

аргументам в заключительной части своего выступления. Отступление от канонов публичного выступления объясняется эмоциональной вовлеченностью оратора.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Аристотель*. Риторика // Античные риторика / собр. текстов, ст., коммент. и общ. ред. А. А. Тахо-Годи. – М., 1978. – С. 3–164.
2. *Цицерон*. Эстетика: Трактаты. Речи. Письма / Цицерон. – М. : Искусство, 1994. – 539 с.
3. *Волков, А. А.* Теория риторической аргументации [Электронный ресурс] / А. А. Волков. – Режим доступа : [https://psyera.ru/sostavlyayushchie-obrazaritora\\_8791.htm](https://psyera.ru/sostavlyayushchie-obrazaritora_8791.htm). – Дата доступа : 11.12.2018.
4. *Дейк, Т. А. ван*. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.
5. *Шейгал, Е. И.* Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. ; Волгоград : Перемена, 2000. – 368 с.
6. *Карасик, В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.

The article considers the issue of creating the rhetorical image of a public speaker in the institutionalized political discourse. It analyzes typical and individual features of the speaker in the British parliamentary discourse.

*Поступила в редакцию 29.12.2018*

**М. В. Орлова**

## ЗНАЧЕНИЕ ЦВЕТА *ЗЕЛЕНЬ* В СЛОГАНАХ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ ГЕРМАНИИ «DIE GRÜNEN»

Статья посвящена изучению политического дискурса на примере политических слоганов партии Федеративной Республики Германии «Bündnis 90/Die Grünen». В работе приводятся определения терминов *дискурс* и *политический дискурс*, дается их краткая характеристика. Описывается специфика политической коммуникации и выявляются особенности политической картины мира в Германии.

Для современной лингвистики характерно изучение вопросов, напрямую связанных с исследованием языка в его когнитивном аспекте. Речевая коммуникация сегодня является сформированным самостоятельным междисциплинарным направлением в системе гуманитарных наук. Современные исследователи акцентируют внимание на решении задач, связанных с созданием теоретической базы этого направления, с формированием его понятийно-терминологического аппарата, с описанием структуры коммуникативных процессов и их комплексного анализа. Перечисленные выше задачи определяют содержание теории дискурса.

В начале XX века в центре внимания многих лингвистов находился вопрос «Как устроен язык?», однако позднее на первый план вышел вопрос

«Как функционирует язык?». Теория дискурса объединяет по своей природе разные гуманитарные науки, позволяя разрешать многие спорные вопросы, которые возникают в современной коммуникации.

Впервые понятие дискурса было введено в научную теорию лингвистики текста американским ученым З. Харрисом в 1952 году. Несмотря на многочисленные результаты исследований, определение дискурса все еще остается неоднозначным, так как воспринимается и интерпретируется учеными по-разному.

Широкое применение термин *дискурс* получил в 1970-х гг. Данный термин рассматривался как многозначное понятие, используемое для описания различных феноменов в лингвистических и философских исследованиях. Французский лингвист и социолог М. Фуко с середины 70-х гг. развивал в своих работах концепцию применения понятия дискурса для обозначения исторически сложившихся систем человеческого знания. Согласно М. Фуко, дискурс является частью «дискурсивной практики» – детерминированных временем и пространством правил, которые в данной эпохе и для данного общества определили условия воздействия высказывания [1, с. 28].

Исследования М. Фуко стали предпосылкой для более поздних разработок в этом направлении. Ю. С. Степанов подчеркивает в своем аналитическом обзоре «Альтернативный мир, Дискурс, Факты и принципы причинности», что дискурс представляет собой характерное использование языка для выражения особой ментальности и идеологии. Это приводит к актуализации отдельных черт языка: грамматики и лексики, что создает в свою очередь особый «ментальный мир» [2, с. 9].

Пик интереса к феномену дискурса приходится на 90-е гг., когда текстовый анализ был переориентирован в анализ дискурса. Изучение зарубежных и отечественных публикаций показывает, что среди исследователей существует два основных понимания того, что собой представляет данный феномен. Дискурс можно рассматривать в его широком и узком понимании. Так, Т. ван Дейк, с одной стороны, трактует его как сложное комплексное явление, представляющее собой коммуникативное событие, которое происходит между адресантом и адресатом в процессе коммуникативного действия в рамках определенного временного и пространственного контекста. Данное коммуникативное действие может быть речевым или письменным, а также иметь различные вербальные или невербальные составляющие. Типичными примерами такого коммуникативного события служат: чтение газет, повседневный разговор с другом, диалог между пациентом и врачом и т. п. [3, с. 4]. С другой стороны, в узком контексте, дискурс принято рассматривать как отдельный текст или разговор. В таком случае, как правило, выделяют только вербальную составляющую коммуникативного события. Таким образом, смысл термина *дискурс* обозначает завершенный или продолжающийся результат (письменный или речевой результат) коммуникативного действия, который воспринимается и интерпретируется коммуникантами. Иными словами, дискурс представляет собой письменный или речевой вербальный продукт коммуникативного действия.

Необходимо отметить, что дискурс достаточно многозначен, что напрямую влияет на его типологизацию. Различные варианты типологий дискурса представлены в работах Г. Г. Почепцова, Г. М. Яворской, Ф. С. Бацевича и В. И. Карасика.

Георгий Георгиевич Почепцов предлагает классификацию, разработанную с учетом особенностей речи в контексте дискурса, а также особенностей знакового отражения реальной ситуации этим дискурсом и особенностями коммуникативной ситуации. Таким образом ученым были выделены следующие типы дискурса: теле- и радиодискурс, газетный дискурс, кинодискурс, театральные, политический, тоталитарный, рекламный дискурсы и т.п.

В зависимости от сферы функционирования Г. М. Яворская определяет научный и политический дискурсы. С точки зрения ситуации общения, прагматических целей и принципов строения общества ученый выделяет телефонные разговоры, экзаменационный диалог, нарративный дискурс, инструкции, законы и дидактический дискурс.

Однако наиболее аргументированной признается классификация дискурса, которая была представлена В. И. Карасиком. Стоит отметить, что данная типологизация была предложена автором в рамках социолингвистического подхода к изучению дискурса. Исследователь называет два основных типа дискурса: персональный (лично ориентированный) и институциональный (статусно-ориентированный). Под персональным дискурсом понимается раскрытие отдельной личности во всем ее многообразии внутреннего мира при активном осмыслении содержания речи коммуникантом. Ученый выделяет две разновидности персонального дискурса: *бытовой* и *бытийный*. В рамках *бытового* дискурса осознание смысла зависит от конкретной ситуации общения, а в *бытийном* – от формы знака и личностной концептосферы адресата [4, с. 11].

Институциональный дискурс, согласно В. И. Карасику, описывает речевое взаимодействие представителей различных социальных групп или институтов друг с другом, а также коммуникантов, которые реализуют свои статусно-ролевые возможности в рамках устоявшихся общественных институтов, число которых определено потребностями общества на конкретном этапе его развития [4].

Таким образом, стоит отметить, что дискурс является сложным единством языковой формы, действий и знаний, так как в его реализации задействованы и язык, и экстралингвистические факторы, которые определяют общение [5]. В связи с этим правомерно рассматривать политический дискурс как самостоятельный тип институционального дискурса.

Целью данной статьи является более подробное изучение политического дискурса на примере материалов политических слоганов партии Федеративной Республики Германии (далее – ФРГ) «Bündnis 90/Die Grünen» («Союз 90/Зеленые»). Политический дискурс (далее – ПД) представляет собой институциональное общение, которое использует индивидуальную систему профессиональных знаков. Иными словами, политическая коммуникация в отличие от лично ориентированного общения имеет собственный подъязык (фразеология, лексика, грамматика и т.д.) [6, с. 14].

В работах ученых категория «политический дискурс» рассматривается как в широком, так и в узком контекстах. В широком смысле данное понятие отражает такие формы общения, в которых к политической сфере относится хотя бы одна из его составляющих: субъект, адресат, содержание общения и т.п. Так, например, А. Н. Баранов характеризует политический дискурс как «совокупность дискурсивных практик, которые идентифицируют участников политического дискурса или формируют конкретную тематику политической коммуникации» [7, с. 245–246]. Е. И. Шейгал рассматривает политический дискурс с двух позиций. С одной стороны, ПД понимается как «текст в конкретной ситуации политического общения», с другой стороны, «текст включает вербальные и невербальные знаки, которые ориентированы на обслуживание сферы политической коммуникации, тезаурус высказываний, модели типичных речевых действий» [6, с. 16].

Однако многие исследователи придерживаются более узкой трактовки политического дискурса и определяют его с точки зрения актуального использования языка в социально-политической сфере общения. Такому подходу следует и Т. ван Дейк, считая, что политический дискурс – это класс жанров, четко ограниченный политической сферой [3].

В данной статье в центре внимания находятся политические слоганы партии ФРГ «Die Grünen» за период с 1983 по 2017 гг., которые представляют собой речевой жанр политического дискурса, обладая не только семантической целостностью, но и коммуникативно-прагматической завершенностью.

Методом сплошной выборки нами было отобрано 17 политических слоганов. Наличие такого небольшого количества слоганов можно объяснить тем фактом, что идеологическая составляющая рассматриваемой партии длительное время оставалась неопределенной. «Зеленые» изначально существовали как «антипартия», которая отрицала буржуазную политику с ее авторитарной иерархией. Позднее большая часть социальных движений, объединенных под эгидой данной партии зеленых, приобрели экологическую направленность.

В ходе анализа была изучена структура данных слоганов, а также выявлено, как и при помощи *каких* языковых средств и стилистических приемов в них актуализируется значение основного цвета партии – зеленого. Зеленый цвет (*grün, das Grün*) стал символом и послужил наименованием возникшей в 1980 г. в Западной Германии политической партии «Die Grünen», которая после объединения в 1990 г. с некоторыми общественно-политическими организациями бывшей ГДР стала называться «Bündnis 90/Die Grünen». Зеленый цвет первоначально символизировал экологический уклон данной партии, подчеркивал приоритетность вопросов окружающей среды и сохранения экологии, поскольку зеленый цвет – это символ жизни и цвет природы. В целом, субстантивированное наименование «зеленые» также обозначает активных членов разных экологических организаций во всем мире.

По отношению к немецкой политической системе современной Германии имя прилагательное *grün* при атрибуции и предикации соответ-

ствующих политических объектов и субъектов означает принадлежность к партии «Союз 90/Зеленые» (сокращенный вариант названия партии – «Зеленые»), что уже зафиксировано в толковом словаре: «*grün – (Politik) zu einer Partei gehörend, sie betreffend, zu deren hauptsächlichen Anliegen die Ökologie gehört*» – ‘зеленый – (политика) входящий в состав какой-либо партии, к важнейшим задачам которой принадлежит экология’ (здесь и далее перевод наш. – М. О.); *grüne Abgeordnete* – ‘зеленые депутаты’; *eine grüne Partei* – ‘зеленая партия’; *grüne Politik machen* – ‘проводить зеленую политику’; *grün wählen* – ‘голосовать за зеленых (на выборах)’ [8].

Слоганы являются краткими, сжатыми выражениями, которые отражают основные политические и идеологические принципы партии. В качестве политического символа лексема *зеленый*, с одной стороны, реализуется в слоганах как цвет природы и экологической чистоты, с другой стороны, зеленый цвет персонифицируется, имплицитно характеризуя всех сторонников, представляющих эту партию, например: *Die Grünen in den Bundestag!* – ‘Зеленых в Бундестаг!’, *Mit dem Herzen wählst du Grün!* – ‘Сердцем ты выбираешь Зеленых!’ и т.п.

В некоторых слоганах отсутствует прямое упоминание как названия партии, так и символизирующего ее цвета, например: *Alle reden von Deutschland. Wir reden vom Wetter. Für ein besseres Klima!* – ‘Все говорят о Германии. Мы говорим о погоде. За лучший климат!’, *Tag für Tag stirbt ein Stück Natur. Die Industrie macht Kasse* – ‘День за днем погибает часть природы. Промышленность подсчитывает доход’, *Wir haben die Erde von unseren Kindern nur geborgt* – ‘Мы лишь взяли взаймы Землю у наших детей’. Несмотря на это, основная идея сохранена и имплицитно передается при помощи слов, которые адресат так или иначе ассоциирует с природой и экологией: *Klima* – ‘климат’, *Natur* – ‘природа’, *Wetter* – ‘погода’, *Erde* – ‘Земля’.

В некоторых слоганах зеленый цвет противопоставляется черному, красному и золотому – основным цветам флага Германии: *Ohne uns wird alles schwarz rot gold* – ‘Без нас все будет черным, красным, золотым’. Несмотря на наличие положительных коннотаций, связанных с государственным флагом, черный, красный и золотой цвета ассоциируются с разрушением, кровью и богатством. Очевидно, что с помощью такого слогана «Зеленые» напоминают адресату о значимости не только материальной, но и духовной составляющей жизни, противопоставляя себя обществу наживы и насилия.

Метафорические и переносные значения слоганов являются важным инструментом привлечения, удержания и акцентирования внимания адресатов на конкретной партии и создании ее имиджа. Так, в слогане *Farbe bekennen!* – ‘Раскройте карты!’ Партия зеленых выгодно противопоставляет себя другим партиям Германии, указывая на то, что она ведет честную, открытую и прозрачную политическую деятельность, чего нельзя сказать о других политических силах. Данный слоган призывает адресатов критически относиться к деятельности той или иной политической партии.

Прилагательное *grün* используется в некоторых слоганах в значении «отсутствие препятствий, задержек для осуществления чего-л.», например,

*Sozial wird grün geschrieben!* – ‘Социальному развитию зеленый свет!’. В отличие от красного или желтого цвета адресат воспринимает зеленый цвет как сигнал к действию, началу движения и развития, поэтому партия, опираясь на стереотипы, сложившиеся в обществе, в значительной степени облегчает представление и продвижение политического продукта – развитие социальной сферы жизни общества.

Необходимо отметить, что в политических слоганах партии «Die Grünen», в отличие от таких партий ФРГ, как CDU (ХДС) и FDP (СвДП), достаточно сильный акцент делается на наличие в структуре прилагательного *grün* или субстантивированного прилагательного *das Grün*. Статистический анализ позволил выявить, что 71 % слоганов имеет в своей структуре наименование цвета партии: *Grün bricht durch!* – ‘Зеленый вырывается вперед!’, *Grün ist der Wechsel!* – ‘Зеленый – это перемена!’, *Grün wirkt!* – ‘Зеленый действует!’, *Der Sommer wird grün!* – ‘Лето будет зеленым!’, *Grüner ist besser!* – ‘Лучше зеленее!’ и т.п. В структуре 29 % слоганов отсутствует наименование цвета, однако есть слова, которые ассоциируются с основным значением цвета партии: природа, Земля, погода, климат.

Таким образом, проанализировав слоганы как эмоционально яркие, сжатые, легко воспринимаемые выражения институциональной идентификации, можно сделать вывод, что значение цвета *grün* для партии «Die Grünen/Bündnis 90» не утратило своей символической значимости. Прямо или косвенно используя этот символ, Партия зеленых стремится донести до массового адресата свои идеи и цели политической деятельности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Фуко, М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / М. Фуко. – М. : Прогресс, 1977. – 405 с.
2. Степанов, Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю. С. Степанов // Язык и наука конца XX века : сб. ст. – М. : РГГУ, 1995. – 432 с.
3. Дейк, Т. А. ван. К определению дискурса / Т. А. ван Дейк. – Лондон, 1998. – 25 с.
4. Карасик, В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.
5. Демьянков, В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В. З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – М., 2002. – № 3. – С. 32–43.
6. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : Гнозис, 2004. – 328 с.
7. Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику : учеб. пособие / А. Н. Баранов. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 360 с.
8. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache : in 10 Bd. = DGWdS / Hrsg. vom Wissenschaftlichen Rat der Dudenredaktion. 3., völlig neu bearb. und erw. Aufl. – Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverl., 1999.

Colours are used to represent a political stance, a political ideology or a position on the political spectrum. Colour represents an independent navigation system in reality, and consequently, political parties, on the one hand, exercise their influence on the functional condition of a person and, on the other hand, express their political goals.

*Поступила в редакцию 27.12.2018*

**О. В. Сидоревич-Стахнова**

## О КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ЛЕКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ВЕЖЛИВОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассматриваются особенности формирования лексико-семантического объединения «Вежливость» в испанском языке. На основании количественного анализа выявляется историческое ядро лексической системы средств вежливости, сформировавшееся на 80 % к XVII в. В семантике изучаемой лексики обнаруживается представление о вежливости, которое ориентируется на социально и культурно престижное пространство. В Средневековье особым престижем пользуется королевская феодально-рыцарская среда; в период Золотого века – обстановка аристократического салона или имитирующая ее социально привилегированная среда богатых горожан. В настоящее время в лексике вежливости испанского языка находят отражение представления о разных культурно-престижных социально-исторических пространствах.

В исследовании А. Г. Балакая [1] выдвигается положение о том, что при синхроническом описании языковых средств вежливого общения очень важно учитывать понятие эволюции и, следовательно, нельзя пренебрегать диахроническим методом.

Однако для автора диахроническая сторона проблемы видится прежде всего в архаических элементах общения, которые «не исчезают из современной языковой системы, а, переходя в группу нерегулярных форм, изменяют сферу употребления, стилистическое и прагматическое значение» [Там же]. Таковыми, например, в русском языке являются формулы типа «соблаговолите принять...», «соблаговолите ответить...» и т. д. Это значит, что общающиеся могут понимать подобные элементы и в некоторых случаях даже пользоваться ими (например, в иронических высказываниях), но, по сути, они не входят в систему норм современной вежливой речи [2, с. 210].

Вместе с тем обозначился теоретически существенный вопрос о том, могут ли в данную языковую систему вежливости интегрироваться формы, характеризующиеся в качестве элементов разных исторических периодов, но отмеченные признаками функционального и стилистического единства.

В этом смысле показательной является работа К. Элиха [3]. В отличие от А. Г. Балакая, немецкий ученый рассматривает тезис о необходимости изучать этимологические основы и внутреннюю форму языковых средств, используемых в синхроническом плане для выражения понятия вежливости. Такому пониманию соответствует и сформулированная в последние годы концепция культурно-гибридной вежливости [4].