Зёдер (в 2018 г. – кандидат на пост премьер-министра Баварии, в 2019 и 2020 гг. – премьер-министр Бава-

рии), а также лидер Европейской народной партии Манфред Вебер (2019 и 2020 гг.). В 2021 г. в условиях пандемии мероприятие состоялось в удаленном формате, причем выступил только лидер партии и премьер-министр Баварии М. Зёдер с достаточно серьезной речью без каких-либо шуток и юмора, поэтому данное выступление в настоящем исследовании не анализировалось. В 2022 г. ввиду украинского кризиса ХСС «политическую пепельную среду» проводить не стал.

Методология и источники.

Феномен языковой игры в лингвистике. Под языковой игрой в широком смысле понимается «нетрадиционное, неканоническое использование языка, «это творчество в языке, ориентация на скрытые эстетические возможности языкового знака» [5, с. 168]. Языковая игра – это, как правило, отклонение от норм языковой системы; это творческое, нестандартное (неканоническое, отличающееся от языковой/стилистической/речеповеденческой/логической нормы) использование любых языковых единиц и/или категорий для создания остроумных высказываний, в том числе комического характера» [6, с. 802]. Языковая игра встречается в художественной литературе, публицистике, текстах СМИ, рекламе, разговорной речи и других сферах бытования языка [7, с. 30].

Языковая игра может затрагивать самые разные уровни языковой системы: фонетику, фонологию, графику, орфографию, морфологию, лексику, семантику, синтаксис, прагматику [8]. Арсенал конкретных лингвистических приемов на каждом уровне очень богат. Естественно, что в силу типологического строя набор лингвистических средств для создания этого приема в разных языках будет отличаться.

В. З. Санников, анализируя языковую игру в художественной литературе, выделяет следующие ее функции: языкотворческая, желание развлечь себя и собеседника, стремление к самоутверждению, маскировочная функция, которая позволяет выразить обценное содержание иными средствами, высказать известную мораль в новой форме, а также то, что накопило на душе, или сгладить невежливость [5, с. 26–30]. В рекламе языковая игра используется, прежде всего, для привлечения внимания потенциального клиента, компрессии смысла, она может быть источником лингвоэстетического удовольствия или способом обойти цензуру [7, с. 39], а в языке СМИ «на первый план выходит языкотворческая и оценочная функции» [7, с. 35].

Для понимания языковой игры слушатель должен обладать необходимыми фоновыми знаниями, иначе шутка будет ему непонятна даже при хорошем уровне владения языком. Особые муки такая игра доставляет переводчикам, поскольку даже если удастся передать игру слов с помощью аналогичных или похожих приемов в родном языке, передача культурного компонента может оказаться невозможной. При дальнейшем анализе примеров в этом разделе будет приводиться перевод отрывков текста, содержащих языковую игру, где, возможно, она будет отражена в переводе.

Если рассматривать языковую игру в политическом дискурсе, то более точным будет определение Е. А. Ханиной: это «осознанный, намеренный, прагматически мотивированный процесс использования говорящим возможностей языковой системы с целью оказания воздействия на адресата» [9, с. 102]. Как отмечают Л. С. Полякова и Е. В. Суворова, «так как цель политических выступлений – речевое воздействие на аудиторию, то включение приема

языковой игры помогает достичь этой установки» [10, с. 174]. Данные авторы пишут, что языковая игра также помогает завуалированно передать мысль политического деятеля, унижить или высмеять оппонентов, установить дружеские отношения с аудиторией и создать образ более успешного политика [10]. Кроме того, в политическом дискурсе она может быть одним из средств манипулятивного воздействия на слушателей [11–13].

Роли и видам языковой игры в политическом дискурсе Германии посвящено диссертационное исследование Е. А. Ханиной [13]. В качестве материала автором были избраны парламентские выступления, интервью с политиками и о политиках, политические лозунги. Выступления лидеров партий в рамках «политической пепельной среды» в данном списке не фигурируют, что позволяет нам сфокусироваться на функциях и видах языковой игры именно на этом мероприятии.

Е. А. Ханина выделяет следующие типы языковой игры: 1) обыгрывание языковых повторов (аллитерация, ассонанс, комбинация аллитерации и ассонанса, рифма); 2) игра на созвучии (омонимия, омофония, омография, полиптон); 3) словообразовательная игра (словосложение, контаминация, суффиксация); 4) игра с прецедентными феноменами (фразеология, неожиданная расшифровка аббревиатур, игра с фоновыми знаниями, парафраз интертекста); 5) игра с образностью (метафоры цвета, войны, природы).

Проанализировав сотни примеров, Е. А. Ханина пришла к выводу, что «используя перечисленные приемы языковой игры, участник политического дискурса акцентирует внимание избирателя на смысловой значимости лингвистических единиц и усиливает ее, придает неопределенность высказыванию, вызывает нужные ему ассоциации у избирателя, представляет политического оппонента в неожиданном ракурсе и тем самым способствует формированию оценки адресата, придает словам пренебрежительное, ироничное звучание, достигает комического эффекта, повышает экспрессивность, эмоциональность и эстетическое воздействие речи» [13, с. 162].

Что касается классификации языковой игры по уровням языка, то в нашем материале встретилось большинство типов этого приема, перечисленных в исследовании Е. А. Ханиной, а кроме того, такие, как образование несуществующих форм сравнительной и превосходной степени прилагательных, «заигрывание» с цитатами других политиков, буквальное прочтение внутренней формы слова, метафоры школы и спортивные метафоры, а также логическое противопоставление.

Приведем некоторые примеры: аллитерация (*Lieber Markus Söder, du stehst hier in einer Reihe großer Namen: Strauß, Stoiber, Seehofer, Söder...*), рифма (*Profil mit Stil*), образование превосходной степени от относительных прилагательных (*der europäischste Aschermittwoch*), неологизмы (*NoGroKo-Genörgel*), деонимы (*Schulzzug*), игра на омонимии (*Genossen – das ist ja einmal die Vergangenheit von „genießen“, deswegen müssen wir noch ein paar Tage Geduld haben*), политическая цветовая символика (*Wir machen in Bayern grüne Politik, aber wir brauchen die Grünen nicht dazu*), метафоры (*Passau ist das Hochamt*), «неправильная» расшифровка аббревиатур (*das Wort FW steht im Landtag nicht für freie Wähler, sondern für Freibierwähler*), игра на логическом противопоставлении (*Da ist schon eine Menge Moral, da ist auch mehr Moral, als bei uns, das ist die Doppelmoral der Grünen*).

«Политическая пепельная среда» в контексте общественно-политической жизни Германии. Выбор временных рамок с 2017 по 2019 гг. обусловлен значимыми общественно-

политическими событиями в ФРГ, которые отразились в политическом дискурсе того периода. Опрос германского населения за эти годы показал, что к наиболее актуальным проблемам в это время относились миграция, экология, система образования, социальные выплаты, криминогенная обстановка, вопросы социального равенства, семейная политика, налоги [14].

2017 г. был ознаменован выборами в бундестаг, которые определяли риторику выступлений политических акторов. В первой половине года политическая жизнь проходила под знаком предвыборной борьбы политических партий. Значительные усилия по привлечению электората приходилось прикладывать правящему блоку ХДС/ХСС из-за проблемы миграционного кризиса 2015 г. и миграционной политики, которая негативно повлияла на имидж правящих партий. При этом правопопулистская партия «Альтернатива для Германии» (*Alternative für Deutschland*) все больше набирала популярность среди избирателей, что отчасти связано со снижением уровня доверия населения к правящим партиям и желанием избирателей отдать голос не в поддержку какой-либо партии, а против нее [15, 16].

Недоверие населения вызвали также затянувшиеся переговоры о создании правящей коалиции, которые выявили слабые места политической элиты. В начале 2018 г. важной темой политического дискурса стали переговоры о создании коалиции «Ямайка» (*Jamaika-Koalition*), названной так из-за совпадения цветов флага Ямайки и политических партий ФРГ (черный – ХДС/ХСС, желтый – СвДП, зеленый – Союз 90/«Зеленые»). Они завершились неудачей из-за отказа лидера либералов Кристиана Линднера от заключения коалиционного договора, что в результате поставило под угрозу политическую стабильность в стране. Христианские демократы были вынуждены вновь пойти на компромисс с социал-демократами, чтобы предотвратить возможный кризис власти. Наиболее негативно данный союз сказался на имидже СДПГ, которая после неудачных выборов намеревалась уйти в оппозицию, надеясь тем самым сохранить статус «народной партии» и укрепить позиции среди потенциальных избирателей. Готовность изменить свое решение и согласие СДПГ продолжить сотрудничество в «большой коалиции» (*Große Koalition, GroKo*) негативно приняли представители молодежной организации СДПГ «Молодые социалисты» (*Jusos*), что поспособствовало промедлению при принятии окончательного решения. Длительное ожидание вызвало дополнительное недовольство христианских демократов в адрес будущего партнера по правящей коалиции, что, естественно, стало одной из тем «политической пепельной среды» ХСС в 2018 г., наряду с критикой «Зеленых» и СвДП, которых лидеры ХСС обвинили в провале коалиции «Ямайка».

Во второй половине 2018 г. обострился внутривнутрипартийный кризис блока ХДС/ХСС, ознаменованный конфликтом между А. Меркель (глава ХДС) и Х. Зеehoфером (глава ХСС) из-за Закона об иммиграции (*Einwanderungsgesetz*) [17], в результате которого лидеры обеих партий ушли в отставку. По мнению экспертов, на такое решение А. Меркель могли также повлиять сложные из-за вынужденного сотрудничества отношения между партнерами по «большой коалиции» [18] и практически провальные результаты выборов в бундестаг [19]. Таким образом, к началу 2019 г. у обеих партий появились новые лидеры: соратница Ангелы Меркель Аннегрет Крамп-Карренбауер (ХДС), Маркус Зёдер (ХСС).

Событием, определившим риторику публичных выступлений лидеров ХСС в 2019 г., стали выборы в Европарламент. Одним из претендентов на пост председателя Еврокомиссии

был лидер Европейской народной партии (ЕНП, EVP – Europäische Volkspartei) и представитель ХСС Манфред Вебер, выступивший с предвыборной речью на «политической пепельной среде».

По результатам выборов в Европарламент блок ХДС/ХСС сохранил лидерство. «Союз 90/Зеленые» с 20 % голосов заняли второе место, что стало лучшим результатом в истории партии. Социал-демократы, входящие в правительство ФРГ, потеряли значительное количество голосов и заняли третье место на выборах в Европарламент. Представители ХДС/ХСС и СДПГ отметили, что недооценили важность темы борьбы с изменением климата в этой предвыборной кампании [20].

Коммуникативные стратегии и тактики в политическом дискурсе. Коммуникативные стратегии и тактики играют ключевую роль в раскрытии и реализации основных характеристик политического дискурса, однако на сегодняшний день не существует единой трактовки понятия речевой стратегии. Многие лингвисты определяют стратегию как план речевых действий, а главной задачей ее использования считают достижение адресантом определенной языковой или неязыковой цели коммуникации и реализацию воздействия на массового адресата [21–24]. При этом адресанту необходимо учитывать коммуникативную ситуацию, личность и имидж собеседников или оппонентов, а реализация любой речевой стратегии невозможна без конкретных коммуникативных действий, представляющих собой речевую тактику, которая характеризуется специфическим набором языковых средств [25, 26].

На данный момент представлено множество классификаций речевых стратегий в политическом дискурсе, что, по мнению Ж. В. Зигманн, обусловлено постоянными изменениями в политической жизни общества [27]. Так, в классификации Т. А. ван Дейка представлены следующие виды стратегий: стратегии презентации, семантические стратегии, аргументативные стратегии, стратегии речевых действий [28]. Е. В. Рублева предложила включить в классификацию конвенциональные (кооперативные), презентационные и конфликтные стратегии [29]. О. Н. Паршина выделила стратегии самопрезентации, дискредитации, нападения, самозащиты, формирования эмоционального настроения адресата, информационно-интерпретационную, аргументативную, агитационную и манипулятивную стратегии [30].

В выступлениях немецких политиков на любой «политической пепельной среде» обычно прослеживаются два основных устремления: с одной стороны, поддержать собственный имидж, с другой – нарушить образ партий-оппонентов [31]. Эти две главные агональные интенции определяют выбор стратегий и тактик, к которым прибегают выступающие.

К речевым действиям, направленным на поддержание имиджа, относятся убеждение адресата в своей точке зрения, самовосхваление, побуждение к голосованию за определенного кандидата или партию. Речевые действия обвинительного или манипулятивного характера направлены, как правило, на нарушение имиджа оппонента.

На основе проведенного анализа выступлений политических деятелей нами были выделены следующие стратегии и тактики: стратегия дискредитации, манипулятивная стратегия, стратегия самовосхваления, стратегия самозащиты, стратегия убеждения, стратегия формирования эмоционального настроения, аргументативная стратегия, агитационная стратегия, интеграционная стратегия.

Результаты и обсуждение.

Роль языковой игры в речевых стратегиях на «политической пепельной среде». В проанализированных скриптах выступлений политических лидеров ХСС языковая игра встретила 96 раз и была использована в рамках следующих стратегий: дискредитация (35 раз), самовосхваление (26), манипулятивная стратегия (15), стратегия формирования эмоционального настроения (13), агитационная стратегия (7), стратегия самозащиты (7), интеграционная стратегия (1), стратегия убеждения (1), аргументативная стратегия (1). В некоторых фрагментах языковая игра использовалась для реализации сразу двух стратегий.

Излюбленной стратегией ХСС оказалась дискредитация политических оппонентов (СДПГ, «Зеленые», СвДП, АдГ, «Свободные избиратели»), в рамках которой использовались тактика оскорбления и издевки, тактика оппозиционирования и тактика обвинения.

Комментируя переговоры о заключении коалиции «Ямайка», А. Шойер характеризует «Зеленых» следующим образом: *Es hat aber bei Jamaika eine Partei gegeben, die viel verspricht und das Gegenteil davon macht. Ich meine die Grünen, sie heißen ja neuerdings nicht Realos und Fundis sondern Flexis.* – В коалицию «Ямайка» должна была войти еще одна партия, которая много обещает и делает полностью противоположное. Я имею в виду «Зеленых», которые сегодня должны бы называться не **реалистами** и не **фундаменталистами**, а **приспособленцами** (2018 г.).

А. Шойер обыгрывает названия двух течений внутри партии «Зеленых»: реало и фонди, возникших в начале 1980-х гг. Сторонники первого течения, возглавляемого Й. Фишером, стремились к участию в реальной политике, в то время как фундаменталисты предпочитали заниматься вопросами локальной экологической политики (остановка атомных электростанций, закрытие экологически вредных производств), гражданскими инициативами на местах, блокадами ракетных шахт и т. д. [32, с. 27]. Неологизм *Flexis* образован от прилагательного *flexibel* – гибкий, подвижный, умеющий приспособиться, по той же словообразовательной модели, что *Realos* и *Fundis* (множественное число *Realo* и *Fundi*), т. е. А. Шойер называет «Зеленых» партией, которая легко отступает от своих идеологических принципов.

В 2020 г. в преддверии коммунальных выборов М. Зёдер также активно прибегает к стратегии дискредитации главных конкурентов – «Зеленых» и СДПГ. Особенно достается «Зеленым» и их лидеру Р. Хабеку. Так, их «политическую пепельную среду» М. Зёдер назвал «политической тофу-вечеринкой» (*politische Tofu-Tupperparty*), высмеивая вегетарианские пристрастия партии и несерьезность их мероприятия, а самого Р. Хабек называя «самозванным кавалером побережья» и «капитаном Игло “Зеленых”» (*Robert Habeck, den selbsternannten Küstenkavalier und Käptn Iglo der Grünen*). В этих выражениях содержится как отсылка к тому, что Р. Хабек – уроженец северной Германии, так и издевка, относящаяся к внешности политика. *Kapitan Iglo* – марка рыбных полуфабрикатов, на упаковке которых изображен бородатый капитан. В выступлениях на «пепельной среде» М. Зёдер уже неоднократно высмеивал Р. Хабек за то, что тот появляется на данном мероприятии небритым, и сравнение его с Капитаном Игло представляется довольно язвительным.

В отличие от «Зеленых», партию социал-демократов М. Зёдер, по его же утверждению, решил пощадить ввиду ее политической слабости, которую он все же не преминул выставить в комическом свете: *Ich werd fast schon nostalgisch: Ich würde mir eigentlich eine SPD in*

ihrer Normalform wünschen. Denkt mal daran, wie es früher war. Schmidt, Brandt, Schröder. Heute – Eskens, NoWaBo, Kühnert. Früher Troika, heute SPD Tick, Trick und Track. – Я почти начинаю ностальгировать: мне хотелось бы видеть СДПГ в ее нормальном состоянии. Вспомните, какой она была раньше. Шмидт, Брандт, Шрёдер. Сегодня – Эскенс, НоВаБо (Норберт Вальтер-Борьянс), Кюнерт. **Раньше – тройка, сегодня СДПГ – это Билли, Вилли и Дилли.** Билли, Вилли и Дилли – трое братьев-утят, являющихся героями мультфильмов и комиксов компании Уолта Диснея, в частности, сериала «Утиные истории». Сравнивая лидеров СДПГ с этими мультипликационными персонажами, М. Зёдер пытается убедить слушателей в полной деградации правления партии и потере ее бывшего авторитета.

Вторая наиболее часто используемая стратегия – самовосхваление – направлена на поддержание положительного имиджа ХСС. Для ее реализации используются тактики отождествления и солидаризации. Например, М. Блуме в выступлении 2019 г. прибегает к образованию несуществующих степеней сравнения относительных прилагательных: *...wir sind der europäischste Aschermittwoch – у нас самая европейская «пепельная среда».* Здесь М. Блуме подчеркивает, что на «политической пепельной среде», проводимой ХСС, в отличие от остальных партий, обсуждается и общеевропейская повестка, а потому это мероприятие «самое европейское».

В следующем примере М. Блуме обращается к тактике обещаний: *Ihr könnt euch sicher sein, in den nächsten Wochen wird diese Christlich-Soziale Union alles geben, um Europa stark zu machen, damit Europa uns stark machen kann und vor allem um Europa ein gutes Stück bayerischer zu machen.* – Вы можете быть уверены, в предстоящие недели Христианско-социальный союз сделает все, чтобы усилить Европу, чтобы Европа сделала сильными нас и прежде всего, чтобы сделать Европу намного **более баварской.**

Стратегия самовосхваления реализуется и с помощью фонетических средств, таких как аллитерация, например, в выступлении А. Шойера в 2018 г.: *Tradition und Fortschritt, Laptop und Lederhose, Touchpad und Trachtenjanker – war immer das Erfolgsgeheimnis der CSU.* – Традиция и прогресс, лэптоп и ледерхозе, тачпад и трахтенянкер – все это всегда было секретом успеха ХСС. Lederhose (кожаные штаны) и Trachtenjanker (своего рода куртка на пуговицах) – элементы баварского национального мужского костюма. Слоган *Laptop und Lederhose* появился благодаря бывшему президенту ФРГ и уроженцу Баварии Р. Херцогу, который в выступлении на открытии выставочного зала Neue Messe München в 1998 г. отметил быстрое индустриальное развитие Баварии и ее приверженность национальным традициям и подытожил свою речь следующим образом: «Wäre ich nicht selbst Bayer, würde ich sagen: Hier sind Lederhose und Laptop eine Symbiose eingegangen. – Если бы я не был баварцем, то сказал бы: здесь пережили симбиоз ледерхозе и лэптоп». Это выражение так понравилось лидерам ХСС, что они стали часто использовать его, чтобы подчеркнуть успехи партии на ниве экономического и технологического развития Баварии [33]. А. Шойер дополняет это выражение еще одним, тоже основанным на аллитерации, – *Touchpad und Trachtenjanker*, подчеркивая, что именно курс на сочетание традиции и инновации привел ХСС, а вместе с ним и Баварию к успеху и процветанию (после окончания Второй мировой войны за исключением 1954–1957 гг. пост премьер-министра Баварии занимали исключительно представители ХСС [34, с. 654]).

В связи с выборами в Европарламент на «пепельной среде» 2019 г. прослеживается агитационная стратегия с характерными для нее тактиками призыва и обещания. М. Зёдер, чтобы мотивировать электорат проголосовать за Европейскую народную партию и тем самым за М. Вебера, прибегает к рифме: *Manfred sagt, wir brauchen ein starkes Europa. Ein Europa, das Freiheit und Schutz gewährt. Ein Europa, das schützt und nützt.* – Манфред говорит, что нам нужна сильная Европа. Европа, которая гарантирует свободу и защиту. Европа, которая защищает и приносит выгоду. Рифма глаголов *schützt und nützt* усиливает эмоциональное воздействие на слушателя, создавая позитивный образ Европы.

Еще один пример из речи М. Зёдера: *Aber, liebe Freunde, klar ist, das ist eine Wahl, bei der Europawahl, in der es eine Manfred-Wahl ist, aber schon eine Schicksalswahl.* – Но, дорогие друзья, понятно, что выборы в Европарламент – это не только «выбор Манфреда», но и судьбоносный выбор. Деоним-окказионализм *Manfred-Wahl* указывает слушателям на то, что нужно сделать выбор в пользу Единой народной партии и М. Вебера как ее лидера и претендента на пост председателя Еврокомиссии. Образование деонимов в целом характерно для политического дискурса Германии [35, 36].

В рамках манипулятивной стратегии А. Шойер дважды пользуется таким приемом, как «неправильные» саркастические расшифровки названий партий-оппонентов, чтобы умалить их политическую силу: *Die FDP ist im November zur fahnenflüchtigen Partei Deutschlands geworden.* – В ноябре СвДП стала «Дезертировавшей партией Германии». Когда после долгих переговоров коалиция «Ямайка» уже практически была образована ХДС/ХСС, «Зелеными» и СвДП, председатель последней Кристиан Линднер объявил, что его партия не вступит в правящую коалицию. Это было расценено блоком ХДС/ХСС как страх взять на себя ответственность за управление страной и политическую несостоятельность, о чем и говорит расшифровка *F* как *fahnenflüchtig* – дезертировавший.

Подобным же образом А. Шойер умалит политическую силу СДПГ, с которой ХДС/ХСС все же образовала правящую коалицию. На тот момент партия переживала кризис, на что и указывает А. Шойер: *Das ist die selbstzerfleischende Partei Deutschlands – SPD.* – Это самобичующаяся партия Германии – СДПГ.

Стратегия самозащиты (тактики самооправдания и оспаривания) нередко реализуется у ХСС через цитирование негативных высказываний партий-оппонентов с последующим опровержением. Так, например, М. Блуме опровергает утверждение одного из кандидатов от партии «Зеленых» в Европарламент Хенрике Хан: *Da hieß es doch tatsächlich von Henrike Hahn, ich glaube, sie müssen googeln, aber ich glaube, sie ist auch irgendwie Spitzenkandidatin: Die CSU würde ergrünen ohne zu erröten. Liebe Grüne, ich sage euch eines. Ihr könnt euch schwarz ärgern, aber ihr werdet nie Volkspartei in diesem Land werden, das ist nur die Christlich-Soziale Union!* – Как сказала Хенрике Хан, вы можете загуглить, но я думаю, она тоже одна из главных кандидатов: **ХСС позеленеет не краснея.** Дорогие «Зеленые», скажу вам одно: вы можете **почернеть от злости**, но в этой стране вы никогда не станете народной партией, такой является только Христианско-социальный союз!

Цитируемая фраза Хенрике Хан включает в себе языковую игру, основанную на политической цветовой символике: *Die CSU würde ergrünen ohne zu erröten (ХСС позеленеет не краснея).* *Ergrünen* означает «перенять позиции и взгляды партии “Зеленых”», т. е.

присвоить себе их повестку, да еще и не краснея при этом (от стыда). Блуме подхватывает эту метафору и выставляет высказывание Хенрике Хан как признак того, что «Зеленые» завидуют популярности ХСС (*Ihr könnt euch schwarz ärgern*).

Стратегия формирования эмоционального настроения может реализовываться с помощью тактики единения, тактики апеллирования к эмоциям и тактики развлечения публики. Для удерживания ее внимания М. Зёдер иногда прибегает к грубоватым шуткам. Например, рассказывая о том, как активно баварский кабинет министров обсуждает проблемы сельского хозяйства, он говорит: *Und bei uns im bayerischen Kabinett haben wir ein tolles Duo, Michaela für die Landwirtschaft, Thorsten Glauber für die Umwelt und einer ist wirklich auch immer dabei, drum wird alles gemeinsam beschlossen, Hubert Aiwanger, muss ich sagen, der ist immer dabei, bei jeder Ferkelei... agrarpolitischen Ferkelei, Hubert, ja. – В нашем баварском кабинете министров есть прекрасный тандем, Михаэла, отвечающая за сельское хозяйство, Торстен Глаубнер, ответственный за экологические вопросы, и один из них всегда присутствует при обсуждениях, поэтому все решения принимаются вместе. Хуберт Айвангер тоже всегда присутствует, при каждой похабной шутке (дословно – свинстве)... аграрнополитической похабнице, Хуберт.*

В данном примере М. Зёдер обыгрывает внутреннюю форму слова *Ferkelei* (грязный, похабный анекдот, непристойная шутка), образованного от *das Ferkel* – поросенок и, внося уточнение *agrarpolitisch*, дает понять слушателям, что имеет в виду, скорее всего, вопросы свиноводства или нечто подобное, но пауза до этого уточнения, раскрывающего языковую игру, создает резонанс, поскольку слушатель распознает пока только непосредственное значение слова.

Заключение. Как показал анализ выступлений лидеров ХСС на «политической пепельной среде», языковая игра активно используется ораторами для воздействия на аудиторию – как на однопартийцев, сидящих в зале, так и на остальных слушателей вне зависимости от их партийной принадлежности и политических взглядов. Знание культурного фона и реалий является необходимым условием для понимания юмора и шуток, основанных на языковой игре. Этот прием используется для реализации целого набора коммуникативных стратегий. В первую очередь – это дискредитация (высмеивание оппонентов, выставление их в невыгодном свете) и самовосхваление (подчеркивание положительных качеств однопартийцев или успехов, которых добился ХСС), поскольку данному жанру политического дискурса присуща агональность. Далее следуют агитация, манипуляция и самозащита, а также стратегия формирования эмоционального настроения. Шутки, основанные на языковой игре, помогают создать на мероприятии приятный эмоциональный фон, расположить к себе слушателей и удерживать их внимание на протяжении пары часов выступлений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Wasner B. Politischer Aschermittwoch // Historisches Lexikon Bayerns. 2013. URL: https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Politischer_Aschermittwoch (дата обращения: 08.07.2020).
2. Politischer Aschermittwoch CSU 2018 // Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7mSYWNo-OJ4> (дата обращения: 07.06.2022).
3. Politischer Aschermittwoch CSU 2019 // Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dCok2NKIV4c> (дата обращения: 07.06.2022).

4. Politischer Aschermittwoch CSU 2020 // Youtube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=qw1RE_Cjzml (дата обращения: 07.06.2022).
5. Норман Б. Ю. Язык: знакомый незнакомец. Минск: Вышэйш. шк., 1987.
6. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. М.: Флинта: Наука, 2003.
7. Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: Флинта: Наука, 2012.
8. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки славянской культуры, 1999.
9. Ханина Е. А. Манипулятивный характер использования языковой игры в немецком политическом дискурсе // Филология и человек. 2014. № 3. С. 102–109.
10. Полякова Л. С., Суворова Е. В. Прием языковой игры в политической коммуникации // Казанская наука. 2018. № 11. С. 174–176.
11. Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 43–47.
12. Шамсутдинова А. И. Использование языковой игры в политическом дискурсе // Известия вузов (Кыргызстан). 2011. № 1. С. 333–335.
13. Ханина Е. А. Манипулятивный характер языковой игры (на материале немецкого политического дискурса): дис. ... канд. филол. наук / Южный фед. ун-т. Ростов-на-Дону, 2016.
14. Statista Research Department. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2739/umfrage/ansicht-zu-den-wichtigsten-problemen-deutschlands/> (дата обращения: 07.03.2021).
15. Любин В. П. Решающий 2017 год: политические партии и выборы в Германии // Актуальные проблемы Европы. 2018. № 2. С. 37–61.
16. Тимошенкова Е. П. Итоги выборов в бундестаг: новые вызовы – старые ответы // Современная Европа. 2018. № 2. С. 29–39. DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/soveurope220182939>.
17. Белов В. Б. Внутри- и внешнеполитические аспекты миграционного кризиса в Германии // Научно-аналитический вестник ИЕ РАН. 2018. № 4. С. 49–55. DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/vestnikieran420184955>.
18. Тимошенкова Е. П. Почему А. Меркель отказалась от поста председателя партии ХДС // Научно-аналитический вестник ИЕ РАН. 2018. № 6. С. 65–70. DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/vestnikieran620189>.
19. Юдина Т. В. В поисках политического центра: новое профилирование германских партий и борьба за понятия // Актуальные проблемы Европы. 2019. № 4. С. 55–78. DOI: [10.31249/ape/2019.04.04](https://doi.org/10.31249/ape/2019.04.04).
20. Ригерт Б., Коваль И. 2019. Главное о результатах выборов в Европарламент. URL: <https://p.dw.com/p/3J9Hr> (дата обращения: 07.03.2021).
21. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985.
22. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001.
23. Сухих С. А. Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса. М.: Этика: Энциклопедический словарь, 2001.
24. Вознесенская Ю. В. Речевые стратегии конфликта в немецкой политической коммуникации (на материале парламентских дебатов в бундестаге): дис. ... канд. филол. наук / СПбГУ. СПб., 2010.
25. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: Ом. гос. ун-т, 1999.
26. Ковригина Е. А. Коммуникативная стратегия самопрезентации в дискурсе интернет-интервью: дис. ... канд. филол. наук / Кем. гос. ун-т. Кемерово, 2010.
27. Зигманн Ж. В. Структура современного политического дискурса: речевые жанры и речевые стратегии: автореф. дис. ... канд. филол. наук / МГУ. М., 2003.

28. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ.; под ред. В. И. Герасимова. М.: Прогресс, 1989.
29. Рублева Е. В. Лингвопрагматические аспекты политической теледискуссии: дис. ... канд. филол. наук / Гос. ин-т русского яз. им. А. С. Пушкина. Москва, 2006.
30. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дис. ... д-ра филол. наук / Саратов. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. Саратов, 2005.
31. Крячкова А. П. Культурно-маркированная лексика как прием речевых стратегий в политическом дискурсе Германии // Филологические науки в МГИМО. 2020. Т. 6, № 4. С. 25–35. DOI: <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2020-4-24-25-35>.
32. Погорельская С. В. Йошка Фишер: политический портрет. М.: ИНИОН РАН, 2003.
33. Wolf G. Laptop und Lederhose // Historisches Lexikon Bayerns. 07.09.2012. URL: https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Laptop_und_Lederhose (дата обращения: 29.06.2021).
34. Политлексикон: понятия, факты, взаимосвязи: на основе нем. справ. Shubert/Klein. Das Politiklexikon / пер. с нем. В. П. Любина, М. А. Елизарьевой; под общ. ред. В. П. Любина, Р. Крумма. М.: Российская политическая энциклопедия, 2013.
35. Чигашева М. А. Деонимы как особенность политического дискурса СМИ Германии и России // Вестн. МГЛУ. Сер. Гуманитарные науки. 2016. № 2 (765). С. 50–59.
36. Чигашева М. А. Терминологический аспект политического дискурса СМИ Германии // Вестн. РУДН. Сер. Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8, № 2. С. 358–366. DOI: 10.22363/2313-2299-2017-8-2-358-366.

Информация об авторах.

Елизарьева Мария Алексеевна – кандидат филологических наук (2017), доцент кафедры немецкого языка Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации, пр-т Вернадского, д. 76, Москва, 119454, Россия. Автор 21 научной публикации. Сфера научных интересов: языковые контакты, билингвизм, языковая картина мира, когнитивная семантика.

Крячкова Александра Павловна – кандидат филологических наук (2019), преподаватель кафедры немецкого языка Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации, пр-т Вернадского, д. 76, Москва, 119454, Россия. Автор 8 научных публикаций. Сфера научных интересов: когнитивная лингвистика, лингвопрагматика, дискурс-анализ, политическая лингвистика.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 30.06.2022; принята после рецензирования 06.09.2022; опубликована онлайн 23.12.2022.*

REFERENCES

1. Wasner, B. (2013), "Politischer Aschermittwoch", *Historisches Lexikon Bayerns*, available at: https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Politischer_Aschermittwoch (accessed 08.07.2020).
2. "Politischer Aschermittwoch CSU 2018", *Youtube*, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=7mSYWNo-OJ4> (accessed 07.06.2022).
3. "Politischer Aschermittwoch CSU 2019", *Youtube*, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=dCok2NKIV4c> (accessed 07.06.2022).
4. "Politischer Aschermittwoch CSU 2020", *Youtube*, available at: https://www.youtube.com/watch?v=qw1RE_Cjzml (accessed 07.06.2022).
5. Norman, B.Yu. (1987), *Yazyk: znakomyi neznakomets* [Language: familiar stranger], Vyshejsh. shk., Minsk, USSR.

6. *Kul'tura russkoj rechi: enciklopedicheskij slovar'-spravochnik* [Russian speech culture: encyclopedic dictionary-reference book] (2003), in Ivanova, L.Yu., Skovorodnikova, A.P., Shiryayeva, E.N. et al. (eds.), Flinta: Nauka, Moscow, RUS.

7. Il'yasova, S.V. and Amiri, L.P. (2012), *Yazykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy* [Language game in the communicative space of mass media and advertising], Flinta: Nauka, Moscow, RUS.

8. Sannikov, V.Z. (1999), *Russkij yazyk v zerkale yazykovoj igry* [Russian language in the mirror of the language game], Yazyki slavyanskoj kul'tury, Moscow, RUS.

9. Hanina, E.A. (2014), "Manipulative nature of the use of language game in German political discourse", *Philology & Human*, no. 3, pp. 102–109.

10. Polyakova, L.S. and Suvorova, E.V. (2018), "The tactics of language game in political communication", *Kazan Science*, no. 11, pp. 174–176.

11. Maslova, V.A. (2008), "Political Discourse: Language Games or Playing Words?", *Political Linguistics*, no. 1 (24), pp. 43–47.

12. Shamsutdinova, A.I. (2011), "Use of language games in political discourse", *Izvestiya vysshih uchebnyh zavedeniy (Kyrgyzstan)*, no. 1, pp. 333–335.

13. Hanina, E.A. (2016), "The manipulative nature of the language game (based on the material of German political discourse", Can. Sci. (Philology) Thesis, Southern Federal Univ., Rostov-on-Don, RUS.

14. *Statista Research Department*, available at: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2739/umfrage/ansicht-zu-den-wichtigsten-problemen-deutschlands/> (accessed 07.03.2021).

15. Ljubin, V.P. (2018), "A crucial year 2017: Political parties and elections in Germany", *Current problems of Europe*, no. 2, pp. 37–61.

16. Timoshenkova, E.P. (2018), "Elections to the Bundestag: New Challenges – Old Solutions", *Contemporary Europe*, no. 2, pp. 29–39. DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/soveurope220182939>.

17. Belov, V.B. (2018), "The internal and external aspects of the migration crisis in Germany", *Scientific and Analytical Herald of the Institute of Europe RAS*, no. 4, pp. 49–55. DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/vestnikieran420184955>.

18. Timoshenkova, E.P. (2018), "Why Merkel refused the post of Chairman of the CDU Party", *Scientific and Analytical Herald of the Institute of Europe RAS*, no. 6, pp. 65–70. DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/vestnikieran620189>.

19. Yudina, T.V. (2019), "The process of «Political center» search: New profiles of the German parties and the struggle for the concept", *Current problems of Europe*, no. 4, pp. 55–78. DOI: 10.31249/ape/2019.04.04.

20. Rigert, B. and Koval', I. (2019), *The main thing about the results of the elections to the European Parliament*, available at: <https://p.dw.com/p/3J9Hp> (accessed 07.03.2021).

21. Vol'f, E.M. (1985), *Funktsional'naya semantika otsenki* [Functional semantics of evaluation Introduction to speech impact], Nauka, Moscow, USSR.

22. Sternin, I.A. (2001), *Vvedenie v rechevoe vozdeistvie* [Introduction to Speech Impact], Izd-vo VGU, Voronezh, RUS.

23. Sukhikh, S.A. (2001), *Pragmalingvisticheskoe modelirovanie kommunikativnogo protsessa* [Pragmalinguistic modeling of the communicative process], Etika: Enciklopedicheskij slovar', Moscow, RUS.

24. Voznesenskaya, Yu.V. (2010), "Speech strategies of conflict in German political communication (based on the parliamentary debates in the Bundestag)", Can. Sci. (Philology) Thesis, St Petersburg Univ, St Petersburg, RUS.

25. Issers, O.S. (1999), *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech], Om. gos. un-t, Omsk, RUS.

26. Kovrigina, E.A. (2010), "Communicative strategy of self-presentation in the Internet interview discourse", Can. Sci. (Philology) Thesis, Kemerovo State Univ., Kemerovo, RUS.

27. Zigmann, Zh.V. (2003), "The structure of modern political discourse: speech genres and speech strategies", Abstract of Can. Sci. (Philology) dissertation, Lomonosov Moscow State Univ., Moscow, RUS.

28. Van Dijk, T.A. (1989), *Yazyk. Poznanie. Kommunikaciya* [Language. Cognition. Communication], Transl., in Gerasimov, V.I. (ed.), Progress, Moscow, USSR.
29. Rubleva, E.V. (2006), "Linguopragmatic aspects of political telediscussion", Can. Sci. (Philology) Thesis, Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, RUS.
30. Parshina, O.N. (2005), "Strategies and tactics of speech behavior of the modern political elite of Russia", Dr. Sci. (Philology) Thesis, Saratov State Univ., Saratov, RUS.
31. Kryachkova, A.P. (2020), "Culturally marked vocabulary as a method of speech strategies in the political discourse of Germany", *Linguistics & Polyglot Studies*, vol. 6, no. 4, pp. 25–35. DOI: <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2020-4-24-25-35>.
32. Pogorel'skaya, S.V. (2003), *Joschka Fisher: politicheskij portret* [Joschka Fischer: political portrait], RAN INION, Moscow, RUS.
33. Wolf, G. (2012), "Laptop und Lederhose", *Historisches Lexikon Bayerns*, 07.09.2012, available at: https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Laptop_und_Lederhose (accessed 29.06.2021).
34. Lyubin, V.P. and Krumm, R. (eds.) (2013), *Das Politiklexikon*, Transl. by Lyubin, V.P. and Elizar'eva, M.A., Rossiiskaya politicheskaya entsiklopediya, Moscow, RUS.
35. Chigasheva, M.A. (2016), "Deonims as a peculiarity of the media political discourse in Germany and Russia", *Vestnik of Moscow State Linguistic Univ. Humanities*, iss. 2 (765), pp. 50-59.
36. Chigasheva, M.A. (2017), "Terminological aspect of political discourse in the German media", *RUDN J. of Language Studies, Semiotics and Semantics*, vol. 8, no. 2, pp. 358–366. DOI: 10.22363/2313-2299-2017-8-2-358-366.

Information about the authors.

Mariya A. Yelizaryeva – Can. Sci. (Philology) (2017), Associate Professor at the Department of German, Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, 76 Vernadsky avn., Moscow 119454, Russia. The author of 21 scientific publications. Area of expertise: language contacts, bilingualism, language picture of the world, cognitive semantics.

Aleksandra P. Kryachkova – Can. Sci. (Philology) (2019), Lecturer at the Department of German, Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, 76 Vernadsky avn., Moscow 119454, Russia. The author of 8 scientific publications. Area of expertise: cognitive linguistics, linguo-pragmatics, discourse analysis, political linguistics.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 30.06.2022; adopted after review 06.09.2022; published online 23.12.2022.*