

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет
имени Ярослава Мудрого»

На правах рукописи

Ткаченко Ольга Анатольевна

**ОНОМАСТИКА ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ:
НАИМЕНОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ
СОВРЕМЕННОЙ ГЕРМАНИИ**

Специальность 10.02.19 – теория языка

Диссертация

на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель
доктор филологических наук,
профессор Т.В. Шмелева

Великий Новгород –

2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ПОЛИТОНИМОВ18

1.1. Политонимы в свете теории ономастики18

1.2. Политонимы в политической коммуникации41

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ63

ГЛАВА 2. ГЕРМАНСКИЕ ПОЛИТОНИМЫ КАК ОНОМАСТИЧЕСКАЯ

СИСТЕМА 65

2.1 Германские политонимы: правовые основания 65

2.2 Первичные политонимы74

2.2.1 Терминологическая составляющая 74

2.2.2 Ономастическая составляющая 79

2.3 Вторичные политонимы93

2.4 Партийный ренейминг102

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 2 106

ГЛАВА 3. ГЕРМАНСКИЕ ПОЛИТОНИМЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ

КОММУНИКАЦИИ109

3.1. Политонимы как инструмент имиджевой политики109

3.2 Неофициальные политонимы как инструмент электорального ренейминга...120

3.3 Политонимы как ресурс политического лексикона.....136

3.4. Политонимы в германских и российских медиа144

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 3163

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....166

БИБЛИОГРАФИЯ169

ПРИЛОЖЕНИЕ. АЛФАВИТНЫЙ ИНДЕКС ПОЛИТОНИМОВ.....195

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая работа представляет собой исследование в области теории языка и посвящена изучению ономастической природы имен политических партий и объединений Федеративной Республики Германии, а также рассмотрению функционирования номинаций такого типа в политической коммуникации.

Для обозначения наименований партий существуют различные термины: *эргоним* [Попова 2009], *политический эргоним* [Шимкевич 2014] и *политоним* [Максимчук 2002], [Максимчук 2017], [Завацкая 2020], [Шимкевич 2019], который и принят в настоящей работе.

Впервые термин *политоним* (<др.-греч. *πολιτική* 'общественная деятельность, политика' + *ὄνυμ* 'имя') в значении «имя общественно-политической организации, политической партии, союза и других общественных объединений, фигурирующих в сфере общественно-политической коммуникаций», употреблен в работе [Максимчук 2002]. Позднее Н.А. Максимчук, вновь обращаясь к этому понятию, указывает на возможное возникновение терминологической омонимии, поскольку в ряде исследований этот термин в соответствии со словарным толкованием используется для обозначения всех граждан какого-либо государства [Толковый словарь обществоведческих терминов 1988] или населения определенного административного региона [Терминологический словарь ... 2011]. Исследователь обосновывает правомерность использования термина *политоним* для обозначения самостоятельного разряда онимов как единиц политической ономастики тем, что «употребление такого терминологического наименования для обозначения народа, во-первых, характеризуется недостаточной мотивированностью, во-вторых, в ономастической терминологии для обозначения подобного класса объектов существует близкий по значению термин *этнохороним*» [Максимчук 2017а: 221]. А в работе

[Максимчук 2017б: 444] она аргументирует свой выбор в пользу термина *политоним* тем, что «он не только отвечает критериям краткости, благозвучности, соответствия регулярной модели образования ономастической терминологии, но и обладает ясной внутренней формой, указывающей на отнесенность данных номинаций к конкретной общественно-политической сфере деятельности». Однако автор допускает терминологическое употребление в уже закреплённом словарном значении и предлагает рассматривать *политонимы* в широком понимании и включить именования граждан различных стран в состав политонимов-апеллятивов, относящихся к пограничной зоне между системами ономастической и нарицательной лексики, что позволит избежать возникающей терминологической омонимии.

Мы разделяем точку зрения исследователя относительно уместности и корректности использования этого термина применительно к именам партий. Кроме того, знакомство с последними работами в области политической ономастики указывает на то, что этот термин закрепляется в научном обороте.

Важно отметить, что на сегодняшний день в Германии сложилась развитая политическая система, которая приковывает взгляды мирового сообщества. В прессе активно обсуждаются новые политические силы, решения и финансовое положение отдельных партий, высказывания определенных политиков. Политический медиадискурс становится отражением политики одного из ведущих европейских государств и генерирует большое количество номинативных единиц: антропонимов (имен политических и общественных деятелей), хрононимов (наименований разного рода событий общественно-политического толка), документонимов (наименований разного рода документов, имеющих политическое и общественного значения) и др.

Важной частью этого фонда являются политонимы, которые в связи с активной цифровизацией и изменением формата политической коммуникации подверглись изменениям. Так, борьба за голоса избирателей посредством нестандартных наименований партий, запоминающихся лозунгов и рекламных ходов становится лейтмотивом деятельности партий в Германии. На первый

план выдвинулись, не устав и политическая программа партии, а ее имя, личности политиков, профессионализация избирательных кампаний и развитость политических коммуникаций. Так, аббревиатуры ХДС, СДПГ, СвДП уже не вызывают у избирателя особых эмоций, тем более, когда речь идет о молодежи, не имеющей опыта участия в выборах. В силу этого учредители новых политических сил отдают предпочтение более современным и модным, нетрадиционным номинациям, при этом многие названия строятся не по принципу прояснения для избирателей политической платформы, а по принципу привлечения к себе внимания любым путем. Так наименования партий современной Германии становятся не только объектом интереса электората, но и научного сообщества: формируется направление научных исследований – *ономастика политической сферы*, как одной из важных сфер жизни общества, складывающейся вокруг власти и участия в государственном управлении.

Актуальность работы определяется необходимостью выявить ономастическую природу наименований политических партий (характерные особенности структуры и семантики политонимов, а также ономастические функции), что позволит расширить научные представления об этом разряде ономастических единиц и о политической ономастике в целом как отдельного направления ономастических исследований. Сама постановка данной проблемы нова и, как представляется, перспективна.

Кроме того, актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью глубокого и детального осмысления особенностей функционирования ономастических единиц такого типа в политической коммуникации и в медиасфере при формировании и поддержании положительного имиджа партии. Особенно актуальным представляется рассмотрение основных языковых механизмов реализации переименования политических объединений, одной из популярных языковых стратегий, задействованных в политической коммуникации.

Научная новизна исследования заключается в разработке комплексного лингвистического подхода для изучения наименований политических партий как особого фрагмента ономастического пространства. В диссертационной работе совокупность политонимов ФРГ рассматривается как полноценная ономастическая система, которая обозначается нами как *политонимическая система*, выявляются характерные признаки ее системности.

Политические партии представляют собой важный институт в политической системе страны, поэтому с опорой на Закон о политических партиях ФРГ предлагается лингвистическое осмысление требований, предъявляемых к их наименованиям.

Часть работы посвящена раскрытию особенностей функционирования политонимов в политической коммуникации, раскрываются коммуникативные функции имен партий Германии. Кроме того, цифровые медиаисточники позволяют раскрыть ресурсную функцию германских политонимов, реализующуюся в пополнении политического лексикона.

Особое внимание уделяется специфике переименования партий, вводится понятие *электоральный ренейминг*. Как было показано нами в [Ткаченко 2019], популярность такого переименования набирает обороты в германских медиа ввиду активной цифровизации медиа и политико-коммуникационных процессов. Результатом такого народного переименования становится появление особого типа номинаций партий – партийных прозвищ, которые становятся инструментом политического диалога между представителями политических сил и электоратом.

Объектом настоящего исследования является корпус наименований политических партий ФРГ как фрагмент политического ономастического пространства.

Предмет настоящей работы – системность политонимов как группы онимов и их функционирование в политической коммуникации.

Материалом диссертационного исследования стал корпус наименований партий Германии. Согласно данным официального сайта Руководителя Федеральными выборами ФРГ на 20 июля 2017 года в Германии

зарегистрировано в соответствии с Законом о политических партиях ФРГ (*Gesetz über die politischen Parteien*) (6 параграф, пункт 3) 116 политических партий [Bundeswahlleiter]. Наряду с широко известными за пределами германского медиаполя партиями, такими как *Christlich Demokratische Union, CDU* (Христианско-демократический союз, ХДС), *Sozialdemokratische Partei Deutschlands, SPD* (Социал-демократическая партия Германии, СДПГ), *Alternative für Deutschland, AfD* (Альтернатива для Германии, АдГ), *Freie Demokratische Partei, FDP* (Свободная демократическая партия Германии, СвДП), на политической арене современной Германии представлены еще более сотни партийных объединений: *Demokratischer Frühling* (Демократическая весна), *Initiative 146* (Инициатива 146), *Die Bürgerlobby* (Гражданское лобби), *Deutsche Mitte* (Германский центр), *Hier und Jetzt — Die Zukunft* (Здесь и сейчас — Будущее), *Werte Sicherheit Wohlstand* (Ценности Безопасность Благосостояние) и др.

Из 116 зарегистрированных политических объединений 108 партий предлагают в качестве альтернативного варианта номинации краткую форму имени (*Kurzbezeichnung*): *REP* для *DIE REPUBLIKANER* (Республиканцы), *Art. 3* для *Artikel 3* (Статья 3), *FRÜHLING* для *Frühling-in-Deutschland* (Весна-в-Германии), *BP* для *Bayernpartei* (Партия Баварии), *DKP* для *Deutsche Kommunistische Partei* (Германская коммунистическая партия) и др.

Кроме того, пятнадцать политических партий при регистрации указали дополнительное обозначение (*Zusatzbezeichnung*), которое может использоваться может лишь на выборах и служит дополнением к официальному имени: *Arbeiter-Arbeiterinnen Partei Deutschland — Wir sind das Volk* (Партия рабочих Германии — Мы народ), *Ab jetzt...Demokratie durch Volksabstimmung — Politik für die Menschen* (Отныне...Демократия путем всенародного голосования — Политика за людей), *Demokratischer Frühling — Mehr Demokratie wagen* (Демократическая весна — Больше демократии) *Deutsche Mitte — Politik geht anders...* (Германский центр — Политика делается по-другому).

Важным источником информации стали официальные сайты, блоги, форумы, аккаунты в социальных сетях партий Германии, а также немецкоязычные цифровые медиаресурсы (*ZDF heute, Spiegel online, Tagesschau, TAZ, Zeit online, Manager Magazin, Welt, T-Online, Berliner Morgenpost, Bundeszentrale für politische Bildung, Süddeutsche Zeitung, Horizont.Net.*) с большим количеством медиатекстов, посвященных деятельности германских политических партий, а также комментарии пользователей онлайн-изданий к этим статьям. Общеизвестно, что политические партии неизменно являются мишенью для создания дополнительных характеризующих, оценочных имен, т.е. прозвищ. В германском цифровом медиапространстве активно производятся и эксплуатируются такие номинации. Кроме того, особую популярность набирают псевдорасшифровки официальных аббревиатурных имен партий (*Fast drei Prozent* (Почти три процента) для *FDP / Freie Demokratische Partei*; *Club Der Untoten* (Клуб бессмертных) для *CDU / Christlich Demokratische Union Deutschlands*; *Angebot für Dumme* (Предложение для глупых) для *AfD / Alternative für Deutschland* и др.) на развлекательных онлайн-платформах (*Wikifan, Deutschesprüchexl.de, Chefkoch u др.*), что может рассматриваться как креативный и развлекательный элемент современной политической повседневности страны. Так, прозвищные имена партий Германии и дезаббревиатуры, которые в некоторых случаях даются с иллюстрациями (плакатами, мемами), также вошли в корпус материала настоящего исследования. Их количество составило около 130 номинативных единиц. Таким образом, материал настоящего исследования включает в себя официальные первичные номинации (116 единиц) и официальные вторичные наименования (108 единиц), официальные дополнительные обозначения (15 единиц), а также неофициальные имена германских партий (130 единиц), к которым относятся полные и краткие формы прозвищ, а также дезаббревиатуры. Таким образом, материал исследования в общей сложности составил корпус наименований из 370 номинаций.

Полный список германских политонимов представлен в Приложении. Имена партий (официальные, прозвищные, дезаббревиатуры), как и все языковые иллюстрации в тексте диссертации даются на двух языках: на немецком (в оригинале) и русском (в переводе автора). Следует упомянуть, что перевод германских политонимов как безэквивалентной лексики в некоторых случаях вызывает определенные трудности, обусловленные различиями в морфологическом и грамматическом строе немецкого и русского языков. Наиболее признанным способом перевода номинаций такого типа считается метод трансплантации, заключающийся в переносе лексической единицы без каких-либо изменений из языка-оригинала. Данный способ передачи политонимов обеспечивает точность обозначения, но снижает уровень доступности текста. В связи с этим большинство германских политонимов были переведены нами методом калькирования – данный способ передачи позволил сохранить соотношение содержания и формы при переводе. В случаях, если в русском языке нам удалось выявить устоявшееся соответствие для германского политонима, то оно указывалось в качестве перевода: *Revolutionär Sozialistischer **Bund** / Vierte Internationale* (Революционная социалистическая **лига** / Четвертый интернационал). Отметим, что перед нами не стояла задача предоставить абсолютно корректный перевод германских имен партий, передача политонимов на русский язык в работе выполняет функцию раскрытия структурно-семантического наполнения исследуемых номинаций для читателей, не владеющих немецким языком.

Цель данного исследования заключается в описании политонимов как ономастической системы и выявлении принципов их функционирования в политической коммуникации.

Для достижения данной цели поставлены следующие **задачи**:

1. изучить вопросы теории языка, ономастики, политической лингвистики и медиалингвистики, связанные с объектом исследования;
2. рассмотреть подходы к изучению наименований партий, описанные в отечественной и зарубежной литературе;

3. составить корпус имен партий (официальные и неофициальные наименования партий современной Германии) и определить круг медиатекстов, в которых они обсуждаются;
4. представить ономастическую типологию номинаций такого типа: рассмотреть терминологическую и ономастическую составляющие имен партий ФРГ, представить классификацию имен партий в соответствии с их мотивированностью;
5. выявить способы образования вторичных кратких номинаций партий;
6. рассмотреть основные языковые механизмы реализации переименования политических партий;
7. рассмотреть имена партий как инструмент формирования эффективности политической коммуникации;
8. описать деривационный потенциал германских политонимов;
9. рассмотреть функционирование политонимов и способы их номинации в цифровом медиапространстве (германском и российском) на примере одного эпизода политической жизни ФРГ;
10. обобщить полученные данные в плане общей теории языка.

Методологическая база исследования. Проблема, рассматриваемая в настоящем диссертационном исследовании, требовала трехаспектного рассмотрения. На первом этапе проведено исследование ономастической природы политонимов, которые существуют как ресурс (список) с внутрисистемными отношениями, не исключая взаимодействия с другими ономастическими системами. Второй этап – анализ номинативных дискуссий вокруг имен партий, ономастические опыты и игры в медиапространстве как составляющие политической коммуникации. Третий этап представлял собой пример демонстрации функционирования политонимов при освещении реальных политических событий не только в рамках германского политического поля, но и за его границами.

Таким образом, в первую очередь возникла необходимость опираться на идеи ономастической системности, сформулированные в работах

А.В. Суперанской (2012), Н.В. Подольской (1978), Н.В. Васильевой (2012), Т.В. Шмелевой (2013), R. Mrozek (2001), R. Kohlheim, V. Kohlheim (2017). Поскольку исследуемый объект представляет собой искусственную номинацию, к работе привлекались идеи, представленные в трудах об этом типе имен собственных Н.Д. Голева (1974), А.Ф. Журавлева (1982), Н.П. Ульяновой (1984), В.В. Копчевой (1985), М.В. Голомидовой (1998), Т.В. Щербаковой (2009).

Важными для работы оказались идеи исследований, посвященных именам партий, прежде всего работы Е.А. Поповой (2009), Н.А. Максимчук (2002, 2017), Н.В. Шимкевич (2014, 2019), Н.И. Царёвой (2017), В.В. Завацкой (2020) и др. В интерпретации явления мотивированности имен собственных исследование опиралось на идеи, представленные в трудах О.И. Блиновой (1974, 1975, 2012), О.В. Печаткиной (2008), В.А. Иванова (2016), Т.А. Сидоровой (2007) и Л. Кремера (2008). Для выявления принципов разграничения первичных и вторичных номинаций мы обратились к работам Г.В. Колшанского (1977), С.Р. Ван Несса (2007) и В.Н. Телии (1977).

Принципы сокращения имен собственных рассмотрены преимущественно с опорой на немецкоязычные труды В. Naumann (1972), Н. Wellmann (1975), В. Gersbach (1984), М. Schröder (2000), В. Lawrenz (2006) и др.

Основные характеристики политической коммуникации раскрыты с опорой на толкования этого понятия в трудах Л. Пая (1987), Р.-Ж. Шварценберга (1992), М.Ю. Гончарова (1991), А.И. Соловьева (2002), М.Н. Грачева (2003) и А.Г. МаксUTOва (2007). В осмыслении факторов эффективности политико-коммуникационных процессов к исследованию привлечены идеи, описанные в работах Е.А. Кузьминой (2013), Н.П. Кармак (2007) и О.Н. Морозовой (2011).

Языковая природа прозвищных номинаций партий и деаbбревиатур раскрыта с опорой на идеи, представленные в исследованиях В.В. Борисова (1972), Ф.Н. Ильясова (2000), Х. Вальтера и В.М. Мокиенко (2005), Н.О. Светличной (2009), А.Ф. Журавлёва (2012) и И.Н. Шустовой (2015).

Основными **методами исследования** в диссертационной работе стали методы ономастики, политической лингвистики и медиалингвистики.

Главным этапом работы стал *сбор ономастического материала*, который проводился по различным источникам, при этом в каждом случае необходимо было установить их надежность. Так, при сборе политонимических единиц они разделялись в зависимости от сферы их употребления: официальной или неофициальной. В настоящем исследовании официальным источником материала послужил сайт Руководителя Федеральными выборами ФРГ [Bundeswahlleiter], тогда как неофициальные наименования партий собирались методом *извлечения* из современных цифровых ресурсов политической коммуникации. Таким методом удалось собрать большой корпус неофициальных имен партий Германии и образованных от них лексем.

При составлении ономастического портрета имен партий были проведены этимологический, структурный, статистический и словообразовательный анализ материала. При исследовании стратегии переименования политических партий использовался анализ языковых механизмов, которые стоят за сменой партийного имени.

Следующим важным этапом исследования стало изучение правовых основ регулирования номинации такого политического института, как политическая партия. На данном этапе использовались метод обобщения многочисленных фактических данных, описательный и сравнительно-сопоставительный методы.

При рассмотрении форм функционирования имен партий в политической коммуникации и в медиапространстве использовались дискурс-анализ, контекстуальный и количественный анализ. Для истолкования прозвищных имен через призму германской культуры применялся метод герменевтического и семантического анализа.

Таким образом, оптимальным решением для исследования стал комплексный полидисциплинарный подход, объединяющий различные методы. Все данные осмысляются в контексте теории языка.

Теоретическая значимость работы обусловлена развитием политической ономастики как отдельного направления ономастических исследований, теории политической лингвистики и медиалингвистики; разработкой теоретических принципов составления ономастического портрета политических партий и классификации онимов такого типа с учетом их мотивированности; изучением ренейминга политических партий; описанием особенностей функционирования исследуемых ономастических единиц в политической коммуникации.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут использоваться в ономастике, политической лингвистике и медиалингвистике, а также для разработки учебных курсов по теории языка. Данная работа представляет интерес для специалистов разных областей: лингвистов, политологов, культурологов, историков, социологов, интересующихся германской политической системой, может применяться при составлении практических рекомендаций, а также для ознакомления с новейшими тенденциями в номинации партий для политических деятелей, которые стоят перед выбором оптимального имени или необходимостью ребрендинга.

Кроме того, полученные в ходе исследования результаты и весь собранный ономастический материал может послужить основой для создания словаря имен политических партий ФРГ, который будет адресован студентам, аспирантам и преподавателям по различным направлениям подготовки: политология, политическая лингвистика, лингвистика, переводоведение, а также всем тем, кто интересуется политикой.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Германские политонимы являются особым фрагментом ономастического пространства ФРГ и представляют собой политонимическую систему с характерными лингвистическими и экстралингвистическими признаками.
2. Германские политонимы в плане предъявляемых к ним требований подчиняются Закону о партиях ФРГ, согласно которому учредители партий

относительно свободны в выборе партийных номинаций. Отличительной характеристикой Закона о партиях можно считать отсутствие запрета на указания в названии территориальной, профессиональной, расовой и религиозной принадлежности.

3. Большинство наименований политических партий Германии представляют собой реально-мотивированные политонимы, обозначающие направление деятельности партии. Символические наименования составляют около 30 % номинаций, их символику не всегда удастся расшифровать, однако в большинстве случаев представители партий дают пояснения относительно выбора партийного наименования. Важной особенностью германских политонимов можно считать имплицитное обозначение типа объединения, что говорит о распространении тенденции лозунговости таких номинаций.
4. Спецификой германских политонимов считается разнообразие терминов, что связано с отсутствием обязательного требования на указание правовой формы политических объединений согласно законодательству о партиях. Но из всего перечня терминов, характеризующих партии как объединения людей, самым частотным является слово *Partei*.
5. Для германских политонимов характерно наличие вторичной номинации – краткой формы официального наименования. Самым продуктивным способом сокращения длинных партийных имен является аббревиация, при этом доминируют инициальные трехкомпонентные буквенные аббревиатуры. Популярность набирает такой тип сокращения, как синтаксические усечения.
6. Политонимы выступают как важный инструмент формирования эффективной политической коммуникации. Официальные имена партий в политической коммуникации выполняют *имиджевую функцию*, направленную на создание и продвижение эффективного политического бренда путем продуманного нейминга и на восстановление положительного имиджа, за которым, как правило, стоит партийный ренейминг.

7. Интернет-пространство, став уникальной площадкой для развития коммуникации с электоратом, позволило раскрыть *диалоговую функцию* германских неофициальных политонимов, возникающих при электоральном ренейминге, в результате которого появляются и активно эксплуатируются прозвищные имена партий, выражающие отношение аудитории к именуемому и представляющие собой инструмент политического диалога между политическими силами и избирателями.
8. Прозвищные наименования партий Германии и неофициальные расшифровки аббревиатурных имен зачастую обладают высоким негативно-оценочным потенциалом, отрицательно влияя на имидж партий, тем самым выполняя *дискредитирующую функцию* в политико-коммуникационных процессах.
9. Для наименований партий Германии характерна *ресурсная функция*: они выступают в качестве ресурса пополнения политического лексикона. Преимущественно аббревиатурные и краткие формы партийных имен служат основой для образования новых понятий и явлений, самым продуктивным способом образования политической лексики с включением краткой формы партийного имени является словосложение.
10. Ввиду языковой экономии в большинстве случаев для обозначения немецких партий используются аббревиатуры, из теневых номинаций они трансформировались в самостоятельные имена, вытесняющие из оборота первичные политонимы. Аббревиатура политических партий стала естественной частью германского языкового сознания, обычные граждане Германии без труда создают народные аббревиатуры для партий Германии и также дают расшифровки официальным.

Апробация исследования. Основные результаты диссертационного исследования нашли отражение в 12 научных публикациях, 5 из которых – в рецензируемых научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Российской Федерации, одна статья опубликована в сборнике, индексируемом в базе Web of Science. Часть работы выполнена в рамках

персонального гранта для аспирантов ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» 2020 года.

Отдельные положения диссертации представлены на общероссийских и международных конференциях: Дни науки НовГУ, секция «Медиалингвистика» (Великий Новгород, 2018, 2019, 2020); XXVI Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов 2019» (Москва, 2019); Всероссийская международная конференция молодых ученых "Dictum – Factum: от исследования к стратегическим решениям" (Севастополь, 2019); 19-я международная конференция «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, 2020); Международная научно-практическая конференции «Человек. Общество. Коммуникация» (Великий Новгород, 2020); Международный научный форум «Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения» (Санкт-Петербург, 2020); Международный молодежный научный форум «ЛОМОНОСОВ-2020» (Москва, 2020); V всероссийский молодежный научный форум «Наука будущего – наука молодых» (Москва, 2020), Третья Международная научно-практическая конференция «Германистика 2020: Nove et nova» (Москва 2020).

По итогам научных форумов «Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения» (Санкт-Петербург, 2020) и «ЛОМОНОСОВ-2020» (Москва, 2020) доклады признаны лучшими в секции.

Объем и структура диссертации. Диссертационное сочинение состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложения, которое представляет собой алфавитный индекс имен партий в переводе автора. Объем работы составляет 168 страниц, библиография включает 237 позиций.

В главе 1 «Теоретические основы исследования политонимов» введены и определены ключевые теоретические понятия и положения исследования. Раскрыты лингвистические и экстралингвистические признаки политонимической системы. Установлены факторы формирования эффективной политической коммуникации посредством номинативной части

политического бренда, а также выявлены основные функции, выполняемые политонимами в политико-коммуникационных процессах.

В главе 2 «Германские политонимы как ономастическая система» представлено лингвистическое осмысление Закона о политических партиях Федеративной Республики Германии в плане требований, предъявляемых к наименованиям партий, предложена типология политонимов в соответствии с их мотивированностью, а также описаны способы образования вторичных германских политонимов. Раскрыты основные языковые механизмы реализации ренейминга имен партий.

В главе 3 «Германские политонимы в политической коммуникации» с опорой на идеи политической лингвистики и ономастики германские политонимы рассмотрены как инструмент формирования эффективной политической коммуникации. Раскрыты функции германских неофициальных политонимов, возникающих в результате электорального ренейминга. Кроме того, политонимы исследованы как ресурс политического лексикона. В этой главе также показано функционирование изучаемых имен внутри политического поля Германии и за его пределами на примере освещения одного эпизода политической жизни страны.

В заключении представлены общие выводы проведенного исследования. Список литературы включает 237 наименований.

В Приложении представлен алфавитный индекс имен политических партий и объединений Федеративной Республики Германии, зарегистрированных в соответствии с Законом о Политических партиях от 24.07.1967 (6 параграф, пункт 3) по состоянию на 20 июля 2017 года.

ГЛАВА 1.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТОНИМОВ

1.1 Политонимы в свете теории ономастики

Понятие *ономастическое пространство*, предложенное А.В. Суперанской, давно стало ключевым термином в ономастических исследованиях. Исследователь определяет его как совокупность имен собственных, употребляющихся в языке данного народа для именования реальных, гипотетических и фантастических объектов. Ономастическое пространство оказывается моделью мира, существующей в представлении этого народа в настоящее время, но в ней всегда сохраняются элементы прежних эпох. У людей, принадлежащих к разным культурам, эпохам, территориям, ономастическое пространство имеет совершенно разное заполнение [Суперанская и др. 2009: 9]. По обозначаемым объектам оно разделяется на антропонимию, зоонимию, топонимию, этнонимию и т.д.

Нами выявлено, что понятие используется исследователями широко. Так, рассмотрено место в ономастическом пространстве антропонимов [Сивцова 2007], [Coates 2015], [Opalkova 2016], гидронимов [Udolph 2000], [Greule 2006], [Варникова 2011], [Bichlmeier, Opfermann 2011], зоонимов [Топоркова 2006], [Марабьян К.А. 2006] и урбанонимов [Соловьев 2012], [Воробьева, Полторжицкая 2017] и др. Особо популярны исследования ономастического пространства отдельных литературных произведений таких авторов, как

А.П. Чехов [Никулкина 2020], [Кузнецова, Борисова 2019]; М.Ю. Лермонтов [Сидорова 2020], [Верещагина 2017]; А.А. Фет [Константинова 2018], [Курбонов 2015], [Дьячков 2011]; С.А. Есенин [Бунеева 2011], [Бунеева 2010]; И.А. Бродский [Пономарева 2017], [Худайбердина 2010] и др. Таким образом, предварительное знакомство с этими работами показывает, что понятие *ономастическое пространство* употребляется с разной степенью конкретности: от более широкого понимания к частному. В настоящем исследовании оно трактуется в самом широком смысле.

Общеизвестно, что ядром ономастического пространства оказывается человек с его многочисленными наименованиями (антропонимами) и обозначения окружающих его объектов (топонимы). При этом ономастическое пространство по мере развития человеческого общества эволюционирует, контуры его расширяются вместе с появлением новых онимических групп, увеличивается число объектов, значимых для человека и нуждающихся в индивидуальном именовании. Так, появление частной собственности в России в начале 90-х годов привело к тому, что количество именующих субъектов в стране возросло в невероятных масштабах. Сформировались новые городские объекты. Всё это повлекло расширение ономастического пространства города. Для обозначения такого взрывообразного роста имен собственных в работе [Шмелева 2013: 11] было введено понятие *онимический взрыв*, которое точно характеризовало обстоятельства социальной и языковой жизни русского города той эпохи.

Одновременно с расширением внешних границ ономастического пространства внутри него происходит деление на ономастические поля со своим характерным набором имен собственных, отмечается непрерывная дифференциация обозначаемых объектов по типу объединения и принципам их наименования, одним из результатов которой является образование особых *ономастических систем*. Так, выявлено, что на фоне онимического взрыва в отдельную систему сложились имена собственные торговых заведений, которые обозначаются лингвистами как *эмпоронимы* (от греческого *эмпория*

'торговля') [Шмелева 2013: 104]. К числу систем, получивших в последние десятилетия в России статус наиболее востребованных и в связи с этим бурно развивающихся, относят собственные имена массовых мероприятий и специальных событий, так называемые *ивентонимы* [Романова 2020: 221]. Состав этого разряда онимов постоянно пополняется и быстро эволюционирует. Таким образом, в рамках расширения ономастического пространства формируются все новые и новые ономастические системы. Так, в нем обнаруживается система, включающая в себя наименования политических партий – *политонимы*, которым и посвящена настоящая работа.

Что касается понятия «ономастическая система», то нами обнаружены различные его толкования. Так, в словаре русской ономастической терминологии ономастическая (онимическая) система определяется как «определенным образом *внутренне организованная совокупность ономастических моделей* данного этноса данного времени», где под моделью понимается «конструкция онимов, объединяющая их в ономастический тип» [Подольская 1978: 99].

Отмечено, что «онимы, составляющие каждое поле (например, личные имена современных англичан или фамилии русских XVII в.), системны. Системы смежных территорий и эпох плавно переходят друг в друга. Однако отмечаются и перебои с преемственностью при резкой смене эпох, связанные со сменой государственного языка, религиозной и политической ориентации, а также на территориях, длительное время разделенных государственной границей, если население по обе ее стороны говорит на разных языках» [Суперанская 2012: 147]. Можно утверждать, что каждое имя собственное в ономастической системе связано с остальными по ряду параметров: *территория, время, разновидность объекта* и т.д.

Кроме того, ученые рассматривают онимическую лексику любого языка как «гигантскую макросистему, или систему систем, объединяющую многочисленные системы или подсистемы имен, относящихся ко всем секторам ономастического пространства в их преломлении в речи отдельных

социальных, территориальных, профессиональных групп, пользующихся данным языком» [Суперанская и др. 2009: 50]. Результаты исследований указывают на наличие в каждом онимическом секторе своих *словообразовательных и словоизменительных парадигм*, в соответствии с которыми организуется и реорганизуется его лексика.

Очевидно, что для каждого типа ономастической лексики вопрос ее системности решается по-разному. Наиболее подробно изучена системность топонимии. Так, И.А. Воробьева под топонимической системой понимает «*упорядоченное множество единиц (топонимов) с социальной функцией дифференциации и идентификации географических объектов какой-либо исторически и географически ограниченной территории. Каждая система, формируясь вбирает в себя разноразличные предшествующие топонимы*» [Воробьева 1977: 34-35]. В этой интерпретации система предстает как *организованная и упорядоченная совокупность элементов*, находящихся во взаимной связи и употребляемых в данное время и на данной территории. Кроме того, считается важным разделять все топонимические единицы на два типа: топонимы и микротопонимы. Микротопонимы образуют *микросистемы*, которые находятся в обращении в пределах одного населенного пункта и остаются неизвестными за его пределами. Интересный опыт использования понятия *микросистема* для описания гидронимии реки Мста представлен в работе [Васильев 2017].

Кроме того, отмечают, что топонимическая система включает в себя инвентарь *топонимообразующих средств, их оппозицию и территорию*. [Карпенко 1962: 15-16]. В ином толковании под термином «топонимическая система» понимаются *все наименования определенной территории*, а система рассматривается как *совокупность отдельных видов топонимов* (гидронимов, ойконимов и др.), ряды топонимов соотнесены по какому-либо *структурному или семантическому признаку* [Дмитриева, 2001, с. 53].

Наиболее содержательное определение топонимической системы дается в работе [Суперанская и др. 2009: 50], посвященной теории и методологии

ономастических исследований, где топонимическая система представлена как «единство построения топонимов той или иной территории, обусловленное общностью психологии населяющего ее языкового коллектива, своеобразным направлением его мышления, общностью восприятия окружающей действительности, что подтверждается наличием на каждой территории особых топонимических моделей и некоторого круга часто повторяющихся топооснов (частей топонимических лексем, которые остаются, если отбросить их окончание и топоформант)». Система рассматривается функционально как некий «механизм, преобразующий топонимический материал в соответствии с определёнными принципами и отбрасывающий как неприемлемое все то, что не удовлетворяет заданным параметрам». Отмечается, что сами эти параметры складываются для каждой территории исторически, на основе наиболее частотных топонимических моделей, созданных в результате взаимодействия языков, представленных в данном регионе. При этом подчёркивается, что «любые изменения в составе населения приводят к перестройке основных механизмов, влияющих на развитие топонимической системы, при этом сила традиции и преемственности, а также своеобразная формульность топонимии препятствует резким сменам топонимообразующих средств» [Суперанская и др. 2009: 50]. Исходя из сказанного следует, что ономастическая система строится в первую очередь как совокупность имен со схожими онимическими моделями.

Что касается понятия *антропонимическая система*, то оно активно используется в современной ономастике. Так, исследованы русская антропонимическая система на рубеже XX-XXI веков [Варачива 2009] и французская в раннем средневековье [Васильева 2011], изучены структурные модели личных имен антропонимической системы отдельных российских регионов XX – начала XXI века [Ионова 2012], проанализирована баварская антропонимическая система позднего средневековья [R. Kohlheim, V. Kohlheim 2017]. Можно констатировать, что в основе выделения систем положены национальный, территориальный и/или временной признаки.

Особый интерес вызвал у нас взгляд зарубежных исследователей на явление системности онимов. Так, в работе [Mrozek 2001] дается определение понятию *онимическая система*, а при сопоставительном анализе характерных признаков двух subsystem выделяются категории системности. Изначально исследователь указывает на то, что это понятие можно понимать двояко: ... *erstens im Kontext des Sprachsystems — als spezifische Unterordnung der Elemente einer nichtappellativischen Sphäre der Sprache den Regeln einer proprialen Organisation, zweitens in Kategorien der Sprachpraxis als ein konkretes Produkt der Onymisierungsprozesse, die innerhalb bestimmter Kommunikationsgemeinschaften verlaufen* [Mrozek 2001: 13] (...с одной стороны, в контексте языковой системы — как специфическое подчинение элементов неаппелятивной языковой сферы правилам организации имен собственных, с другой стороны, к контексте языковой практики как конкретный продукт номинативных процессов, которые протекают внутри определенных коммуникативных сообществ). Результатом этих процессов, согласно теории исследователя, становится дифференциация онимической системы на subsystemы: топонимическую, антропонимическую и др.

Сравнивая подсистему названий незаселенных мест (*Namen von unbewohnten Plätzen*) с подсистемой ойконимов (*Namen von bewohnten Plätzen*), он выделяет такие отличительные признаки первой как сниженный регистр мотивов номинации (*ein reduziertes Register von Nominationsmotiven*), большее разнообразие онимических моделей (*eine größere Vielfalt von Namenkonstruktionsmodellen*), более сложное устройство отношений элементов внутри локального онимического контекста (*eine kompliziertere Relationenanordnung der Elemente innerhalb des lokalen onymischen Kontextes*), в связи с этим отмечается большая динамика преобразования наименований (*eine größere Dynamik der Namenumbildungen*) и сниженная стабильность функционирования элементов подсистемы (*eine geringere Stabilität der Funktion der Subsystemelemente*). Кроме того, подсистему названий незаселенных мест отличает неофициальный характер номинативного акта (*der inoffizielle*

Charakter der Nominationsakte), из чего вытекает нестабильность и изменчивость элементов этой подсистемы (*die Unbeständigkeit und Veränderlichkeit der Elemente dieses Subsystems*), а также параллелизм имен и более частое появление различных вариантов имен (*der Namenparallelismus und ein häufigeres Vorkommen von Namenvarianten*). И в качестве последнего отличительного признака указана ограниченная сфера употребления имен (*die Einschränkung des Gebrauchsbereiches der Namen*) [Mrozek 2001: 16].

Таким образом, в работе [Mrozek 2001] онимическую систему рассматривают как совокупность автономных субсистем, которые внутренне организованы и упорядочены в соответствии с определенными системными правилами. Эти правила связаны не только с внутренними детерминантами системы, но также и с социально-коммуникативным контекстом. К признакам системности относят мотивированность онимов, особенности онимических моделей и их количество, характер актов имяназвания (официальный или неофициальный), вариативность имен и их трансформационные возможности, а также область возможного употребления.

Из вышесказанного следует, что ономастическая система в современной ономастике представляет собой упорядоченную в соответствии с характерными для этой системы правилами совокупность онимов того или иного народа, которые строятся по определенным моделям и функционируют в определенное время на определённой территории. Иначе говоря, у любой ономастической системы есть хронотоп. Термин хронотоп (с греч. χρόνος – время, τόπος – место) – понятие, которое ввел в сферу гуманитарных наук, эстетики и поэтики, в литературоведение М.М. Бахтин [Бахтин 1975], предложив называть так гармонию времени и пространства, художественно освоенных в литературе. Исследователь понимал хронотоп как взаимосвязь временных и пространственных отношений.

Существенным моментом системности онимов является такой их параметр, как *естественность / искусственность*. Известно, что ономастикон отдельных наций формируется стихийно в том плане, что этим процессом

никто не управляет. Однако в результате длительного применения имен развивается их системность, появляются системы имен различных типов со всеми присущими им закономерностями. Как отмечается исследователями, «процессами присвоения и употребления имен управляют законы языка, а также особенности психологии именующего. Поэтому каждое имя не бессмысленно, оно имеет значимость и значение, которое может быть вскрыто посредством лингвистического анализа, как бы ретроспективно производящего последовательный ход мыслей именующих» [Суперанская и др. 2009: 142].

Деление имен на естественно сложившиеся и искусственно созданные пересекается с такой областью теоретического языкознания, как стихийное и сознательное в языке. Следует отметить, что в разных ономастических системах сочетание естественного и искусственного, стихийного и сознательного начал своеобразно. А.В. Суперанская объясняет это с одной стороны экстралингвистической природой именуемых объектов, с другой стороны – спецификой самих ономастических единиц, а также отношением к ним языковых коллективов [Суперанская 2012: 160].

В работе [Голомидова 1998] показано, что естественная народная номинация имеет глубокие исторические корни, естественно сложившиеся имена собственные появлялись стихийно в ходе развития языка, следуя установившимся языковым законам. Однако и при таком типе имянаречения также присутствовал элемент сознательности, так как акт номинации именем собственным всегда является результатом мыслительной деятельности человека. В отличие от естественного имятворчества искусственное онимическое наречение – явление относительно молодое. В России оно начинает интенсивно развиваться в XVIII веке. «Появлению авторской номинации способствовало действие таких факторов, как становление национального российского государства, усложнение его социальной организации, расслоение материальной и духовной культуры, специализация познания и практики — все это потребовало ускоренной выработки новых

лексических единиц, в том числе собственных имен, при создании которых сознательный подход был первостепенен» [Голомидова 1998: 46].

На противопоставление естественных / искусственных номинаций в ономастике обращают внимание в ряде работ: [Голев 1974], [Журавлев 1982], [Ульянова 1984], [Суперанская 2012] и др. Детально эти явления изучены в исследованиях [Копчева 1985], [Голомидова 1998] и [Щербакова 2009]. Знакомство с этими трудами показало, что разграничение наименований на *естественные / искусственные* в теории номинации позволяет рассматривать номинативную деятельность не только как способ наречения объектов, сложившийся естественным путем и не зависящий от деятельности и целеполагания индивида, но и как осознанную деятельность, в следствие которой формируется ономастическое пространство.

Ввиду обнаруженных различных толкований понятий *естественность / искусственность* номинаций представляется необходимым рассмотреть типологические подходы к раскрытию содержания данного явления.

Так, в первую очередь к искусственному имянаречению относят намеренное словопроизводство. Этот тип наименования противопоставляется естественному стихийному обозначению как намеренный и осознанный [Суперанская 2012], [Голев 1974], [Копчева 1985]. Распространенной исследовательской позицией в различии естественных и искусственных имен служит специфика сочетания в номинативной деятельности объективных и субъективных факторов номинации [Голев 1974], [Копчева 1985]. Наиболее развернутое объяснение этой позиции представлено в работе [Копчева 1985], в которой для разграничения естественной и искусственной номинаций В.В. Копчева предлагает учитывать «различный характер протекания номинативной деятельности, наличие или отсутствие у называющих субъектов *ясно осознаваемой цели номинации*, различное *соотношение объективных и субъективных факторов при номинации*». Под ясно осознаваемой целью номинации предполагается определенный ожидаемый результат номинативной деятельности, то есть при создании имени номинатор старается

спрогнозировать реакцию адресата на восприятие наименования. Для естественной номинации соотношение объективных и субъективных факторов «склоняется в целом в сторону объективно существующих и действующих закономерностей», в искусственном имени «в целом увеличивается роль субъективных факторов» [Копчева 1985: 40]. Таким образом, согласно этой точки зрения наличие или отсутствие ясной целеустановки у называющего субъекта является дифференцирующим признаком естественной / искусственной номинации.

Схожая точка зрения описана в исследовании [Ульянова 1984], в котором подчеркивается тесная связь процессов естественной и искусственной номинации с процессами апробации речевых новообразований. Н.П. Ульянова, сравнивая оба типа номинации, отмечает, что «естественная номинация предполагает отсутствие осознанного плана действий при назывании объекта, стихийность выбора мотивировочного признака, интуитивность подбора словообразовательной модели, неизвестность авторства, незначительную степень новизны, неконтролируемость, отсутствие осознания конечного результата и его оценки и нерегулярность апробации. Искусственная номинация характеризуется наличием ясной целевой установки, планомерностью в осуществлении действий, направленным выбором мотивировочного признака и способа его выражения, известностью авторства, контролируемостью, осознанием новизны лексической единицы и оценкой конечного результата, а также управляемостью апробации» [Ульянова 1984: 50].

Несмотря на немалое количество перечисленных выше дифференцирующих признаков естественной / искусственной номинации представляется целесообразным упомянуть точку зрения, согласно которой под искусственной номинацией понимается имянарекание, «намеренно производимое с сознательным нарушением принятого стандарта» [Журавлев 1982]. Как правило, естественное имя формируется по традиционным семантическим или словообразовательным моделям, тогда как искусственное

строится сознательно с отступлением от привычных правил номинации. Связи с этим искусственные наименования нередко характеризовались исследователями как имена *вычурные* и *манерные* [Смолицкая, Горбаневский 1982: 43], отмечалась *произвольность* их создания [Мурзаев 1979: 180] и *асистемность* [Воробьева 1985: 12].

Следует заметить, что искусственное имяназвение не всегда сопровождается нарушением характерных для ономастической системы правил номинации, поэтому сведение искусственной номинации как обязательному сознательному нарушению некоторых деривационных стереотипов отнюдь не проясняет ее отношений с номинацией естественной. В исследовании [Щербакова 2009: 34] указывается, что «смещение нормы и смена продуктивности у тех или иных словообразовательных моделей, как известно, явление вполне закономерное для процесса стихийной языковой динамики».

Для выделения более четких границ категорий стихийной и преднамеренной номинаций важно обратиться к работе [Голомидова 1998], в которой рассматриваются эти типы номинации на конкретных онимах с учетом ранее описанных критериев. В ходе анализа исследователь приходит к выводу, что границы между естественным и искусственным названием растворяются. В связи с этим М.В. Голомидова предлагает не отождествлять естественную и искусственную номинацию с понятиями стихийного и рационального словотворчества, «не всё, что сознательно придумано, относится к искусственному, а всё, что спонтанно преобразовано, к естественному называнию» [Голомидова 1998: 51].

Согласно позиции исследователя, термины *естественная* / *искусственная номинация* в объяснении номинативных процессов приемлемо использовать в тех случаях, когда речь идет об особом сочетании факторов: характерных параметров контекста коммуникации и погружения модели в речевую активность. Она выделяет следующие стороны номинативной ситуации, необходимые для выявления специфики номинации: сферу социальной активности; социальный статус называющих субъектов;

целеустановки и установки к номинативной деятельности; режим осуществления номинации и каналы узуализации [Голомидова 1998: 57-70].

Рассмотрение этих критериев показало, что номинативная ситуация характеризуется *сферой социальной активности*, в которую погружена номинативная ситуация. Социальные характеристики прагматического контекста накладывают отпечаток на разные стороны номинативной деятельности. Согласно ее теории «для искусственной номинации общие характеристики социального контекста могут быть определены как общественно ориентированное взаимодействие в институированных сферах деятельности. Естественная номинация характерна для общественной коммуникации, частично формализованной устной традицией, обычаями, неинституированной религиозной верой и т. п., а также для неформализованного коллективного и межличностного общения. В выборе языкового кода искусственная номинация отдает предпочтение литературному языку и его специальным терминологическим подсистемам, естественная номинация — общеупотребительным средствам и нелитературным разновидностям национального языка» [Голомидова 1998: 60].

Следующий критерий связан с *социальным статусом называющих субъектов* [Голомидова 1998: 60]. Выявлено, что при искусственной номинации номинатор обладает полномочиями на присвоение имени, осознает свою обязанность или право на номинативную деятельность. Уточняется, что, как правило, правом на наречение наделены первооткрыватели, изобретатели, производители, авторы, владельцы, родители и т. п. При естественной номинации на первый план выступают такие характеристики номинатора как личный авторитет в социальной группе, бытийный опыт, возраст, пол, иногда специальные знания и пр.

Кроме того, при выявлении специфики номинации важно учитывать *целеустановки и установки к номинативной деятельности*. При естественной номинации они более разнообразны: «называющий может стремиться к тому, чтобы удовлетворить потребность в вербальном воплощении информации в

пределах текущей речевой ситуации, либо выразить с помощью нового наименования субъективное видение — экспрессивное или оценочное восприятие денотата, либо создать второе наименование, которое наряду с уже существующим будет служить дополнительному различению и т. д. Искусственная номинация обычно нацелена на создание наименований, которые будут обязательными при официальном употреблении» [Голомидова 1998: 62].

Что касается *режима осуществления номинации*, то речевой акт, в границах которого осуществляется искусственная номинация обладает предписательной силой и преследует «изменение положения дел в мире» [Голомидова 1998: 64]. Создавая названия, номинатор вменяет в обязанность их употребление в коллективной речевой практике. Подчеркивается, что опорой для процесса естественной номинации служит «последовательность речевых актов — дискурс или метадискурс, в котором не меняются социальные характеристики прагматического контекста» [Голомидова 1998: 64]. В связи с тем, что в акте первоименования не происходит прочного закрепления имени за предметом, в процессе апробации могут вырабатываться несколько вариативных номинаций.

Каналы узуализации характеризуются скоростью закрепления естественной / искусственной номинации в языке. Каналом для естественной узуализации служит речевая практика, она «обтачивает» содержание и форму имени. Она осуществляется стихийно за счет предпочтения одних имен другим. Согласно позиции автора исследования [Голев 1980] «выдвижение того или иного имени на первый план зависит от многих факторов: авторитета автора, простоты формы, остроумия и неожиданности мотивировки. Поэтому предугадать вхождение или невхождение новообразования в узус, основываясь только на представлении о языковой правильности, довольно трудно» [Голев 1980: 72]. Кроме того, М.В. Голомидова в случае с искусственной номинацией указывает на ускоренный процесс узуализации: «номинативная активность сопровождается императивным закреплением названия за объектом наречения,

с помощью письменной фиксации в документах, в нормативных или справочных текстах, обычно связанных с деловой сферой общения» [Голомидова 1998: 65]. Отметим, что в случае дистанцированной коммуникации, что часто имеет место при официальном наречении, узуализация производится через медиаканалы.

В рамках исследования [Голомидова 1998: 61] определяются типизированные ситуации для искусственной и естественной номинаций, при этом подчёркивается, что перечень не претендует на исчерпывающую полноту. Так, к типичным ситуациям, в которых осуществляется искусственная номинация, она относит наречение новорожденного (в том случае, если имя не выбирается из антропонимического списка, а изобретается заново); официальное переименование (при создании нового имени); официальное присвоение имени искусственно созданному ландшафтному объекту; присвоение имени природному ландшафтному либо космическому объекту при занесении его на карты, в каталоги, списки и т. д.; официальное наречение институтов общественной деятельности (объектов промышленных, торговых, военных, финансово-экономических, научно-исследовательских т. п.); присвоение имен творческим коллективам; присвоение имен транспортным средствам, уникальным техническим сооружениям; присвоение имен орденам и медалям, а также уникальным самородкам и драгоценным камням; озаглавливание крупных проектов, кампаний, законодательных, научных, публицистических, художественных текстов, именование произведений искусства, выставок, коллекций. Целесообразно пополнить этот список номинативной ситуацией присвоения аббревиатурных и сокращенных наименований институтам общественной деятельности, коллективам, транспортным средствам и пр.

Особого внимания заслуживают искусственные имена, возникающие в процессе официального переименования. Нередко имеют место быть ситуации, когда имя оказывается недостаточно удовлетворительным для обозначаемого объекта по ряду причин. Смена имен часто диктуется политическими

мотивами, новыми тенденциями в именовании объектов и др.

В каждой ономастической системе переименование происходит по-особому: по определённым правилам, с определённой скоростью и частотностью. Так, смена имени рек – явление крайне редкое, тогда как переименование топонимов получило массовое распространение. В работе [Шмелева 2013] подробно описана специфика переименования ойконимов и выявлены различные мотивы смены имен. В одних случаях имена сменялись с целью увековечить память о человеке или событии (меморативный принцип), в других – стереть эту память с именуемого объекта, например, о прежнем правителе при смене власти. Отмечается, что «меморативный принцип ойконимии, преобладающий в практике советских переименований, приводил к тому, что некоторые города многократно меняли свои названия – вслед за переменой того или иного деятеля» [Шмелева 2013: 92]. По мнению исследователя особую линию переименований составляет замена неэстетичных названий.

Важно упомянуть, что имена собственные разных ономастических систем по-разному реагируют на переименование и по-разному воспринимаются. Так, даже несмотря на эстетизацию топонимов, действие меморативного принципа и пр., официально принятые переименования не всегда входят в речь населения, требуется много времени для того, чтобы новое имя было принято обществом, ведь нередко в результате переименования имена имеют нетрадиционную структурную организованность, что вносит нарушения в прежнюю сложившуюся систему наименований. Отметим, что рассмотрение проблемы переименования германских политонимов занимает важное место в нашем исследовании.

Таким образом, выявлены различные исследовательские позиции в отношении дифференцирующих признаков естественной / искусственной номинации. Важно обозначить, что настоящая работа посвящена рассмотрению искусственных наименований – политонимов. Исходя из всего вышесказанного, их, как сознательно созданные имена, характеризует

произвольный выбор номинативной модели, которая может указывать на асистемность наименования. Важными параметрами номинаций такого типа являются наличие ясной целевой установки, известность авторства, осознание новизны лексической единицы и оценка конечного результата, управляемость апробации с намеренным введением созданной автором единицы в языковой обиход, априорная узуализация, официальная сфера употребления, возможность официального переименования (смена имени оформляются как юридический акт), а также осознанный выбор мотивировочного признака и способа его выражения.

Как уже было отмечено, естественной / искусственной номинациям присуща мотивированность. При этом следует отметить, что проблема мотивированности слов пронизывает все ярусы лексической системы языка. Однако для ономастики внимание к явлению мотивированности собственных имен традиционно. Так, исследователями изучены такие аспекты мотивированности, как лексическая мотивированность [Торопова 2001], [Печаткина 2008], факторы мотивированности [Блинова 1974], [Иванов 2016], проблемы мотивированности слова [Сидорова 2007], [Чанчина 2010], смена мотивированности [Kremer 2008] и пр.

Целесообразно прокомментировать содержание этого понятия. Выявлено, что термин *мотивированность* является одним из ключевых понятий науки мотивологии, сформировавшейся в XX веке [Блинова 2012: 136]. Мотивированность трактуют как «структурно-семантическое свойство слова, позволяющее осознать рациональность связи значения и звуковой оболочки слова на основе его лексической и структурной соотносительности» [Блинова 1975: 28-29]. Таким образом, определение отражает такие принципы явления, как *антропоцентризм* (фактор говорящего, осознающего связь звучания и значения слова); *системность* (обращенность к слову как целостной языковой единице) и *синхронность* (синхронный подход).

Традиционно в теории номинации различают три вида мотивированности: *фонетическую, морфологическую и семантическую*. В

работе [Петракова 2016: 148] показано, что *фонетически мотивированные* номинативные конструкции обладают экспрессивностью, связанной с их звуковым оформлением. При *семантической мотивированности* в номинации прослеживается связь с семантикой мотивирующей лексемы. *Морфологическая мотивированность* проявляется в определенной структурной оформленности номинативной единицы, которая дает представление об особенностях создания общего смысла конструкции, создаваемой носителем языка, на основе его конкретных составляющих – морфем.

Более детальная классификация представлена в исследовании [Блинова 1976: 9–11]. Выделены следующие типы мотивированности: «*абсолютная и относительная мотивированность*», основанная на способе мотивировки слова – неязыковом или языковом; «*фонетическая, лексическая и структурная мотивированность* в зависимости от средства мотивировки слова»: фонетического и лексического; «*морфосемантическая*, отражающая морфологические и лексико-семантические средства выражения мотивированности слова»; «*полная и частичная* – в зависимости от степени мотивированности слова»: это может быть сочетание лексической и структурной мотивированности в имени, либо представлена только лексическая или только структурная мотивированность.

Любой процесс наименования предполагает причину, повод и мотив номинации, в связи с этим дальнейшее рассмотрение вопросов мотивированности невозможно без трактовки такого понятия как *мотив номинации* или *мотивировка имени*, которая определяется как «экстралингвистическая причина выбора или создания данного имени собственного для данного объекта» [Подольская 1978: 87]. В работе [Суперанская и др. 2009: 20] *мотивировка имени* трактуется как «комплекс причинно-следственных связей, по-разному представленный у имени разных типов и в разной степени доступный для наблюдения и изучения». Таким образом, различают *исторический акт мотивировки*, при котором события и факты способствуют появлению имени; *социальный аспект* проявляется в

имени, отражающем общественную группу и сопутствующей реалии, и *территориальный аспект*, при котором на выбор имени влияют природные условия определенной местности.

По характеру мотивированности онимы разделяются на реально-мотивированные и символические. Первый тип наименований нацелен на отличие одного онима от других и напрямую связан со свойствами денотата. Второй – на связь с неким символом, мотивированность онима лежит не в плане характеристики именуемого объекта, а в плане общей системы ценностей и идеологических ориентиров.

Таким образом, индивидуализирующая семантика, отличающая имена друг от друга в одной системе, строится на тесном взаимодействии экстралингвистической и языковой информации: мотивировки имени (мотивировочного признака) и мотивированности (компонента лексического значения).

Как нами было показано, искусственная номинация, в отличие от естественной, активнее использует мотивировочные признаки, соотнесенные со свойствами предмета: (объекта) и суммой общих знаний о мире, которыми располагают участники коммуникации. В работе [Щербакова 2009:76] поднимается вопрос о мотивирующем слове, как важном элементе в словообразовательном анализе наименований, согласно мнению Т.В. Щербаковой «невозможно анализировать словообразовательную структуру слова произвольно, без учета связей и соотношений, существующих между производной и производящей основами». Однако в большинстве случаев раскрытие причин и мотивов наименования вызывает трудности, что связано в первую очередь с тем, что при словообразовании для определения истинного смысла имени необходимо личное присутствие. Позиция А.К. Матвеева в этом вопросе подтверждает нашу точку зрения: «Едва ли возможно выявления мотивов наименования прошлых эпох, невозможно узнать об образе мыслей людей в разные исторические эпохи, ни о характере и роли именуемых объектов в жизни человека, ни к какой части было дано имя изначально, каким

образом оно распространилось на весь объект» [Матвеев 1969: 195]. Трудность в анализе материала заключается в том, что в большом количестве номинаций конкретное мотивирующее слово неизвестно исследователю. Эта проблема затрагивает и анализ названий политонимов, которые рассматриваются в настоящей работе.

Для описания системы онимов через прагматический контекст также необходимо разграничивать *первичную / вторичную номинацию*. В современной лингвистике первичную номинацию обозначают начальной и считают неприменой. Вторичная – «производная, т.к. она образована путем изменения значения готовых языковых средств, выполняющих свою второстепенную функцию» [Ван Несс 2007: 87]. Схожая трактовка представлена в работе [Телия 1977], где вторичной лексической номинацией считается использование уже имеющихся в языке номинативных средств в новой для них функции наречения. В определение вторичной номинации как мотивированном описательном номенклатурном названии на первый план выносятся ее мотивированность, так как в процессе именнаречения субъект отбирает в объекте один или ряд признаков, которые кладутся в основу наименования. В исследовании [Галиева 2004] к этой группе относятся как простые, так и производные описательные номенклатурные названия.

Следует упомянуть о разграничении вторичной номинации по особенностям мотивации, представленном в работе [Колшанский 1977]. Ученый выделяет два вида: *прямую номинацию*, при которой образование наименований происходит путем прямого отражения особенностей и *косвенную номинацию*, при которой образование формируется путем ассоциативно-семантического отражения признаков и особенностей предмета. Подчеркивается, что различие между прямой и косвенной номинацией состоит в том, что «в прямой номинации концептуальная особенность объекта сохраняется во всех видах употребления слова. В то время как в косвенной номинации сохраняется лишь одна основная или второстепенная особенность, которая и определяет изменение значения слова» [Колшанский 1977: 80].

Отметим, что второй вид номинации является наиболее распространенным при создании прозвищных наименований.

Таким образом, под первичной номинацией понимается акт присвоения имени предмету, еще не имеющему своего языкового обозначения. Вторичная номинация есть называние новым именем предмета, уже названного. Возникновение у предмета второго имени вызывается различными причинами, из которых к наиболее важным относятся моменты экспрессии, установка на экономию речевых средств, а также социально-политические факторы.

В данной работе в качестве первичных номинаций рассматриваются полные официальные имена партий, тогда как вторичными номинациями выступают краткие формы первичных (их аббревиатурные соответствия или усеченные наименования), которые официально зафиксированы в юридических актах, а также дезаббревиатуры и прозвищные партийные имена, которые имеют неофициальный характер.

Что касается официальных кратких форм имен собственных (аббревиатур и сокращений), то их появление вызвано рядом причин. В первую очередь они как единицы вторичной номинации являются результатом проявления закона языковой экономии, сформулированного в разное время в работах [Horn 1923], [Havers 1931], [Ronnerberger-Sibold 1980] и др.

Согласно взгляду исследователя в работе [Moser 1970] цель языковой экономии представлена как экономия языковых, физических и психических усилий, повышающая эффективность языковых средств [Moser 1970: 90]. Однако в информационном аспекте не каждое сокращенное слово экономично, ведь для понимания краткой формы требуется ее соотнесение с полной формой.

В исследовании [Zipf 1936: 28] подчеркивается, что потенциальная возможность «быть сокращенным» напрямую зависит от частотности употребления слова: чем чаще употребляется слово, тем выше его шансы,

стать сокращением. Однако данное утверждение не следует понимать в том смысле, что все слова подвергаются сокращению. Но появление краткой формы у одного слова, вызванное действием закона экономии, может повлиять на всю систему и вызвать действие закона аналогии.

Для некоторых тематических групп с высокой общественной значимостью в виду частых упоминаний в медиа наличие краткой формы крайне желательно. К таким группам обычно относят наименования государственных, частных, коммерческих учреждений, имена предприятий, политических партий, издательств и других образований. В работе [Viegerle 1983: 209] предлагается рассматривать сложносокращенные слова и аббревиатуры как полнозначные слова, «заработавшие» этот статус благодаря их частому и ставшему привычным употреблению в письменной и устной речи.

Кроме того, отмечается большое количество сокращений разных структурных типов. Любое слово в зависимости от области применения может быть сокращено несколькими способами. Однако следует сразу упомянуть, что, если говорить о сокращении германской терминологической лексики, то, начиная с 1986 года, сокращенные термины создаются не произвольно, а согласно Немецким промышленным нормам DIN 2340 [Bachmann Krafft].

Образование сокращений на основе определенных моделей позволяет различать структурные модели сокращений. Самым продуктивным способом сокращения длинных наименований считается аббревиация. Активно употребляемые аббревиатуры, заменяющие многословные наименования, со временем «становятся абсолютными метками, а термины-описания – их краткими дефинициями» [Суперанская, Подольская, Васильева 1993: с. 184]. Рассмотрению аббревиатурного словообразования в немецком языке посвящены такие работы, как как [Naumann 1972], [Wellmann 1975], [Gersbach 1984], [Schröder 2000], [Lawrenz 2006], [Lohde 2006] и др. Немалую часть работ составляют исследования, в которых предлагаются различные

типологии сокращений такого типа: [Bergstrom-Nielsen 1952], [Bellmann 1980], [Fleischer 1982, 1992], [Greule 1992], [Steinhauer 2000], [Schippan 2002], [Шевелева 2004:82] и др.

Так, одной из первых типологий немецких сокращений стала классификация Х. Бергштром-Нильсена. В ее основе лежат словообразовательные модели и способ произношения аббревиатур. Так, им выделено четыре вида сокращений: начальные буквы компонентов исходной формы, произносимые по буквам, например, *AEG (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft)*; второй тип образуется таким же образом, но произносится как слово *BIP (Bruttoinlandsprodukt)*; третий тип представляет собой часть исходной формы, например: *Auto (Automobil)*; четвертый тип – смешанная форма, например, *U-Bahn (Untergrundbahn)* [Bergstrom- Nielsen 1952: 2-3].

В работе [Bellmann 1980] различаются односегментные (unisegmentale Kurzwörter) и мультисегментные сокращения (multisegmentale Kurzwörter). Основопологающим в его типологии является разница в количестве сегментов в краткой форме [Bellmann 1980]. А. Гройле рассматривает процесс сокращения как возможность разложения сложной полной формы на сегменты различных типов. Именно они определяют тип аббревиатуры. Согласно его теории, сегменты могут быть буквами (звуками), слогами (частями слогов) или морфемами. Он предлагает следующую классификацию: «буквенные» аббревиатуры, состоящие из отдельных букв (либо звуков) начальной формы, слоговые аббревиатуры, состоящие из слогов (остатков слогов) начальной формы. Кроме того, существует смешанный тип, например, *BAföG (Bundesausbildungsförderungsgesetz)*. Еще одним классом являются морфемные аббревиатуры, состоящие из морфемы полной формы – *Tief (Tiefdruckgebiet)* [Greule 1992].

В исследовании [Шевелева 2004] выделяется особый тип сокращений – *усеченные слова*, т.е. аббревиатуры, при образовании которых усекается одна часть слова: *Antifa (Antifaschistische Bewegung)*, *die Lok (Lokomotive)*. Существует несколько терминов, обозначающих этот тип аббревиатур.

Л.В. Шевелева называет их «Stummel» (Огрызки) [Шевелева 2004:82]. В работе [Степанова 2007:201] подчеркивается, что этот тип относится к так называемым «контрактурам» (Klappwörter). Уточняет, что этот тип лексики не относится к аббревиатурам, а лишь соприкасается с ними. В. Фляйшер обозначает такие аббревиатурные наименования как „Kopf-/Schwanzwörter" [Fleischer 1982: 232].

Представленная нами часть существующих классификаций сокращенных слов демонстрирует многообразие несовпадающих типологий, что осложняет ситуацию исследования возможных способов компрессии политонимов. Несмотря на это попытка выявления типов кратких форм германских политонимов представлена в ГЛАВЕ 2.

Очевидно, что выбор типа номинации плотно смыкается с разграничением имен по их назначению, которое базируется на условиях их употребления: в официальной среде или в повседневном общении. В работе [Голомидова 1998: 92] в зависимости от среды употребления имена различают на «наименования широкого коммуникативного диапазона, к ним относятся официально закрепленные, а также псевдонимы (агентурные, конспиративные имена и пр.)». Другой тип составляют «имена ограниченного коммуникативного диапазона, связаны с определенными обстоятельствами, темами, текстами общения». Отмечается, что для официальной среды характерно ограничение на частотность и возможность употребления имени, вследствие этого возникают искусственные условия его функционирования, при которых к имени относятся «с уважением». После снятия ограничений, накладываемых официальной средой, «искусственное сменяется естественным, официальное – неофициальным, внесистемное систематизируется» [Суперанская 2012: 164]. Важным следствием функционирования имен собственных в неофициальных условиях становится их *множественность*, выражающаяся в возникновении вторичных номинаций разных онимических рангов.

Итак, признаки ономастической системы можно разделить на экстралингвистические, к которым относятся параметры национальной

принадлежности, а также временной и территориальной соотнесенности онимов. Системность имен собственных обусловлена временем и местом, отраженных в них, хронотоп – один из важных показателей ономастической системы.

Кроме того, ономастическая система как совокупность взаимосвязанных элементов характеризуется следующими признаками: целостностью, дифференцированностью входящих элементов и их взаимодействием, а также мотивировкой имени, которая позволяет раскрыть территориальные, социальные особенности восприятия и осмысления окружающего мира носителями языка.

К лингвистическим признакам ономастической системы относятся такие категории, как единство онимических моделей, входящих в одну систему, естественная или искусственная природа образования онимов, тип их мотивированности.

Таким образом, уточнив признаки системности, можно утверждать, что наименования политических партий современной Германии представляются собой особую ономастическую систему, которая может быть обозначена как *политонимическая система*. По отношению к входящим в ее состав именам необходимо рассмотреть такие категории, как их хронотоп, национальная соотнесенность, ономастические модели, искусственность и мотивированность политонимов, вторичные номинации, а также возможность их переименования. Рассмотрение каждого параметра составляет содержание ГЛАВЫ 2.

1.2 Политонимы в политической коммуникации

Как было показано во Введении, второй аспект изучения политонимов строится на фоне политической коммуникации. Следует отметить, что все работы, связанные с изучением коммуникации, так или иначе восходят к концепции основоположника кибернетики Н. Винера, согласно которой коммуникация представляет собой основную ценность зарождающегося

информационного общества, в котором «действенно жить – это значит располагать правильной информацией» [Винер 2001: 14]. В своих трудах он указывает на то, что все явления окружающего мира могут быть объяснены с точки зрения обмена и циркуляции информации, а уровень информационного обеспечения, оказывающего влияние на все процессы общественного развития, становится одной из основных характеристик общества. Правовая, социально-экономическая, научная, экологическая и иная информация выступает не только как важный элемент полноценной жизнедеятельности, но и порождает новые виды коммуникации [Винер 2001: 12]. Таким образом, в реальности коммуникация предстаёт целым рядом различных типов: так, говорят о массовой [Тавокин 2011], [Лобанова 2014]; межкультурной [Петина, Щербакова 2018]; [Белодед, Болкунович, Васильева 2020]; деловой [Башмакова 2017], [Севостьянова 2017]; научной коммуникации [Кулешова 2018], [Бобылёв 2018] и др. В этом ряду важное место занимает *политическая коммуникация*.

Формирование исследований политической коммуникации в самостоятельное научное направление, получившее название политическая коммуникативистика, принято связывать с демократизацией политических процессов в западном обществе во второй половине XX века, которые обусловили усиление роли новых коммуникационных систем и технологий. Важно отметить, что помимо политической коммуникативистики, это понятие является объектом исследования целого ряда научных дисциплин и междисциплинарных отраслей науки. Так, политическая коммуникация исследуется с разных перспектив и с точки зрения различных теоретических подходов в политологии, социологии, политической социологии, политической лингвистике и т.п. Полиаспектность этого явления обуславливает различия в его толковании и требует полидисциплинарных исследований.

Термин *политическая коммуникация* закрепился в научном обороте сравнительно недавно. На первом этапе изучения этого явления профессор Массачусетского технологического института Л. Пай определяет ее как «не односторонняя направленность сигналов от элит к массе, а весь диапазон

неформальных коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают самое разное влияние на политику» [Рубе 1987: 442], тем самым подчеркивается, что коммуникация может быть инициирована не только представителями политической власти, но и обществом. В дальнейшем Р.-Ж. Шварценберг, отталкиваясь от этого толкования, уточняет, что политическая коммуникация представляет собой процесс *обмена политической информацией* между индивидами и группами *на всех уровнях*, благодаря чему она циркулирует от одной части политической системы к другой и между политической и социальной системами [Шварценберг 1992: 174]. Кроме того, исследователь подчеркивает, что политическая коммуникация относится преимущественно к сфере компетенций средств массовой информации, правительственных информационных агентств и политических партий, однако, на наш взгляд, следует отметить, что она обнаруживается и в обстановке социального общения.

В интерпретации отечественных политологов выдвигаются на первое место *информационные сообщения с их жанрами*. Так, М.Ю. Гончаров под политической коммуникацией понимает «циркуляцию информации в сфере политической деятельности, т.е. любые *сообщения, тексты*, оказывающие воздействие на отношения между классами, нациями и государствами» [Гончаров 1991: 55]. При этом отдельное внимание уделяется фактору воздействия на акторов политической коммуникации, а определяющее значение имеет функциональное назначение распространяемой информации.

Иной подход к осмыслению понятия *политической коммуникации* предложен А. И. Соловьевым, который делает акцент на ее социальности, в качестве критерия которой «выступает *ответ реципиента*, т. е. появление *вторичной информации*, вызванной к жизни посланием коммуникатора и устанавливающей *осмысленный контакт* между ним и реципиентом». Политическая коммуникация понимается как «частный случай успешной *реализации* информационных обменов, попыток коммуникатора вступить в контакт со своим контрагентом» [Соловьев 2002: 7]. Таким образом,

это явление определяется как *форма общения*, основанная на целенаправленной передаче информации, результатом которой становится осмысленный ответ реципиента на вызов коммуникатора.

Интересен взгляд на это явление М.Н. Грачёва, который предъявляет одну из первых попыток в российской политологии концептуально ответить на вопросы в области теории и методологии политической коммуникативистики. Следуя логике Н. Винера и основываясь на определениях, представленных в работах зарубежных и отечественных исследователей (К. Дойча, Р.-Ж. Шварценберга, Л. Пайя, М.Ю. Гончарова, В.В. Латынова, А.И. Соловьева и др.), он утверждает, что существенной стороной политико-коммуникационных процессов является передача, перемещение, оборот *семантически значимой в политическом контексте информации*, оказывающий воздействие на политику» [Грачев 2003: 35]. Различается *прямое* (непосредственное) и *косвенное воздействие*, результаты которого могут проявляться как незамедлительно, так и по прошествии времени. Прямое воздействие применительно к таким видам политической деятельности, как «призыв к участию в выборах, обращение за поддержкой того или иного политического курса, предложение принять или отклонить законопроект»; тогда как косвенное воздействие проявляется в создании «неких идеальных моделей, образов действительности и стереотипов, которые оказывают влияние на политическое сознание и действия политических элит и массовой общественности» [Грачев 2003: 35]. В качестве участников политической коммуникации исследователь выделяет *создателей и отправителей сообщений*, которыми могут быть политики, журналисты, представители групп интересов или отдельные индивиды. Эти же лица могут выступать и как получатели сообщений. Высказывается мнение, что наибольшее значение в процессе обмена сообщениями имеет производимый *политический эффект*, оказывающий воздействие «на сознание, убеждения и поведение индивидов, групп, институтов и целых общностей, а также на среду, в которой они существуют» [Грачев 2003: 36]. Таким образом, политическое сообщение рассматривается

как ключевой инструмент политической коммуникации и политики в целом. Позднее в работе [Грачев 2005] объем понятия расширяется, М.Н. Грачёв выделяет *функциональную* и *процессуальную* составляющие в нем. Так, политическая коммуникация представляется как «*функциональный элемент политической системы общества, обеспечивающий взаимосвязь между другими ее компонентами*», и в тоже время – как *деятельность* политических акторов «по производству и распространению информации, направленной на формирование (стабилизацию или изменение) образа мыслей и действий других социальных субъектов» [Грачев 2005: 29]. Таким образом, политическая коммуникация рассматривается как *взаимодействие* акторов в сфере политики, направленное на установление определенных отношений между ними.

Особого внимания заслуживает исследование [Кузьмина 2013], посвященное выявлению факторов, повышающих эффективность политической коммуникации власти и общества в условиях выбора. Изучив различные модели взаимодействия, Е.А. Кузьмина приходит к выводу, что в основном политическая коммуникация рассматривается без четко обозначенной связи с политическими целями и задачами, без учета оценки ее эффективности. Так, заполняя этот «пропуск», в своем определении она указывает на кратковременную или долговременную непосредственную (прямую) или опосредованную (через технические средства) *связь политических субъектов*, обусловленную определенной *целью коммуникации*.

Исходя из сказанного, можно сделать вывод, что понятие *политическая коммуникация* прочно вошло в научный оборот, о чем также говорит их присутствие в справочных изданиях. В [Политологический словарь 1994: 183] подчеркивается ее функциональный характер, поскольку в процессе передачи политической информации структурируется политическая деятельность и происходит политическая социализация граждан с учетом их потребностей и интересов.

А в двухтомной энциклопедии [Политической энциклопедия 1999: 172] В. В. Латынов указывает на возможность обмена информацией на разных уровнях: на формальном

(например, в средствах массовой информации) и неформальном («закулисные» переговоры).

Таким образом, опираясь на научные взгляды отечественных и зарубежных ученых, можно утверждать, что в политико-коммуникационные процессы входит создание, передача, обработка, хранение, использование и обмен политической информацией между взаимодействующими субъектами политики в процессе борьбы за власть, ее осуществление и удержание, где важная роль отведена ответной реакции получателя информации. Что касается нашего исследования, то наиболее важное значение для нас представляют такие характеристики политической коммуникации, как ее участники, каналы связи, обратная связь от реципиента, а также производимый политический эффект.

Если говорить о современном состоянии политической коммуникации, то она, как и все сферы общественной жизни, ощутила на себе влияние современных цифровых технологий. Свободный доступ к информации и возможность ее распространения в виртуальной среде привели к трансформации политико-коммуникационных процессов. Политики сегодня используют цифровую сеть как эффективное пространство для осуществления политической коммуникации. Так, интернет-контент партий стал ведущим информационным и коммуникационным ресурсом благодаря возможности создания и тиражирования любой информации, отсутствию пространственно-временных границ взаимодействия, а также быстрой обратной связи для мониторинга. Благодаря активной интернетизации для избирателей стало возможным в режиме реального времени не только наблюдать за важными политическими событиями, но и давать им оценку, и при этом отслеживать реакцию представителей политической элиты. С учетом цифровизации коммуникативных процессов политическая интернет-коммуникация определяется А.Г. Максutowым как «*сетевое взаимодействие* формальных и неформальных политических акторов, производимое с целью осуществления политического процесса, включающего получение обратной связи для дальнейшей корректировки политического курса [Максutow 2007: 43]. При

этом, по его мнению, *установление обратной связи* – обязательный фактор *эффективной политической коммуникации*.

Что касается факторов эффективности политико-коммуникационных процессов, то они рассматриваются в ряде исследований. Так, изучены факторы эффективности политической коммуникации на муниципальных выборах в современной России [Трегубов 2014], проанализирована эффективность коммуникации парламентских российских партий на примере одного дня голосования [Бродовская, Домбровская, Карзубов 2017], в работе [Савина 2020] анализируется эффективность политической коммуникации российских парламентских политических партий с гражданами в средствах массовой информации. В упомянутом выше исследовании [Кузьмина 2013], посвященном выявлению факторов эффективности политической коммуникации, Е.А. Кузьмина выделяет атрибутивный набор составляющих политико-коммуникационного процесса, а именно: коммуникатора, адресата, политическую информацию, иную информацию, установочный смысл, полученный смысл, кодирование, декодирование, политическое действие, иное действие (приведшее к политическим последствиям) и иное действие (не приведшее к политическим последствиям). Используя указанные элементы, исследователь формулирует *модель оценки* процессов политической коммуникации, влияющих на ее эффективность, следующим образом: коммуникатор получает информацию извне (из информационного поля), при этом информация может быть политической (нести политическую смысловую нагрузку) или иной информацией (социальной, правовой, уголовной, психологической, личностной и т.д.). Полученную информацию коммуникатор оценивает, обрабатывает в соответствии с необходимым (установочным, заказным) смыслом. Затем подготовленную информацию, несущую установочный смысл, путем кодирования преобразуют в сообщение (кодирование с помощью звуковых языковых знаков – устная речь на встрече с избирателями или с помощью технических средств – СМИ, Интернета, печатной политической рекламы и т.д.). Сообщение через канал передается на

декодер (например, человеческий мозг при встрече с кандидатом; технический декодер – телевизор, радио, компьютер, далее опять через человеческое сознание), далее происходит расшифровка (декодирование) полученного сообщения, причем смысл полученного сообщения может отличаться от смысла установочного в силу ошибок при кодировании или декодировании, наличии шумов в канале. Декодированная информация воздействует на адресата, побуждая его к действиям (в идеале действия адресата совпадают с замыслом коммуникатора, хотя могут оказаться противоположными при значительном отличии смысла, полученного от смысла установочного). Если же действие иное не приводит к политическим последствиям, то тогда политическая коммуникация признается неудавшейся, неэффективной [Кузьмина 2013: 63-65]. Таким образом, формирование эффективности политической коммуникации представляет собой сложную цепную реакцию с множеством взаимосвязанных составляющих, и степень ее эффективности во многом зависит от того, насколько удачным будет каждый из этапов определенного политико-коммуникационного процесса. Очевидно, что политическую коммуникацию можно признать эффективной, если в ее итоге отмечается соответствие полученных результатов поставленным целям. При этом одна и та же политическая коммуникация может протекать по разным «сценариям», и степень ее эффективности может быть оценена по-разному: от низкой до высокой.

Иной взгляд на формирование эффективности политической коммуникации представлен в работе [Кармак 2007], в которой указывается на взаимосвязь эффективности политической коммуникации от *количества и качества политической информации*, циркулирующей по коммуникационным каналам. Количество и качество информации во многом определяют многочисленные «коммуникативные барьеры» (естественные, технические, человеческие), наиболее эффективным способом преодоления которых П.Н. Кармак видит в наличие *устойчивой обратной связи* между источником и потребителем политической информации, позволяющей обеим сторонам

корректировать свои политические взгляды и поведение, добиваясь тем самым ценностного консенсуса [Кармак 2007: 21-22].

Суммируя все вышеизложенное, можно констатировать, что *установление обратной связи* в процессе политической коммуникации по мнению ряда исследователей является основополагающим фактором ее эффективности, что не составляет труда достичь в современных условиях активной интернетизации, повлекшей за собой трансформацию медиа и их роли в политико-коммуникационных процессах. В первую очередь увеличились возможности новых медиаресурсов по сравнению с традиционными средствами массовой информации: скорость и значительные масштабы распространения информации через сетевые каналы, а также доступность информации широким слоям населения. Новые медиа становятся как средой политической коммуникации, так и средством ее осуществления.

Если раньше медиасистема выступала средством производства, распространения и обмена информацией, была посредническим звеном между политическими деятелями и общественностью, то в настоящее время она является одним из ключевых акторов политики и организатором массовых политико-коммуникационных процессов, мобилизуя общественное мнение или оказывая давление на власть. Как весомый аргумент в пользу данного утверждения может восприниматься тот факт, что традиционные средства массовой информации работают преимущественно в режиме информационного монолога – односторонней коммуникации. Цифровые же медиа обеспечивают диалогическую форму. Появилась возможность многосторонней коммуникации. Каждый имеющий доступ к сети может выступать как получателем, так и отправителем информации, что позволяет осуществлять *виртуальное взаимодействие коммуникантов* как друг с другом, так и с представителями политических сил. По мнению О.Н. Морозовой, за счет диалогичности процесса политической интернет-коммуникации адресант и адресат выступают как активные участники и могут влиять на его развитие. Коммуникация становится более активной и взаимообусловленной: «такое

взаимодействие в определенной степени способно привести или хотя бы создать впечатление возможности преодолеть иерархизм властных структур, и этим снять некоторую зависимость граждан от институциональных посредников, партийных и государственных организаций, и даже позволить влиять на них. Это может проявляться в возможности контроля над ходом голосования на выборах, в участии в работе форумов, в ответах на вопросы анкет, размещенных на сайтах, в обмене электронной корреспонденцией с представителями политических сил и т.п.» [Морозова 2011: 157]. Новые медиа сформировали из своей аудитории полноправный политический субъект, который принимает активное участие в обсуждении и решении политических вопросов, но при этом в большинстве случаев остается анонимным.

Таким образом, к традиционным инициаторам политической коммуникации, помимо политических сил и медиа, сегодня примыкают интернет-пользователи уже в качестве самостоятельных акторов. Активная цифровая аудитория становится независимым мощным коммуникантом и оказывает дополнительное влияние на смещение политико-коммуникационных процессов в интернет-пространство. Эта среда также становится благоприятной и для политических партий в вопросах взаимодействия с электорально значимой аудиторией.

Как отмечается в работе [Чижов 2016: 316], в последние годы интернет-ресурсы (официальные сайты, блоги, форумы, социальные сети, видеохостинги) стали лидерами по информационному освещению деятельности политических партий, установлению обратной связи, а также формированию их имиджа. Д.В. Чижов, рассматривая основные подходы к построению имиджевых стратегий российских политических партий в межвыборный период и в избирательном процессе, а также коммуникационные инструменты формирования эффективного имиджа отечественных политических партий в интернет-пространстве, указывает на то, что в избирательном процессе, конкурируют в первую очередь *имиджи политических партий*, «от которых зависит успех партийной стратегии и которые в конечном итоге определяют

результаты голосования. Имидж партий является своего рода «лакмусовой бумажкой», на которой отражаются конкуренция идей, программ, лидеров, конкретной работы партии с избирателями, структурами гражданского общества и их деятельностью в стенах парламента. Именно имидж политической партии позволяет судить избирателям о партии во всех ее ипостасях» [Чижов 2016: 315]. Задачу партийных функционеров и политических технологов исследователь видит в формировании *эффективного имиджа* политической партии. Под *эффективным* он подразумевает «эффективную коммуникацию, деятельность, принятие политических решений». Тогда как имидж партии есть «представление о политической партии, сложившиеся в индивидуальном и массовом сознании, мнения рационального или эмоционального характера о партии, возникшие в той или иной группе людей на основе образа, сформированного целенаправленно или произвольно в результате прямого или косвенного восприятия политической партии» [Чижов 2016: 316]. Подчеркивается тот факт, что имидж, являясь категорией, складывающейся из отношения к объекту восприятия, способен оказывать влияние на электоральное поведение граждан и других участников политического процесса.

Общеизвестно, что политическая партия представляет собой довольно сложный «продукт», сочетающий образ политических лидеров и отдельных членов партии, программы и идеи, деятельность региональных и местных партийных организаций, логотип и гимн партии, и многое другое. Не последнее место в этом конструкте занимает наименование партии. Здесь важно упомянуть об основных функциях имен партий, которые можно разделить на функции номинативного и коммуникативного (инструментального) характера.

Так, в работе [Максимчук 2017: 446 – 447] выделены две номинативные функции политонимов: *мотивирующая* и *ориентирующая*. С точки зрения исследователя, «*мотивирующая функция* реализуется в самоопределяющих характеристиках, поскольку в классическом варианте названия партий должны отражать их основную идеологическую направленность»

[Максимчук 2017: 446]. В настоящем исследовании это свойство подробно демонстрируется в 2.2.2. Ориентирующая функция политонимов состоит в том, «чтобы структурировать политическое пространство в соответствии с основными политическими и общественными запросами, существующими на данный момент в стране, и помочь члену общества (гражданину) выбрать партию, отвечающую его запросам» [Максимчук 2017: 447]. В настоящей работе ситуации, при которых встречаются партии со схожей мотивацией в имени, вследствие чего их сложно дифференцировать, описываются в 1.1 и 2.1.

Что касается коммуникативных функций политонимов, то вопрос о том, какую роль имена партий выполняют в политической коммуникации ранее не ставился. Не претендуя на разрешение этого вопроса, мы все-таки можем выделить две функции инструментального типа: *имиджевую* и *диалоговую*. Имиджевая функция направлена на создание и продвижение *эффективного политического бренда* путем продуманного нейминга и на *восстановление положительного имиджа*, за которым, как правило, стоит *партийный ренейминг*.

В современном политическом лексиконе активно используется понятие *бренд*, пришедшее из экономической сферы. Однако исследователи до сих пор не пришли к единому толкованию этого термина: для одних *бренд* представляет собой название, символ; другие трактует его как торговую марку (товарный знак). Мы будем опираться на определение И.Л. Недяка, согласно которому *политический бренд* представляет собой «сочетание имени и стратегического образа партии, особенностями которого являются повсеместная известность и глубокая укорененность в массовом сознании» [Недяк 2013: 158]. Исследователь подчеркивает важность сильного бренда в мире политики, указывая на то, что он «создает впечатление стабильности и надежности политического продукта, формирует его ценность через комплекс ассоциаций, впечатлений, воспоминаний; являясь инструментом формирования представлений о партии, помогает ей занять определенное место в уме избирателя в условиях многопартийности» [Недяк 2013: 283]. Т.В. Лемешова

определяется бренд как «стратегический инструмент, обладающий возможностями не только активизировать электорат перед выборами, но и располагает механизмами эффективного политического управления» [Лемешова 2017: 101].

Таким образом, политонимы играют важную роль в формировании имиджа партии и способствуют ее узнаваемости, идентификации и отображению специфики благодаря эффективному брендингу. Имя партии, являясь номинативной составляющей партийного бренда, на внешнем уровне передает ценности политического бренда и может использоваться как инструмент привлечения избирателей и манипулирования ими. Кроме того, название может быть символичным как для членов партии, так и для избирателей, тем самым способствовать формированию определенных ассоциаций, эмоциональной связи между образом партии и электоратом. В настоящем исследовании номинации символического типа детально рассматриваются в 2.2.2.

Иногда возникают ситуации, когда партии прибегают к смене номинативной части бренда, имея на это убедительные причины. Так, партийный ренейминг проводится в случае полного ребрендинга политической партии, объединения с другими политическими силами, когда номинативная часть бренда воспринимается коммуникантами неудовлетворительной или устаревшей и т.п. Иногда поиск нового имени для партии становится попыткой восстановить ее *имидж* и тем самым наладить *эффективную политическую коммуникацию*. Рассмотрению партийного ренейминга германских партий в настоящей работе посвящен 2.4.

Однако восстановить имидж с помощью переименования не так просто, как кажется на первый взгляд. Интересна в этом отношении статья *Warum eine Umbenennung keine Lösung sein kann* (Почему смена имени не решит проблему) Роланда Бёза, специалиста по торговой рекламе и коммуникации [Bös 2014]. Наименование партий он рассматривает как любое обычное торговое имя для обозначения товара или услуг. В сегодняшнем мире люди, города, государства,

и, следовательно, партии выступают как бренды, которые со своими именами прочно закрепились во всех сферах жизни. Исходя из этого важного признака переименование устоявшегося бренда, на взгляд Роланда Бёза, является самой рискованной миссией в маркетинге (*Und gerade wegen dieser hohen Bedeutung ist die Umbenennung einer etablierten Marke die wohl riskanteste Mission im Marketing*). В качестве удачных примеров переименования крупных марок приводятся следующие: Ситибанк стал Таргобанком, Premiere теперь транслируется как Sky, Ruhrkohle теперь работает как Evonik. По мнению автора статьи, самым важным помощником в «приживаемости» новых имен являются масс-медиа. Во всех названных примерах ребрендинг проходил при колоссальной поддержке с большими финансовыми инвестициями. В качестве примера рискованного ренейминга специалист по рекламе упоминает Свободную демократическую партию Германии / СвДП (*Freie Demokratische Partei / FDP*), для которой медиаресурсы стали бы основным камнем преткновения на пути к успешному ребрендингу, поскольку после провала партии в 2013 году на федеральном уровне ее активно стали игнорировать в медиасфере. Представителей партий перестали приглашать на ток-шоу, журналистам она стала просто неинтересна, ее присутствие в масс-медиа значительно снизилось. В таких условиях, по мнению Роланда Бёза, надеяться на эффективные результаты переименования партии не приходится [Bös 2014]. В настоящем работе ренейминг СвДП рассматривается в 3.2.

Таким образом, медиа выполняют ключевую роль в формировании имиджа политических сил. Они способны оказывать существенное влияние на восприятие политических партий в индивидуальном и массовом сознании, выступая эффективным инструментом формирования непривлекательного имиджа партии.

Иные возможности для проведения партийного ренейминга предлагают новые медиа в пределах персонального контента (официальные сайты, блоги, форумы, аккаунты в социальных сетях и др.). По сравнению с традиционными медиа потенциал новых значительно выше, они бесспорно обладают рядом

преимуществ. Политические деятели, ощутив силу цифровых ресурсов, стали организовывать форумы и аккаунты в социальных сетях не только как средство раскрутки своих предвыборных кампаний, а как площадку для диалога с представителями интернет-среды. Как отмечается в работе [Афонасьева, Хубецова 2016: 393], политические партии Германии перешли от создания отдельных сайтов, представляющих их позицию в Сети, к целым порталам, которые выполняют разнообразные функции. Они являются качественными ресурсами, которые предоставляют читателям актуальную информацию о деятельности партии, отражают ее взгляд на различные общественные проблемы, убеждают и предлагают участвовать в обсуждениях. Интерактивные формы взаимодействия с аудиторией перешли в специально созданные ресурсы, которые сегодня представляют собой основные коммуникационные площадки.

Как справедливо отмечается в исследовании [Халиуллина 2017: 611] о возможностях блогосферы как средства коммуникации политических деятелей с электоратом, новые медиа «служат эффективным маркером, фиксирующим социальное самочувствие населения, уровень авторитета органов власти, качество жизни населения и причины торможения проводимых реформ в регионе». Виртуальные ресурсы блогов и форумов позволяют привлечь к диалогу заинтересованных лиц, чтобы в ходе обсуждения выработать мнение, стратегию для решения определенных проблем.

Кроме того, политические партии, используя потенциал цифровых площадок, сообщают о состоявшемся или запланированном ренейминге партии, пытаясь тем самым действовать, соответствуя потребностям цифрового поколения, выбравшего интернет в качестве основного источника получения информации, что особенно актуально на фоне потери доверия к традиционным медиа. Презентация нового утвержденного имени с подробным обоснованием смены партийного имени или его вариантов целевой аудитории, сбор подходящих наименований с последующим рассмотрением представителями партий – это те мероприятия, которые не только помогают узнать

номинативные предпочтения избирателей, но и улучшить взаимодействие с современной электорально значимой онлайн-аудиторией и тем самым расширить ее.

Однако эти мероприятия могут завершаться как успехом, так и неудачей. С одной стороны, участие электората в решении вопросов ренейминга способствует развитию гражданской активности в принятии важных для партий решений, формирует новую политическую культуру. Для политических партий открываются новые возможности формирования положительного имиджа и привлечения новых коммуникантов-избирателей. Но манипулятивные и дискредитирующие возможности медиа весьма высоки. Цифровое пространство стало дополнительной площадкой, на которой онлайн-аудитория получила возможность анонимно высказывать недовольство политикой власти в дискуссиях вокруг имени, тем самым пытаться оказывать негативное влияние на восприятие политической силы в обществе.

Предполагается, что цифровая коммуникация может стать как решающим инструментом эффективной смены имени, так и нанести вред политическому бренду, ведь в цифровом германском медиапространстве набирает популярность так называемый *электоральный ренейминг*, суть данного явления заключается в переименовании политической силы потенциальными избирателями, при котором происходит подрывание политического имиджа партии за счет создания нового образно-символьного номинирующего комплекса на основе и со следами первоначального имени. Результатом такого ренейминга становится появление *прозвищных наименований партий*.

Политические партии неизменно являются мишенью для создания дополнительных характеризующих, оценочных имен, т.е. прозвищ. Исследователями отмечается, что прозвищные номинации активно фигурируют в политическом дискурсе, их негативно-оценочный потенциал может эффективно использоваться при создании непривлекательного имиджа политических партий, благодаря своей способности убеждать прозвища часто служат в качестве мощного идеологического оружия в языке политики

[Шустова 2015: 9]. Прозвища политиков, а также политических партий выделяют в отдельную группу, мотивируя это тем, что для прозвищ данной группы характерна утрата корпоративности [Вальтер, Мокиенко 2005: 56]. Такие номинации становятся известны широким массам, вследствие чего новые прозвищные наименования с отрицательной оценочной нагрузкой могут задавать определенное отношение к политической силе, активно использоваться наряду с официальными партийными именами или даже вытеснить официальные имена партий из употребления [Ильясов 2000: 152].

Через прозвищные номинации реализуется другая коммуникативная функция политонимов – *диалоговая*. Политонимы, возникающие в процессе электорального ренейминга, выражают отношение аудитории к именуемому и становятся инструментами политического диалога между представителями политических сил и избирателями. Электорат получает возможность быть услышанным, а в форме насмешливых и зачастую оскорбительных партийных имен, что вызвано в первую очередь фактором анонимности адресата, высказать свои претензии и недовольство политикой партии.

Однако этот популярный элемент современного политического дискурса является фактором создания негативного фона в цифровом политическом пространстве, формирующим низкую политическую культуру. Несмотря на это партии получают возможность узнать свои слабые стороны и «сделать работу над ошибками», пусть и через отрицательный отклик. В настоящей работе подробному рассмотрению прозвищных имен германских партий посвящен 3.2.

Помимо прозвищных номинаций диалоговую функцию выполняют так называемые неофициальные расшифровки аббревиатурных имен партий. Как будет продемонстрировано в 3.2, германская аудитория обладает высоким лингвокреативным потенциалом в осмыслении партийных имен и аббревиатур, предлагая собственные шуточные расшифровки – *lustige Abkürzungen* (веселые сокращения).

Важно отметить, что лингвисты не пришли к единому обозначению данного языкового явления. Наряду с понятием *дезаббревиация*, используются

термины *деаббревиация*, *ложная* или *шутливая расшифровка*, *условное раскодирование*, *псевдорасшифровка*, *эвфемистически насмешливое раскрытие аббревиатур* [Светличная 2009: 5]. Кроме того, возникающие в результате ироничных расшифровок аббревиатурной лексики слова обозначают как *бэкронимы* (англ. *backronym* <от англ. *back* «обратно» + акроним) [Журавлёв 2012: 49].

Сам процесс *дезаббревиация* базируется на развёртывании аббревиатуры в новую «языковую единицу с модифицированным сигнификатом» [Светличная 2009: 3]. Таким образом, происходит как бы «двойная подмена, не только первоначальной номинации, но и аббревиатуры, при этом создаётся новый смысл, новый коррелят» [Борисов 1972: 260].

Если говорить о современном германском медиапространстве, то в этой среде шутливая расшифровка аббревиатурных наименований политических партий становится популярным приемом языковой игры. Популярность и широкий интерес к псевдорасшифровкам у аудитории вызван возможностью выразить свое отношение к этому типу номинаций. Деааббревиатуры являются своеобразной реакцией разговорно-речевой стихии на изобилие номинаций такого типа в политическом дискурсе, но и, помимо этого, одновременно выражают оценку членам партии и ее деятельности. Намерение осмеять или оскорбить институты власти и их представителей при псевдорасшифровке является ключевым. Кроме этого, присущее деааббревиатурам необычное *раскрытие* первоначальной структуры аббревиатуры и *креативность* её раскодирования связаны со свойственным человеку умением сделать посредством языковой игры неясное – понятным, сложное – простым, серьезное – смешным.

Помимо диалоговой функции прозвищные номинации партий и деааббревиатуры выполняют *дискредитирующую функцию*. Оскорбительный электоральный ренейминг и деааббревиация не только негативно влияют на имидж партий, но и в целом дискредитируют институты власти и формируют низкую политическую культуру в виртуальном пространстве. Поэтому, в связи

с необходимостью реализации политических целей на цифровых площадках и одновременно с их возрастающей ролью и востребованностью, важно, «не упуская информационной инициативы и применяя новые современные средства коммуникации для поддержания диалога с избирателем, в то же время не допускать падения уровня политической культуры» [Сурма 2015]. Высказывается мнение, что именно «государство, учитывая потребности общества, должно приобщать население к высокой культуре и осуществлять максимальный контроль над коммуникациями в мировой сети, над публикациями в интернет-СМИ и в социальных сетях» [Корягина, Кравченко 2019: 768]. Подобные языковые игры могут привести к потере доверия людей к определенным политическим деятелям и институтам, стать причиной общей аполитичности граждан.

Можно констатировать, что смена имени в цифровом пространстве раскрывает дополнительные возможности в продвижении многообразия форм политического участия, но в то же время, когда имена партий оказываются в руках электората, который выступает уже в роли имиджмейкера, становятся инструментом дискредитации политических сил, бездоказательных суждений и оскорбительный высказываний через прозвищные номинации.

Активное вовлечение цифровой аудитории в политическую коммуникацию с помощью новых медиа вызывает потребность в обозначении специальных субъектов, понятий и явлений политической жизни. Сама цифровизация политической жизни в Германии обусловила огромный приток новых слов, многие из которых образуются от наименований политических объединений. Эти новые слова удовлетворяют коммуникативные и когнитивные потребности германского общества. Так, имена партий выступают в качестве ресурса для образования понятий, обозначающих членов партий и региональных фракций (председателей, руководителей, депутатов), представителей избирательного блока отдельных партий, мероприятий и событий партий (съездов, конференций, юбилеев, митингов и т.д.). Таким образом, в политонимах реализуется *ресурсная функция*.

Рассмотреть ресурсную функцию политонимов представляется возможным на фоне способов словообразования немецкого языка. Общеизвестно, что формирование и пополнение словарного состава осуществляется путем словотворчества, заимствования, семантических изменений и словообразования. Сегодня при возникновении потребности в новых словах язык, как правило, «обращается» к словообразованию, которое является неиссякаемым источником для обозначения предметов и явлений, поскольку располагает разными способами словопроизводства и богатым инвентарем словообразовательных средств. В каждом языке существует целая система способов словообразования, которые различаются в зависимости от того, какие словообразовательные средства используются и насколько продуктивными они являются. Поскольку наше исследование посвящено германским политонимам, то особенно ценен для нас взгляд немецких ученых на словообразование в родном языке.

Словообразование немецкого языка представляет собой особый раздел немецкого языкознания, изучающий структуру слов и законы их образования. К традиционным способам словообразования в немецком языке относят словосложение, лексико-синтаксический способ, морфологический способ и морфолого-синтаксический способ [Schröder 2007], [Fleischer, Barz 2012], [Sahel 2013].

Как отмечается в работе [Heringer 2014], словосложение является ведущим способом словообразования в настоящий момент, при этом особенно продуктивно словосложение как способ образования немецких существительных, которые отличаются большим разнообразием своего морфологического состава. Под словосложением принято понимать образование новых сложных слов (комполит) путем соединения в одном таком слове нескольких (двух и более) слов или основ. Следует отметить, что помимо существительных этот способ словообразования охватывает все части речи.

Словосложение в немецком языке многогранное и многоаспектное явление. Оно часто переплетается с аффиксацией и граничит с синтаксисом, так

как в современном немецком языке между компонентами сложного слова часто возникают такие отношения, которые повторяют синтаксические связи между словами. Поэтому к нему примыкает лексико-синтаксический способ, который предполагает сращение в одну лексическую единицу целого сочетания. Чаще всего именно таким способом пополняется словарный состав немецкого языка, используя данный прием при образовании неологизмов (*der Kosovo-Krieg* / *Война в Косово*, *der Anti-Terror-Krieg* / *война против террора* и др.).

Морфологический способ представляет собой присоединение к слову или к основе слова словообразовательных аффиксальных морфем. Данное аффиксальное словопроизводство предполагает присоединение суффиксов, префиксов, а также префиксально-суффиксальный способ словообразования.

Морфолого-синтаксический способ (конверсия) предполагает образование новых лексических единиц в результате перехода слова одного грамматического класса в другой. К нему относятся субстантивация, адъективация, адвербиализация и вербализация.

Популярным способом пополнения современного словарного состава немецкого языка является заимствование иноязычных слов. Особую популярность получил способ словообразования, в результате которого происходит соединение иноязычного и немецкого компонента, что облегчает иностранному слову вхождение в систему немецкого языка. Слова, полученные таким путем, обозначают «словами-гибридами» [Heringer 2014]: *Recyclingpapier* (бумага из вторсырья), *die Livesendung* (прямой эфир), *Beachvolleyball* (пляжный волейбол) и др. В настоящей работе германские политонимы как ресурс политического лексикона рассматриваются в 3.3.

Что касается способов изучения имен партий, то они детально изложены во Введении. Напомним лишь, что важным этапом любой ономастической работы является *сбор ономастического материала*, который может проводиться как по официальным, так и неофициальным источникам. Как было отмечено во Введении, в настоящем исследовании официальной средой сбора материала послужил сайт Руководителя Федеральными выборами ФРГ

[Bundeswahlleiter], на котором регулярно обновляются списки зарегистрированных политических партий и объединений ФРГ. Эти юридические документы в связи с характером преобладающих в них имен, на наш взгляд, могут быть представлены как *политонимические тексты* по аналогии с обозначением антропонимических текстов, к которым относятся адресные книги, записи загсов, списки избирателей, крестные календари, или топонимических текстов, представляющих собой географические карты, справочники административно-территориального деления и любые списки топонимов и т.д.

Неофициальные наименования партий собирались методом *извлечения* из медиатекстов современных цифровых ресурсов политической коммуникации. Так удалось собрать большой корпус неофициальных имен партий Германии и образованных от них лексем, которые представлены в 3.2 и 3.3.

Особенности исследуемой в настоящей работе онимической лексики, ведут к особому методу их изучения, который может быть противопоставлен извлечению, а именно к *контекстуальному анализу* политонимов для изучения функциональной специфики номинаций такого типа. Данный метод подразумевает также анализ текста (фрагмента, предложения), в котором используется имя партии (официальное полное имя, вторичная номинация, прозвище и др.), а также анализ взаимосвязи использования конкретного онима от контекста. Провести анализ функционирования германских политонимов в контексте определённой политической ситуации позволил один эпизод из политической жизни ФРГ, детально рассмотренный в 3.4

Важно отметить, что политико-коммуникационный процесс протекает в рамках определённого пространственно-временного континуума. Как показано в работе [Максутов 2007: 43], нельзя осуществлять политическую коммуникацию, если одна из сторон (субъект или адресат) жила в предыдущие эпохи или будет жить в будущем, так как отсутствует важный компонент – обратная связь. Точно так же нельзя говорить о ней без указания пространства, в котором она осуществляется, при этом пространство политической

коммуникации имеет внетерриториальную структуру, здесь можно говорить о рамках сетевого взаимодействия. Исследователь указывает на различие политической коммуникации от межличностной в том, что первая практически не имеет границ осуществления, ее субъектами могут выступать любые индивидуальные или коллективные акторы мирового политического процесса. Кроме того, событие в любом уголке земного шара может иметь широкий политический резонанс в мировом сообществе, этому также способствуют процессы глобализации, происходящие в современном мире.

Таким образом, современное общество можно назвать глобальным сетевым информационным обществом с множеством разноудалённых акторов. Следовательно, российские медиа, освещающая политическую жизнь ФРГ, также выступают в роли коммуниканта в политико-коммуникационном процессе. В настоящем исследовании способы номинаций германских партий в российских информационных ресурсах раскрываются в 3.4, при этом выясняется каким образом через наименования политических сил отражается их деятельность в российской информационной среде на примере аналогичного эпизода, рассмотренного в германском медиапространстве.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 1

Итак, по мере развития человеческого общества границы ономастического пространства расширяются. Одновременно с расширением внутри него происходит непрерывная дифференциация обозначаемых объектов по типу объединения и принципам их наименования, одним из результатов которой является образование *ономастических систем*. Так формируются все новые и новые ономастические системы, среди которых важное место занимает *политонимическая система*, представляющая собой организованную

совокупность наименований политических партий и объединений этого порядка – *политонимов*.

Политонимическая система как любая другая характеризуется рядом *экстралингвистических* и *лингвистических* признаков. Первые представлены национальной принадлежностью, а также временной и территориальной соотнесенностью политонимов, при этом хронотоп – один из основных показателей ономастической системы.

Что касается лингвистических признаков, то политонимическая система, с одной стороны, представлена схожими ономическими моделями, с другой стороны, ее характеризует дифференцированность входящих в нее элементов, а также произвольный выбор номинативной конструкции. Кроме того, она представляет собой искусственную систему, в которой автор имеет *ясно осознаваемую цель номинации*, в большинстве случаев направленную на представление электорату ценностей и задач политического движения. Переименование имен собственных как акт искусственной номинации в разных ономастических системах происходит и воспринимается по-разному: в отношении политонимов ренейминг партий носит официальный характер и оформляется как юридический акт. По характеру мотивированности в политонимической системе представлены как реально-мотивированные, так и символические, при этом символичность последних в большинстве случаев объясняется авторами номинаций.

Через прагматический контекст система онимов разграничивается на *первичную / вторичную номинации*. Так, первичные номинации в политонимической системе представлены полными официальными именами партий, тогда как в качестве вторичных выступают краткие формы первичных (их аббревиатурные соответствия или усеченные наименования). Важным следствием функционирования имен собственных в неофициальных условиях становится их *множественность*, выражающаяся в возникновении вторичных номинаций разных онимических рангов (прозвищных партийных имен, а также дезаббревиатур).

Функционирование имен партий в политико-коммуникационных процессах раскрывает у них такие инструментальные функции, как *имиджевую* и *диалоговую*. Имиджевая направлена на создание и продвижение эффективного политического бренда путем продуманного нейминга и на восстановление положительного имиджа, за которым, как правило, стоит партийный ренейминг. Диалоговая функция политонимов реализуется в процессе *электорального ренейминга*, результатом которого становится появление *прозвищных наименований партий*, выражающих отношение аудитории к именуемому и представляющих собой *инструмент политического диалога* между представителями политических сил и избирателями. Кроме того, номинации такого типа выполняют *дискредитирующую функцию*, их негативно-оценочный потенциал может отрицательно влиять на имидж партии, что характерно и для неофициальных расшифровок аббревиатурных имен партий.

Активное вовлечение аудитории в политическую коммуникацию с помощью новых медиа вызывает потребность в обозначении специальных субъектов, понятий и явлений политической жизни. Имена партий выступают в качестве ресурса для образования политического лексикона. Таким образом, в политонимах реализуется *ресурсная функция*.

ГЛАВА 2. ГЕРМАНСКИЕ ПОЛИТОНИМЫ КАК ОНОМАСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

На основе положений, которые обсуждаются в 1.1, совокупность наименований политических партий современной Германии представляет собой политонимическую систему, обладающую своим хронотопом и общей онимической моделью построения (термин + оним). Политонимы, входящие в эту систему, характеризуются искусственной природой возникновения. Их образование регулируется партийным законодательством ФРГ. Важным характеризующим признаком этой системы является множественность

политонимов, которая выражается в образовании учредителями партий официальных вторичных номинаций (кратких именных форм). Кроме того, систему характеризует возможность смены имени, которая также регулируется законодательными актами. Каждый из этих аспектов рассмотрен в разделах настоящей главы.

2.1 Германские политонимы в правовом контексте

Как было отмечено в 1.1, учредители партий при выборе имени для политического объединения придерживаются требований законодательства страны, в которой оно регистрируется.

Правовое регулирование наименований партий ФРГ осуществляется с опорой на *Gesetz über die politischen Parteien (Parteiengesetz)* / Закон о политических партиях Федеративной Республики Германии (далее – Закон о партиях), полный текст которого представлен на официальном сайте Федерального министерства юстиции и защиты прав потребителей ФРГ [Bundesministerium...].

Закон о партиях был принят 24 июля 1967 года. На сегодняшний день он, включая в себя 41 статью и более чем 120 пунктов, является одним из наиболее подробных законодательных актов, регулирующих порядок образования и деятельности политических партий.

Во второй статье (ст. 2 п.1) Закона дается определение понятия «партии», которое звучит следующим образом:

Parteien sind Vereinigungen von Партии представляют собой *Bürgern, die dauernd oder für längere* объединения граждан, которые *Zeit für den Bereich des Bundes oder* постоянно или длительное время *eines Landes auf die politische* оказывают влияние на *Willensbildung Einfluss nehmen und an* формирование политической воли в *der Vertretung des Volkes im* рамках Федерации или одной из

Deutschen Bundestag oder einem Landtag mitwirken wollen, wenn sie nach dem Gesamtbild der tatsächlichen Verhältnisse, insbesondere nach Umfang und Festigkeit ihrer Organisation, nach der Zahl ihrer Mitglieder und nach ihrem Hervortreten in der Öffentlichkeit eine ausreichende Gewähr für die Ernsthaftigkeit dieser Zielsetzung bieten. Mitglieder einer Partei können nur natürliche Personen sein [Bundesministerium...].

и желают участвовать в представительстве народа в Бундестаге или одном из ландтагов, что они в достаточной мере гарантируют серьезность намерений общим характером их фактического отношения к делу и, в частности, численностью и постоянством деятельности организации, числом членов и общественной деятельностью. Членами партии могут быть только физические лица.

Указание на то, что партия — это объединение граждан, определяет численность членов партии более одного, однако их максимальное количество и возраст не устанавливает.

В 3 пункте 2 ст. уточняется, что политические объединения не являются партиями, если: 1) большинство их членов или членов их правлений являются иностранцами; 2) их местопребывание или их руководящие органы находятся вне сферы действия настоящего Закона (*Politische Vereinigungen sind nicht Parteien, wenn 1) ihre Mitglieder oder die Mitglieder ihres Vorstandes in der Mehrheit Ausländer sind oder 2) ihr Sitz oder ihre Geschäftsleitung sich außerhalb des Geltungsbereichs dieses Gesetzes befindet.*) [Bundesministerium...].

Характер политических объединений, устанавливаемый Законом, определяет во многом и практику их наименования. Требованиям, предъявляемым к названиям политических партий, посвящена статья 4. Согласно ее п. 1:

Der Name einer Partei muß sich von Наименование партии должно четко dem Namen einer bereits bestehenden отличаться от наименования другой, Partei deutlich unterscheiden; das уже существующей партии; это gleiche gilt für Kurzbezeichnungen. In относится и к ее сокращенному der Wahlwerbung und im наименованию. В предвыборной Wahlverfahren darf nur der агитации и в ходе выборов партия satzungsmäßige Name oder dessen может использовать только Kurzbezeichnung geführt werden; наименование или сокращенное Zusatzbezeichnungen können наименование, соответствующее ее weggelassen werden Уставу; дополнительные [Bundesministerium...]. обозначения могут быть опущены.

Однако установление данного требования не исключает появления партий со схожими до смешения названиями, так называемых «партий-спойлеров». Действительно, чем отличаются *Freie Wähler* (Свободные Избиратели) от *Freie Wähler Deutschland* (Свободных Избирателей Германии)? А партия *Demokratische Mitte Deutschlands* (Демократический Центр Германии) от партии *Deutsche Mitte* (Германский Центр)?

Рассмотрению подобной путаницы с имена посвящено интервью *Namensstreit: Freie Wähler oder Freie Bürger?* (Спор из-за имени: Свободные избиратели или Свободные граждане?) с Мартином Эрнстом, руководителем объединения *Freie Bürger für Baden-Baden / FBB* (Свободные граждане для Баден-Бадена). В одной публикации на платформе FBB – Baden-Baden партия *Свободные граждане* была ошибочно названа *Свободными избирателями*. После этого казуса была подана жалоба в областной совет с требованием призвать Свободных избирателей сменить имя. Однако областной совет отклонил претензию [FBB – Baden-Baden 2017].

Как нам удалось выяснить, схожесть полных и кратких наименований не раз становилась поводом для судебных разбирательств. Так, в 2017 году *Альтернатива для Германии (Alternative für Deutschland / AfD)* подала иск

против использования аббревиатурного партийного имени *ADD* партией *Allianz Deutscher Demokraten* (Альянс немецких демократов) из-за риска возникновения путаницы и выиграла судебный спор [AfD Kompakt 2017]. Партия демократов была вынуждена сменить аббревиатуру, что подробно изложено в 2.4. Таким образом, исполнять это требование на практике не так просто. Отмечен целый ряд имен, которые не нарушают Закон, но создают ситуацию затруднённой различимости.

Кроме того, согласно параграфу 4 п. 1 Закона в предвыборной агитации и в ходе выборов партия может использовать только наименование или сокращенное наименование, соответствующее ее Уставу и Программе, которые регулируют деятельность партии [Bundesministerium...]. Как показал анализ, нередко возникают ситуации несоответствия деятельности партии ее имени, что крайне негативно воспринимается аудиторией. В качестве примера подобного несоответствия можно упомянуть скандальную историю с партией *Bündnis 90 / DIE GRÜNEN* (Альянс 90 / Зеленые), характерной чертой политической программы которой является необходимость охраны природы и окружающей среды под контролем государства, что демонстрирует и само партийное имя. Так, в 2010 году партия попала под критику Кристель Гаппах-Казан, пресс-секретаря СвДП. Партия Зеленых приняла решение не вмешиваться в дело по использованию токсичного диоксина при выращивании органических продуктов. Политик СвДП назвала неприемлемым вести двойную игру. По ее мнению, Зеленые больше заботятся о защите своих клиентов, а не о защите потребителей. В доказательство своих слов она напомнила историю с обнаруженными диоксинами в органических яйцах в 2005 и призвала Зеленых прекратить вести символическую политику [Top agrar online].

Кроме того, нельзя не обратить внимание на указание в пункте 1 параграфа 4 Закона о возможности использования на выборах так называемого *дополнительного обозначения* (*im Wahlverfahren verwendete Zusatzbezeichnung*). Закон позволяет партиям помимо полного имени (Name) и его краткой формы (*Kurzbezeichnung*), указывать дополнительное обозначение (*Zusatzbezeichnung*),

которое в предвыборной агитации партия может опускать, а использовать лишь на выборах. Однако эту возможность используют далеко не все партии. Так, из 116 политических объединений Германии лишь пятнадцать указали дополнительное обозначение при регистрации. Важно отметить, что партия *Ab jetzt...Demokratie durch Volksabstimmung* краткому обозначению (*Kurzbezeichnung*) предпочла дополнительное **Politik für die Menschen** (Политика за людей), тогда как все другие 14 политических объединений указали по три номинации (имя, сокращенное и дополнительное обозначение).

По типу номинаций дополнительные обозначения имеют схожие с официальными наименованиями ономастические модели и в период избирательного процесса могут служить дополнением к ним, в отличие от кратких наименований, которые являются именами-заменой [Bundeswahlleiter].

Наблюдения позволили выделить 4 типа дополнительных обозначений, самым популярным из которых представляет собой указание на основное направление деятельности партии, на ее главную ценность: *Menschliche Welt – für das Wohl und Glücklich-Sein aller* (Мир человека – за благополучие и счастливое существование всех), *Die Violetten – für spirituelle Politik* (Фиолетовые – за духовную политику), *AUFBRUCH C – Christliche Werte für eine menschliche Politik* (Прорыв C – Христианские ценности гуманной политики, *C – *Christlich* – христианский), *Magdeburger Gartenpartei – ökologisch, sozial und ökonomisch* (Магдебургская садовая партия – экологично, социально и экономично), *bergpartei, die überpartei – ökoanarchistisch-realdadaistisches sammelbecken* (партия горы, вне партии – эко-анархистско-истинно дадаистское средоточие).

Другой тип составляют обозначения, указывающие как на организационную форму, так и на основное направление деятельности партии: *Union der Menschlichkeit – Bewegung zum Wohle Aller* (Союз Человечества – Движение ко всеобщему благополучию), *UNABHÄNGIGE für bürgernahe Demokratie – Bürgeraktion zur Aufstellung unabhängiger Direktkandidaten* (НЕЗАВИСИМЫЕ за понятную гражданам демократию – Гражданская акция

выдвижения независимых демократов), *Aus dem Lande stammende Deutsche* – **Gesamtdeutsche Wählergemeinschaft** (Рожденные в Германии – **Общегерманское объединение избирателей**), *Bund für Gesamtdeutschland* – **Ostdeutsche, Mittel- und Westdeutsche Wählergemeinschaft DIE NEUE DEUTSCHE MITTE** (Союз всей Германии – **Западногерманское, центральное и восточногерманское объединение избирателей НОВЫЙ ГЕРМАНСКИЙ ЦЕНТР**).

Не менее популярны дополнительные обозначения, представляющие собой выборные лозунги: *Arbeiter-Arbeiterinnen Partei Deutschland* – ***Wir sind das Volk*** (Партия рабочих Германии – **Мы народ**), *Ab jetzt...Demokratie durch Volksabstimmung* – **Politik für die Menschen** (Отныне...Демократия путем всенародного голосования – **Политика за людей**), *Demokratischer Frühling* – ***Mehr Demokratie wagen*** (Демократическая весна – **Больше демократии**) *Deutsche Mitte* – **Politik geht anders...** (Германский центр – **Политика делается по-другому**). Следует отметить, что дополнительное обозначение ***Mehr Demokratie wagen*** (Больше демократии) отсылает к лозунгу Вилли Брандта, первого социал-демократического канцлера Германии.

В двух случаях обозначения включают в себя лексемы, называющие членов партии или ее целевую аудиторию: *Partei für Nachhaltige Erneuerung in Umweltfragen, Politik und Gesellschaft* – **NACHHALTIGE** (Партия постоянного обновления в вопросах окружающей среды, политики и общества – **НАСТОЙЧИВЫЕ**) и *Die Partei DIE BIKER* – **Die wahren Demokraten** (Партия Байкеры – **Настоящие демократы**).

Таким образом, опираясь на партийное законодательство, можно констатировать, что дополнительное обозначение не является обязательным, но оно выступает неким ситуативным обозначением, эксплицитно выражающим основное направление деятельности партии, ее идеологические ценности и лозунги лишь на выборах. Наиболее активно используемые возможности номинаций партий ФРГ анализируется в дальнейшем.

Следует отметить, что в п. 1 параграфа 4 Закона отсутствует формулировка о запрете использования названий политических партий, прекративших свою деятельность. Это дает возможность регистрации новых политических партий и объединений, присвоивших себе старые партийные бренды. К партиям-сквоттерам [Lenta.ru 2012] можно отнести действующую *Die Deutsche Partei* (Немецкая Партия). Она была образована в 1993 году и имеет идентичное название с политической партией, которая с 1949 по 1960 входила в состав коалиционных правительств Западной Германии, большая часть депутатов представляла Нижнюю Саксонию. После 1960 года партия ушла в оппозицию к правительству ФРГ и с 1961 года не представлена в парламенте. Часть ее членов после 1964 г. вошла в состав Национал-демократической партии Германии [Deutsche Partei]. Действующая «Немецкая Партия» существует с 1993 года и не имеет к ней никакого отношения, хотя сама объявляет себя ее преемницей.

Одной из особенностей правового положения политических партий ФРГ считается отсутствие запрета на создание и деятельность политических партий, образованных по признакам профессиональной, национальной и религиозной принадлежности, а также территориального деления. Тогда как, например, Федеральный закон о политических партиях РФ (ст. 9 п. 3) устанавливает такие ограничения. В соответствии с положениями нового Закона в России не предусматривается создание и деятельность межрегиональных, региональных и местных политических партий. А под признаками профессиональной, расовой, национальной или религиозной принадлежности в нем понимается указание в уставе и программе политической партии целей защиты профессиональных, расовых, национальных или религиозных интересов, а также *отражение указанных целей в наименовании политической партии* [Федеральный Закон о политических партиях]. Таким образом, если бы германский Закон соответствовал российскому партийному законодательству, то он не позволил бы зарегистрировать такие партии как Христианско-демократический союз

Германии (ХДС) или Христианско-социальный союз (ХСС), действующий только на территории земли Бавария.

Что касается языка, на котором представлены названия партий, то важно упомянуть, что конституционно-правовой статус немецкого языка как государственного не закреплён в конституции ФРГ, соответственно, и Закон не ограничивает учредителей партий в выборе языка, несмотря на это они дают своим объединениям немецкие наименования. Отмечена лишь одна партия, в имени которой встречается иностранное слово: *PAN-Die Parteilosen* (Всецело-Беспартийные). Как указано в уставе этой партии, *PAN* происходит от греческого слова «всецело» [Bundeswahlleiter]. При этом приставку «пан» можно считать частью интернационального языка, она активно используется как в немецком, так и в русском языках для образования понятий со значением «охватывающий всё или в целом»: пантеизм, панъевропеизм, Panamerikanismus, Panslawismus и др. А в списке зарегистрированных партий от 27.10.2020 года обнаружены новые объединения, названия которых представлены на английском языке: *Young European Spirit* (Молодой Европейский Дух) и партия *Die Urbane. Eine Hiphop Partei* (Городская. Партия хип-хопа), включающая в название обозначение популярной субкультуры в английской версии [Bundeswahlleiter]. По заявлению председателя партии хип-хопа Рафаэля Гиллебранда:

...Hip-Hop ist unser ... Хип-хоп — это признак нашей Alleinstellungsmerkmal, deswegen steht уникальности, поэтому он вынесен в *es bei uns im Namen. Ich kann jedem in* наше имя. Я могу объяснить всем за *drei Minuten erklären, was Hip-Hop bei* три минуты, что для нас значит хип- *uns bedeutet. Die CDU bräuchte da* хоп. ХДС определенно потребовалось *sicher länger um mir zu erklären, was* бы больше времени, чтобы *an ihnen noch christlich ist. Und ich* объяснить мне, что для них значит *würde es trotzdem nicht verstehen... христианский. И я все равно бы не* *[Die Urbane]* *понял ...*

Таким образом, общепризнанный язык международного общения благодаря молодому поколению и их увлечениям начинает проникать в эту ономастическую систему.

Кроме того, Закон о партиях не исключает возможности использования цифр в наименовании партий, например, Artikel 3 (Статья 3), где цифра 3 имеет в виду третью статью Основного закона Федеративной Республики Германии, которая гарантирует равенство всех граждан перед Законом [Artikel 3]; Bündnis 21/RRP (Союз 21/Партия Пенсионеров, 21 указывает на 21 век) и Initiative 146 (Инициатива 146, 146 – номер статьи Основного закона Германии, согласно которому Закон теряет свою силу в день вступления в силу конституции, добровольно принятой немецким народом). Стоит обратить внимание на две новые партии, отмеченные нами в списке от 27.10.2020: *V-Partei³ - Partei für Veränderung, Vegetarier und Veganer* (V-партия³- партия за Изменения, Вегетарианцев и Веганов) и *duhastdiewahl.org*. В имени первой партии используется математический символ – знак возведения в степень, а в последнем примере наименование представляет собой официальный адрес сайта партии, при этом сам адрес записан слитно как хэштег *duhastdiewahl* (Du hast die Wahl – У тебя есть выбор), что подчеркивает популярность интернет-языка.

Для политических партий характерно указание на ее организационно-правовую форму непосредственно в названии партии, однако Закон о партиях ФРГ не устанавливает такого требования. Лишь 49 политических партий (42%) из 116 включили в свое название слово *Partei*, в 28% случаев учредители использовали в качестве термина другие лексемы со значением объединения людей (*Bürgerbewegung pro Deutschland* / Гражданское движение за Германию, *Allianz Deutscher Demokraten* / Альянс немецких демократов), в остальных наименованиях тип объединения представлен имплицитно (*Das Volk* / Народ, *Die Bürger* / Граждане, *DIE EINHEIT* / ЕДИНСТВО).

Итак, в ходе лингвистического осмысления германского законодательства о партиях удалось выяснить, что закон не устанавливает ограничений для

граждан Германии при объединении в партии, а требования, предъявляемые к партийным наименованиям достаточно либеральны, и учредители партий относительно свободны в выборе имени. Так, Закон не ограничивает партии в выборе языка и языковых средствах, а также допускает указания в названии на территориальную и религиозную принадлежность, что отражает федеративное устройство Германии и принадлежность большинства ее граждан к христианству. Но запрещается использование как полных, так и сокращенных наименований иных существующих в Федеративной Республике Германии политических партий, тем самым исключается омонимия в наименованиях, гарантируется уникальность названия каждой отдельной партии, но допускаются их паронимические отношения. И этим обусловлено разнообразие германских политонимов, анализ которых представлен далее.

2.2 Первичные политонимы

2.2.1 Терминологическая составляющая

Как показано в 1.1, политонимы, входящие в политонимическую систему, демонстрируют общую ономастическую модель. Так, большинство наименований партий Германии представляют собой многокомпонентные лексемы, которые отличает *ономастическая модель «термин + оним»*.

В ходе ономастического анализа имен 116 политических партий Германии, зарегистрированных в соответствии с Законом о партиях (6 параграф, пункт 3) на 20 июля 2017 года, выявлено, что в качестве термина представлены слова с общей семантикой объединения. Политические объединения функционируют не только как партии **Partei** (*Die Europapartei, Die Partei DIE BIKER, Freie Demokratische Partei*), но и как союз **Union** (*Christlich Demokratische Union Deutschlands, Union der Menschlichkeit, FREIE UNION*), альянс **Allianz** (*Allianz Deutscher Demokraten, Allianz für Menschenrechte, Tier- und Naturschutz*), лига **Liga** (*Europäische Liga sozialer Angelegenheiten*),

движение **Bewegung** (*Bürgerbewegung pro Deutschland, Bürgerrechtsbewegung Solidarität*) и др. (полный список представлен в Приложении ...).

В соответствии со словарными толкованиями [Langenscheidt Großwörterbuch, Duden], все слова из этого списка можно разделить на следующие группы:

– лексемы со значением союза, объединения людей: **Partei** (партия), **Bewegung** (движение), **Kollektiv** (коллектив), **Versammlung** (собрание);

– лексемы со значением объединения единиц другого порядка (организаций, государств и др.): **Liga** (лига), **Union** (союз), **Allianz** (альянс), **Bund** (союз), **Bündnis** (союз), **Verband** (союз), **Vereinigung** (объединение);

– лексемы, не содержащие в своем значении компонента «объединение, союз»: **Mitte** (центр), **Projekt** (проект), **Forum** (форум).

Следует заметить, что в большинстве политонимов ядерный компонент представлен словом *Partei* (партия) (49 наименований), гораздо реже встречается *Union* (союз) (5 наименований), а все остальные лексемы отмечены в единичных случаях (их 26), в 36 наименованиях тип объединения представлен имплицитно.

В связи с его популярностью термин *Partei* требует особого анализа. Слово пришло в немецкий язык из французского, где *partie* имеет латинские корни, согласно трактовке германских лексикографов оно означает *Teil* (часть), *Abteilung* (отделение), *Gruppe* (группа) [Duden]. Важно выяснить, когда термин «партия» впервые употребляется в значении политической общественной организации в Германии. В первую демократическую революцию 1848 года в стране еще не было партий в сегодняшнем понимании слова, но политические деятели и неформальные клубы сформировали политический ландшафт, ядром которого был Франкфуртский парламент Паульскирхе. Термин *Partei* уже существовал в немецком языке на протяжении 50 лет, и приверженцы различных идеологий вели оживленные дискуссии о его использовании в качестве обозначения политического объединения. Политические организации в современном понимании получили активное развитие в Германии лишь во

второй половине XIX века. Национальную партийную систему в стране сформировали конфликты между капиталистическим и трудовым слоями общества, которые привели к возникновению рабочего и профсоюзного движения и, наконец, социал-демократической партии [Alenmann 2018]. И в последней трети XIX столетия из четырех основных политических движений (социал-демократов, католиков, либералов и консерваторов) были образованы первые партии: *Die Deutsche Fortschrittspartei* / 1861 (Германская прогрессистская партия), *Nationalliberale Partei* / 1866 (Национал-либеральная партия), *die Freikonservative Partei* / 1866 (Свободно-консервативная партия), *Erste deutsche Volkspartei* / 1868 (Первая немецкая народная партия), *Sozialdemokratischer Arbeiterpartei* / 1869 (Социал-демократическая рабочая партия), *die Deutsche Konservative Partei* / 1876 (Немецкая консервативная партия) [Alenmann 2018].

До конца Первой мировой войны первые немецкие партии активно функционировали. А SPD (СДПГ) стала идеальным прототипом современных политических партий. Новые возможности для партий появились с принятием Веймарской конституции 1919 года, которая гарантировала им основные политические и социальные права, стало возможным свободное участие всех граждан в политических объединениях. До 1932 года СДПГ оставалась самой сильной партией в парламенте.

Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei (NSDAP) / Национал-социалистическая немецкая рабочая партия (НСДАП) была сформирована в 1919 году из небольших антисемитских, этнических и националистических групп. До середины Веймарской республики НСДАП оставалась разрозненным объединением, которое с трудом могло набрать 3 процента голосов электората. Однако ситуация резко изменилась после Великой депрессии, и к 1932 году партию поддерживало уже 37 процентов населения. 30 января 1933 года А. Гитлер был назначен рейхсканцлером, не имея явного большинства в рейхстаге. Захватив власть на основании Закона о предоставлении чрезвычайных полномочий, он запретил все другие партии. Это был конец

первой парламентской демократии и временный конец демократических партий в Германии [Alenmann 2018].

После Второй мировой войны партии, созданные в западных зонах оккупации, во многом были наследниками организаций, действовавших еще в Веймарской республике и даже в кайзеровской Германии (в случае с социал-демократами). Именно от них новые партии унаследовали названия, программы, лозунги, а также застарелые межпартийные противоречия [Белинский 2015: 49]. Однако с середины 1990-х годов традиционное политическое устройство партий отходит на второй план. Это связано прежде всего с экономическими, социальными и культурными изменениями, произошедшими в Германии за последние годы. Нынешнее немецкое общество слишком неоднородно для того, чтобы его смогла объединить какая-либо идеология. К тому же следует учитывать изменения в ментальности немецких граждан. Нынешние, условно говоря, 40-летние – это немцы иных ценностных ориентиров по сравнению с теми, которые доминировали в 70-е годы [Юдина 2010].

Таким образом, традиционная партийная функция в ФРГ утрачивает свое значение. На смену традиционным партиям с разработанными идеологиями приходят бренды с модными названиями, пиар-технологии, а также использование имиджа лидера. Борьба за голоса избирателей посредством нестандартных наименований партий, запоминающихся лозунгов и рекламных ходов становится лейтмотивом деятельности политических партий Германии. Фактически они выступают в роли фирм, продающих свой «товар» посредством агрессивного маркетинга и рекламы. На первый план выдвинулись названия партий, личности политиков, профессионализация избирательных кампаний, развитость политических коммуникаций. Аббревиатуры ХДС, СДПГ, СвДП уже не вызывают у избирателя особых эмоций, тем более, когда речь идет о молодежи, не имеющей опыта участия в выборах.

В силу этого учредители новых партий все реже используют термин «партия» в своих названиях, отдавая предпочтение более современным,

модным и нетрадиционным номинациям. Как отмечается в работе [Пальвелева 2012], сегодня многие названия партий строятся не по принципу прояснения для избирателей своей политической платформы, а по принципу привлечения к себе внимания любым путем.

Так, лексема *Bewegung* (движение) в немецком языке означает как массовое движение людей, преследующих цели (политические, религиозные, патриотические и др.), так и группу людей с общими политическими или идеологическими взглядами [Langenscheidt Großwörterbuch: 169]. Данный термин представлен в наименовании трех политических партий: *Bürgerbewegung pro Deutschland* (Гражданское движение за Германию), *Bürgerbewegung PRO NRW* (Гражданское движение за Северный Рейн-Вестфалию), *Bürgerrechtsbewegung Solidarität* (Движение за гражданские права Солидарность). Важно отметить, что во всех трех номинациях термин *Bewegung* представлен в сложносоставных лексемах, которые являются субъектно-ориентированными номинациями.

Второй по частотности употребления в наименованиях партий термин *Union* (союз) имеет следующее толкование: «объединение двух и более организаций или государств, которые преследуют общие интересы [Langenscheidt Großwörterbuch: 1074]. Возможно, со временем его значение стало более широким, сегодня оно используется для обозначения не только союза государств, но и союза людей. Политическая партия, именуя себя *Union* (союзом), по своей организации не отличается от тех, в наименования которых представлен термин *Partei*.

Толкования лексем этой группы весьма похожи и даются одно через другое, посредством списка синонимов, что свидетельствует об их близости. Особенно ярко это видно в терминах со значением «объединение государств, организаций»: например, толкование лексемы *Liga* гласит, что это *eine Union, die man schließt, damit man seine politischen Ziele leichter zu erreichen = Bündnis, Vereinigung, die Liga der arabischen Staaten* (Лига – это союз, который заключают для достижения политических целей = Союз, объединение, Лига

арабских государств) [Langenscheidt Großwörterbuch: 653]. Словарное толкование лексемы *Allianz* таково: *Bündnis zwischen Staaten; Bündnis, Vereinigung, Gemeinschaft* (Союз государств) [Langenscheidt Großwörterbuch: 34]. Лексема *Allianz* определяется как *Bündnis, Vereinigung, Gemeinschaft*. Учитывая количество терминов, в значении которых содержится компонент «объединение государств, организаций», использованных в названии политически партий, можем считать, что все эти лексемы приобрели значение «объединение людей».

Таким образом, германские политонимы располагают терминологическим словарем из почти полутора десятков единиц. Разнообразие ядерных компонентов в названиях партий можно считать специфической чертой этой ономастической системы, что связано с отсутствием обязательного требования на указание правовой формы партий согласно законодательству о партиях ФРГ. Наблюдается тенденция замены традиционного термина «партия» близкими по значению лексемами либо отказа от указания организационно-правовой формы в имени, вследствие этого новые партийные имена напоминают больше лозунги, чем традиционные официальные наименования политических объединений.

2.2.2 Ономастическая составляющая

Как было упомянуто в 1.1, для анализа ономастической части наиболее важен параметр *мотивированность*. В плане мотивированности германские политонимы можно разграничить на две группы в зависимости от их связи со свойствами денотата.

Первую группу составляют *реально-мотивированные имена*: *Allianz Deutscher Demokraten* (Альянс немецких демократов); *Deutsche Kommunistische Partei* (Немецкая коммунистическая партия); *Arbeiter-Arbeiterinnen Partei Deutschland* (Партия рабочих Германии); *deutsche demokratische partei* (германская демократическая партия); *Freie Demokratische Partei* (Свободная

демократическая партия). Наименования партий Германии в 70% случаев являются реально-мотивированными.

Центральной моделью для политонимов является структура вида: ядерный компонент (термин) с зависимым словом (онимом).

Ономастическая составляющая реально-мотивированных имен германских партий представлена следующими понятиями.

Идеологические концепты репрезентированы в названиях ряда партий. Структура политонимов такого типа представлена в виде формулы «термин + идеологема»: *Sozialliberales Forum* (Социал-либеральный форум); *Sozialdemokratische Partei Deutschlands* (Социал-демократическая партия Германии); *Revolutionär Sozialistischer Bund / Vierte Internationale* (Революционная социалистическая лига / Четвертый интернационал); *Nationaldemokratische Partei Deutschlands* (Национал-демократическая партия Германии); *Ökologisch-Demokratische Partei* (Эколого-демократическая партия). Одним из наиболее распространенных концептов идеологической направленности является лексема *демократия* (16 % наименований), представлена в форме существительного – *Demokratie*, прилагательного – *demokratisch*, в составе сложного прилагательного – *sozialdemokratisch*.

Особый тип реально-мотивированных политонимов составляют наименования, которые включают в себя лексему, называющую членов партии или целевую аудиторию партии. Большинство наименований такого типа не имеют ядерного компонента, что не противоречит Закону о политических партиях ФРГ. Структура политонимов такого типа представлена формулой «термин + люди», что указывает на характеристику членов партии в различных аспектах:

– идеологическая принадлежность: *Achtsame Demokraten* (Внимательные демократы); *Die Gerechten Demokraten* (Справедливые демократы); *Die Linke* (Левые); *Die Rechte* (Правые); *DIE REFORMER* (Реформаторы); *DIE REPUBLIKANER* (Республиканцы); *Liberale Demokraten - die Sozialliberalen* (Либеральные демократы – Социал-либералы); *Neue Liberale - Die*

Sozialliberalen (Новые либералы – Социал-либералы); *Ökologische Linke* (Экологическая партия левых).

– социальный статус: *Die Bürger* (Граждане); *DIE SENIORENPARTEI DEUTSCHLANDS (DIE SENIORENPARTEI)* (ПАРТИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ ГЕРМАНИИ / ПАРТИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ); *Liste Eltern Deutschland* (Реестр родителей Германии); *Partei der Bedrängten* (Партия стесненных); *FREIE WÄHLER* (СВОБОДНЫЕ ИЗБИРАТЕЛИ); *Freie Wähler Deutschland* (Свободные избиратели Германии); *UNABHÄNGIGE für bürgernahe Demokratie* (НЕЗАВИСИМЫЕ за понятную гражданам демократию).

– интересы, пристрастия: *Die Partei DIE BIKER* (Партия Байкеры); *Mieterpartei* (Партия квартирантов); *Partei der Humanisten* (Партия гуманистов).

– религиозная принадлежность: *Bündnis C - Christen für Deutschland* (Союз С – Христиане для Германии (* C – *Christlich* – христианский); *Partei Bibeltreuer Christen* (Партия верных Библии христиан).

– гендерная принадлежность: *Feministische Partei DIE FRAUEN* (Феминистская партия ЖЕНЩИНЫ).

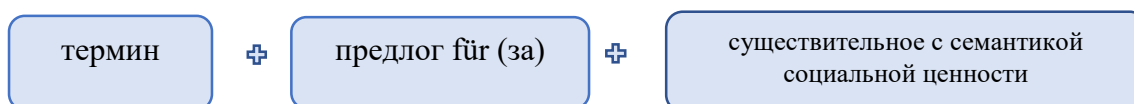
В названии четырех партий *Freie Bürger-Initiative / Freie Wähler* (Свободная гражданская инициатива / Свободные избиратели), *FREIE WÄHLER* (СВОБОДНЫЕ ИЗБИРАТЕЛИ), *Freie Wähler Deutschland* (Свободные избиратели Германии), *Partei der Wähler* (Партия избирателей) адресатная мотивация представлена словом *избиратели*. Использование этой лексемы может указывать на единение учредителей партий и ее сторонников. Судя по названиям партий, политически активна такая демографическая группа как пожилые люди (пенсионеры). Их интересы берутся защищать три партии.

Политические партии ФРГ, согласно Закону о партиях, могут осуществлять свою деятельность на территории как всего государства, так отдельных федеративных земель или даже одной земли. Следовательно, в их наименованиях может отражаться не только государственная принадлежность, но и принадлежность к определенному административно-территориальному пространству, так в имя партии включается указание на местоположение,

топоним. Структура политонимов такого типа может быть представлена в виде формулы «термин + топоним». При этом топонимом выступает и сама Германия – *Bund für Gesamtdeutschland* (Союз всей Германии); *DEUTSCHE PARTEI* (ГЕРМАНСКАЯ ПАРТИЯ); *Deutsche Mitte* (Германский центр), так и федеративные земли и регионы: *Bürgerbewegung PRO NRW* (Гражданское движение за Северный Рейн-Вестфалию), *Bayernpartei* (Партия Баварии); *Partei für Franken* (Партия Франконии). Особый случай представляет имя партии *Die Europapartei* (Партия Европы), в котором «Европа» хоть и является топонимом, но не германским. Упоминание Европы в наименовании партии может говорить о стремление к интеграции.

Кроме того, при использовании топонима *Deutschland* в именах партий в ряде случаев отмечается тенденция к аналитизму, проявляющаяся в вытеснении формы родительного падежа *DeutschlandS*, которая выявляется в контексте имени при соотношении с другими словами: *Arbeiter-Arbeiterinnen Partei Deutschland* (Партия рабочих Германии), *BUNTe Partei Deutschland* (Разноцветная партия Германии), *Freie Wähler Deutschland* (Свободные избиратели Германии), *Liste Eltern Deutschland* (Реестр родителей Германии), *Piratenpartei Deutschland* (Партия пиратов Германии). Таким образом, наличие аналитических черт в германских политонимах является характерной особенностью современного состояния грамматики немецкого языка.

Ряд имен партий включает указание на основное направление ее деятельности, на главную ценность. Структурная модель политонимов такого типа может быть представлена в следующем виде:



К такому типу можно отнести следующие наименования: *Partei für Gesundheitsforschung* (Партия исследования здоровья); *Allianz für Menschenrechte, Tier- und Naturschutz* (Альянс защиты прав человека, защиты животных и природы); *Partei für Nachhaltige Erneuerung in Umweltfragen, Politik und Gesellschaft* (Партия постоянного обновления в вопросах окружающей

среды, политики и общества); *Menschenrechtsvereinigung zur Förderung der Grund- und Menschenrechte in Europa* (Правозащитная ассоциация продвижения основных прав человека в Европе); *Gesundheitspartei* (Партия здоровья); *Partei für Arbeit, Rechtsstaat, Tierschutz, Elitenförderung und basisdemokratische Initiative* (Партия труда, правового государства, защиты животных, поддержки элит и базовой демократической инициативы); *Anti Homophobie Partei* (Анти-гомофобная партия); *HUMANWIRTSCHAFTSPARTEI* (Партия гуманной экономики); *Bündnis für Innovation & Gerechtigkeit* (Союз за Обновление & Справедливость). Особый случай представляет имя партии без термина и логического указателя, в названии указано лишь то, на что направлена политика партии: *Werte Sicherheit Wohlstand* (Ценности Безопасность Благосостояние). В этой номинации отмечена двойная имплицитность, что говорит о тенденции к лозунговости современных имен партий.

Нередко в имени партии получают отражение две или даже три мотивировки: программная идеология; указание на членов партии или социальную группу, на которую ориентирована ее деятельность; программная цель или концепция. Номинации такого рода строятся по следующим формулам:

- «Термин + топоним + идеологема»: *deutsche demokratische partei* (германская демократическая партия); *Deutsche Kommunistische Partei* (Германская Коммунистическая партия); *Kommunistische Partei Deutschlands* (Коммунистическая партия Германии); *Nationaldemokratische Partei Deutschlands* (Национал-демократическая партия Германии); *DEMOKRATISCHE MITTE DEUTSCHLANDS* (ДЕМОКРАТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ГЕРМАНИИ); *Sozialdemokratische Partei Deutschlands* (Социал-демократическая партия Германии); *Deutsche Soziale Union* (Немецкий социальный союз).
- «Термин + топоним + люди»: *Arbeiter-Arbeiterinnen Partei Deutschland* (Партия рабочих Германии); *Die europäische Bürgerpartei* (Европейская

гражданская партия); *Immigranten und Deutsche Partei* (Иммигранты и германская партия); *Südschleswigscher Wählerverband* (Союз южношлезвигских избирателей); *Piraten Partei Deutschland* (Партия пиратов Германии); *Sächsische Volkspartei* (Саксонская народная партия), *Bürgerbewegung pro Deutschland* (Гражданское движение за Германию); *Bürgerbewegung PRO NRW* (Гражданское движение за Северный Рейн-Вестфалию); *DIE SENIORENPARTEI DEUTSCHLANDS* (ПАРТИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ ГЕРМАНИИ); *Sozialliberale Bürger Partei* (Партия социал-либеральных граждан); *Allianz Deutscher Demokraten* (Альянс немецких демократов).

- «Термин + топоним + ключевое понятие»: *Magdeburger Gartenpartei* (Магдебургская садовая партия); *Europäische Liga sozialer Angelegenheiten* (Европейская лига социальных вопросов); *Integrale Partei Deutschlands* (Единая партия Германии).
- «Термин + идеологема + люди»: *Sozialliberale Bürger Partei* (Партия социал-либеральных граждан); *Direktdemokratische Volkspartei* (Народная партия прямой демократии).
- «Термин + идеологема + ключевое понятие»: *Freie Demokratische Partei* (Свободная демократическая партия).
- «Термин + люди + ключевое понятие»: *Bürgerrechtsbewegung Solidarität* (Движение за гражданские права Солидарность).
- «Термин + топоним + идеологема + люди»: *Partei deutscher demokratischer Realisten* (Партия германских демократических реалистов).
- «Термин + топоним + идеологема + ключевое понятие»: *Christlich Demokratische Union Deutschlands* (Христианско-демократический союз Германии); *Christlich-Soziale Union in Bayern e.V.* (Христианско-социальный союз в Баварии (общественное объединение)).

Рассмотренные примеры позволяют утверждать, что полимотивированность – характерная особенность политонимов, которая

выражается в наличии ряда ключевых понятиях разной семантики в одной номинации.

Вторую группу германских партийных имен составляют т.н. *символические* наименования: *Die Violetten* (Фиолетовые), *Menschliche Welt* (Мир человека), *INITIATIVE146* (Инициатива 146), *Hier und Jetzt – Die Zukunft* (Здесь и сейчас – Будущее) и др.

Часто символические названия немецких партий выступают без предваряющего описания: *Menschliche Welt* (Мир человека); *Graue Panther* (Серые пантеры); *Glitzerkollektiv* (Блестящий коллектив); *FREIES MANDAT* (СВОБОДНЫЙ МАНДАТ); *die Bürgerlobby* (Гражданское лобби); *DIE EINHEIT* (ЕДИНСТВО); *DER DRITTE WEG* (ТРЕТИЙ ПУТЬ); *Das Volk* (Народ); *Basis-Politik-Deutschland* (Базис-Политика-Германия); *Artikel 3* (Статья 3); *Demokratischer Frühling* (Демократическая весна); *AUFBRUCH C* (Прорыв С, С – Christlich – христианский); *BürgerInnengutachten Partei* (Партия общественного мнения).

Символический элемент, вне зависимости от того, дополняется ли он реальным определением, может как давать представление о политической программе партии и ее основных ценностях, так и быть непонятым аудитории. Расшифровать идею партийной номинации с символическим компонентом, не дающим четкой информации, а лишь вызывающим определенные ассоциации, помогает обращение к официальному контенту в социальных сетях. Так, наименование партии *Werte Sicherheit Wohlstand* (Ценности Безопасность Благосостояние) довольно однозначно указывает на направление деятельности партии, что нельзя сказать о партии *PROJEKT OFFENE SCHERE* (Проект «Раскрытые ножницы»). Но обращение к информации на официальном сайте объясняет номинативную символику: раскрытые ножницы символизируют постоянно увеличивающийся разрыв между бедными и богатыми слоями населения, в сокращении которого партия намерена принимать непосредственное участие [POS].

Другой пример: невозможно что-то сказать о партиях *Graue Panther* (Серые пантеры), *Glitzerkollektiv* (Блестящий коллектив), *Violetten* (Фиолетовые) на основании одного имени, однако здесь актуализируется цветовая символика. Если обратиться к официальной информации, то становится ясно, что вкладывали в названия партийные учредители. Так, партия *Graue Panther* (Серые пантеры) была основана в 1989 году как политическое объединение по защите интересов пожилых людей, что может связывать серый цвет с сединой, опытом и мудростью старшего поколения. Кроме того, в область интересов партии входят вопросы защиты окружающей среды, на что указывает зооним.

Цветовая символика применяется также и в партийном имени *Violetten* (Фиолетовые), которое не дает никакого указания на профиль деятельности партии. Но на официальном сайте партии в программе обосновывается выбор наименования:

Die Violetten wurde gewählt, weil Имя «Фиолетовые» было выбрано *Violett die Farbe mit der höchsten* потому, что фиолетовый является *Schwingungszahl ist, sie ist die* цветом с наибольшим количеством *Mischfarbe aus Rosa (weiblich) und* вибраций, он получается при *Blau (männlich) und symbolisiert damit* смешении розового (женского) и *die ausgewogene Einheit der* синего (мужского) и, таким образом, *männlichen und weiblichen Elemente ...* символизирует сбалансированное *aber auch die Zusammenarbeit von* единство мужских и женских *Frau und Mann [Die Violetten].* элементов ... но также и сотрудничество между мужчинами и женщинами.

Что касается названия партии *Glitzerkollektiv* (Блестящий коллектив), то учредители объединения *Plattform Brandenburg* (Бранденбургская платформа) дают подробное объяснение своему выбору нового наименования на официальной странице в сети интернет:

...wir begreifen Politik als etwas, ...мы рассматриваем политику как
 das alle Lebensbereiche einbezieht und нечто, что включает в себя все
 sich auf alle Facetten des Lebens сферы жизни и влияет на все ее
 auswirkt. Dazu gehört auch Sinnliches, аспекты. Сюда также относится
 dazu gehört ein чувственность, в том числе
 ganzheitlicher, optimistischer Blick auf целостный, оптимистический взгляд
 die Welt und ihren Facettenreichtum. на мир и его разнообразие.
 Deshalb: Glitzer. Politik zu machen Следовательно, блески. Заниматься
 bedeutet, eine Gesellschaft политикой – значит формировать
 mitzugestalten. Das gelingt uns, weil wir общество. Мы добиваемся успеха,
 uns als Gemeinschaft verstehen, die für потому что воспринимаем себя как
 gemeinsame Ziele arbeitet. Wir sehen сообщество, которое работает для
 uns als Gruppe, die достижения общих целей. Мы видим
 die Individualität ihrer Mitglieder себя группой, которая ценит
 schätzt und sie als Chance sieht, die индивидуальность своих членов и
 einzelnen Facetten in ihrer Vielfalt zu видит в них возможность сохранить
 erhalten und gleichzeitig zu einem индивидуальные аспекты в их
 Ganzen zu vereinen. Und разнообразии и в то же время
 Glitzerkollektiv klingt einfach besser als объединить их в единое целое. А
 Glitzergruppe. Deshalb: Kollektiv. блестящий коллектив звучит лучше,
 Begriffe wie „sozial“, „demokratisch“, чем блестящая группа.
 „christlich“ oder auch „links“ werden Следовательно, коллектив. Такие
 immer mehr zu Worthülsen. Sie sind понятия, как «социальный»,
 entwertet worden, weil die Parteien, die «демократический», «христианский»
 sie im Namen tragen, ihnen nicht или «левый», все чаще становятся
 gerecht werden [Glitzerkollektiv]. пустыми словами. Их обесценили,
 потому что партии, носящие их в
 своем имени, не воздают им
 должного.

В номинации *BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN* (СОЮЗ 90 / ЗЕЛЕННЫЕ) представлена наиболее популярная в наши дни и всем понятная цветовая символика экологического движения. Большой интерес здесь представляет приставка *Союз 90*, выполняющая меморативную функцию. В 1993 году *Зеленые* вышли из парламента и, стремясь заполучить поддержку в восточногерманских землях, объединились с местным *Союзом 90* в единый альянс, получивший название СОЮЗ 90 / ЗЕЛЕННЫЕ. Представителей партии не раз призывали к исключению этого архаичного компонента из партийного имени, однако председатель Партии зеленых отклоняет это требование, подчеркивая, что, называя себя СОЮЗ 90 / ЗЕЛЕННЫЕ, партия поддерживает гражданское наследие ГДР. Имя партии становится хранителями памяти как в масштабах исторического наследия страны, так и отдельного политического объединения.

Как было отмечено ранее в 2.1, числовая символика представлена в политонимах *Artikel 3* (Статья 3) и *INITIATIVE 146* (Инициатива 146), которые отсылают к Основному Закону ФРГ. Так, третья статья Основного закона Федеративной Республики Германии относится к первому разделу (основные права граждан) и гарантирует равенство перед законом, равноправие между женщинами и мужчинами, запрещает дискриминацию и какие-либо привилегии на основании определенных особенностей человека. Именно таких ценностей и политики придерживается партия *Artikel 3*, что отражено на ее официальной странице на Facebook:

Wir finden, dass in Deutschland die Gleichbehandlung der Menschen wieder Priorität haben muss [Politische Partei *Artikel 3*]. Мы считаем, что равноправие граждан в Германии должно вновь стать приоритетным.

Члены партии *INITIATIVE 146* (ИНИЦИАТИВА 146) придерживаются мнения, что Основной закон как продукт послевоенного времени больше не подходит современной Германии и ее гражданам. Для выполнения требований XXI века нужно нечто совершенно новое [Initiative 146]. Партия выступает за

вступление в силу статьи 146 Основного закона, согласно которой он должен быть заменен новой конституцией, принятой свободным решением немецкого народа.

А имя правоэкстремистского неонацистского объединения *DER DRITTE WEG* (ТРЕТИЙ ПУТЬ) может вызывать у германской аудитории ассоциации с неофициальным названием Германского государства в период правления национал-социалистов – Третьим Рейхом. Кроме того, партия использует символику времен национал-социализма, к примеру, зубчатое колесо-шестеренку, а также меч и молот как символ рабочего фронта, подчеркивая тем самым наследие нацистской Германии, и считает себя последовательницей британской партии *International Third Position (Third way)* и итальянской *Terza Posizione*, которые долгие годы служили ориентиром для *Junge Nationaldemokraten* (Юные национал-демократы), *Sozialrevolutionäre Arbeitsfront* (Социально-революционный рабочий фронт) и других неонацистов [Andreasch 2014].

Члены партии *Bündnis 21 / RRP* (Союз 21 / Партия пенсионеров (**RRP – Rentnerinnen- und Rentner-Partei*)), используя цифровое обозначение нового столетия, вероятно, желают подчеркнуть свои современные взгляды в решении политических вопросов. Кроме этого, в названии используется аббревиация, о которой речь пойдет далее.

Как упоминалось ранее в 2.1, в имени новой партии *V- Partei³ – Partei für Veränderung, Vegetarier und Veganer* выявлено использование математического знака возведения в степень. Представители нового политического движения, предвидя возможность возникновения вопроса относительно такого сложного алгебраического имени, отвечают на него в разделе *Allgemeine Fragen* (Общие вопросы) на своем официальном сайте:

Was bedeutet die Potenzzahl 3 im **Что означает 3-я степень в имени**
Parteinamen? Die 3 symbolisiert die **партии? Число 3 символизирует**
inhaltliche Vielfältigkeit der Partei, die **содержательное** **многообразие**

sich nicht auf ein einziges Thema partii, которая не может beschränken lässt. *ограничится одной темой.*

Es umfasst natürlich Оно безусловно охватывает Vereint Visionen verwirklichen, «Совместную реализацию замыслов», Veränderung, Vegetarier, Veganer, «Изменения, вегетарианцев, веганов», steht aber auch für Verantwortung, die но также означает wir mit Vernunft übernehmen wollen. Ответственность, которую мы хотим взять на себя с Умом. Защита Ein wichtiges Thema ist für uns auch прав потребителей также является der Verbraucherschutz [V-Partei]. для нас важным вопросом.

Как видно из ответа, в результате возведения буквы „V“ в третью степень получают девять слов, начинающихся на „V“ и выражающих политические интересы партии, однако продемонстрировать это в переводе нам не удалось.

Особого внимания заслуживают символическое наименование политического движения VERA, образованного от первых букв главных ценностных концептов политического движения: *Vertrauen* (доверие), *Ehrlichkeit* (честность), *Respekt* (уважение) и *Anstand* (порядочность). Возникший акроним напоминает латинское слово «истина», что согласуется с основными ценностными ориентирами и политическим стилем партии [Bundeswahlleiter].

Учредители партий ФРГ используют метафорические символы:

«ПРИРОДА»: *bergpartei, überpartei* (партия горы, вне партии); *Demokratischer Frühling* (Демократическая весна); *Frühling-in-Deutschland e.V.* (Весна-в-Германии. Общественное Объединение).

«ОБЩЕСТВО и ЧЕЛОВЕК»: *Menschliche Welt* (Мир человека); *Union der Menschlichkeit* (Союз человечества).

«ДВИЖЕНИЕ и РАЗВИТИЕ»: *DEMOKRATIE IN BEWEGUNG* (ДЕМОКРАТИЯ В ДВИЖЕНИИ); *DER DRITTE WEG* (ТРЕТИЙ ПУТЬ), *AUFBRUCH S* (Прорыв С, С – Christlich – христианский); *Der Neue Ansatz e.V.* (Новая концепция (общественное объединение)).

Концепт *Будущее* (Zukunft) проявляется в именах партий *Hier und Jetzt – Die Zukunft* (Здесь и сейчас – Будущее), *Partei Zukunft für Deutschland* (Партия Будущее для Германии), *Zukunftsgerichtete Demokratische Partei* (Демократическая партия, ориентированная на будущее). Такие партийные имена указывают на «маршрут, характеризующий направление деятельности политических партий при любом государственном устройстве: воплощение приоритетов в законотворческой деятельности парламентариев, формирующих политическую платформу в виде ориентационной схемы, нацеленной на будущее. Кроме того, когнитивное наполнение концепта «будущее» подразумевает бинарность «будущее — прошлое», причем последнее, как правило, не только предполагает или явно демонстрирует негативную оценку настоящего положения дел, но включает в себе динамику позитивного развития» [Тамерьян, Качмазова 2019: с. 113].

Концепты *Einheit* (Единство) и *Volk* (Народ), представленные в наименованиях *EINHEIT* (ЕДИНСТВО), *Direktdemokratische Volkspartei* (Народная партия прямой демократии) и *Das Volk* (Народ), отражают коллективную идею сохранения национальной идентичности. *Народ* осмысливается как гражданское общество, население государства, нация. *А единство* символизирует сплоченность германского народа, единение и тесные связи граждан Германии.

Из вышесказанного следует, что в политонимах наиболее чётко артикулированы такие ценностные концепты как *справедливость, свобода, будущее, права человека, защита животных и окружающей среды, здоровье, христианство*.

Названия партий *Bündnis für Innovation & Gerechtigkeit* (Союз за Обновление & Справедливость), *Die Gerechte Partei Deutschlands* (Справедливая партия Германии), *Die Gerechten Demokraten* (Справедливые демократы), *Freie Bürger-Initiative/ Freie Wähler*, (Свободная гражданская инициатива/Свободные выборы), *Freie Demokratische Partei* (Свободная демократическая партия), *FREIE UNION* (СВОБОДНЫЙ СОЮЗ), *FREIE*

WÄHLER (СВОБОДНЫЕ ИЗБИРАТЕЛИ), *Freie Wähler Deutschland* (Свободные избиратели Германии), *FREIES MANDAT* (СВОБОДНЫЙ МАНДАТ) апеллируют к оценочным этическим категориям *справедливость* и *свобода*, которые также в именах партий могут соотноситься с другими концептами. Справедливость и свобода становятся основным ценностно-нормативными критериями, гарантией соблюдения прав и свобод граждан, которые репрезентированы в номинативной части политического бренда.

Отдельного внимания заслуживают символические наименования, напоминающие скорее лозунги политических движений, чем официальные имена партий, что может говорить об активизации манифестационной модели с последующим усилением рекламной функции политонимов, на что уже обращалось внимание в 2.2.1. Подобные концепты-лозунги передают основные цели и задачи политической силы, эксплицированные в названиях партий: *Hier und Jetzt – Die Zukunft* (Здесь и сейчас – Будущее), *Ab jetzt... Demokratiedurch Volksabstimmung* (Отныне...Демократия путем всенародного голосования), *Werte Sicherheit Wohlstand* (Ценности Безопасность Благосостояние), *Basis-Politik-Deutschland* (Базис-Политика-Германия). А зарегистрированные от 27.10.2020 года партии с именами *Menschenrechte für alle* (Права человека для всех), *Demokratie Direkt!* (Демократия Прямая!) и краткое имя *TIERSCHUTZ hier!* (*Защита животных здесь!*) партии *Aktion Partei für Tierschutz* (Кампания Партия защиты животных) подтверждают активизацию этой номинативной модели.

Таким образом, анализ ономастической составляющей имен политических партий ФРГ показал, что большинство наименований составляют реально-мотивированные политонимы, полно описывающие направление деятельности партии. Символические наименования представлены в 30% наименований. Большинство имен символического типа сложно правильно «прочитать», однако обращение к официальной информации в цифровом пространстве помогает понять зашифрованную в имени концепцию.

2.3 Вторичные политонимы

Наряду с официальными наименованиями партий в соответствии с Законом о партиях, на что обращалось внимание в 2.1, учредители фиксируют и краткие формы имен. В анализируемом материале среди вторичных номинаций представлены следующие типы сокращений: аббревиация, усечение, синтаксическое усечение и сжатие сложносоставного наименования в одно слово.

Как было показано в 2.2, большинство наименований немецких партий представляют собой *полимотивированные многокомпонентные лексемы*. Громоздкость и чрезвычайная протяженность таких номинаций наталкивается на трудности в их практическом применении, что и актуализирует упрощение их структуры. Сжатие формы многокомпонентных политонимов возможно, поскольку развитие лексики подчинено действию принципа экономии усилий, то есть лингвистическому закону компрессии содержания в наименьшей форме.

Достигается это с помощью компрессированной лексики, которая в конденсированном виде заменяет громоздкие и многокомпонентные политонимы. Свободное владение партийными сокращенными наименованиями можно считать условием осуществления эффективной политической коммуникации, что подтверждается наличием специальной графы *Kurzbezeichnung* (сокращенное обозначение) в официальном списке зарегистрированных политических партий Германии. Так из 116 партий лишь 8 не указали официального сокращенного наименования для своего политического объединения, что объясняется их однословностью. Среди них такие партии как *Das Volk* (народ), *Die Bürger* (Граждане), *die Einheit* (Единство), *Die Linke* (Левые), *Die Mitte* (Центр), *Die Rechte* (Правые), *Die Reformer* (Реформаторы), *Freie Union* (Свободный союз).

Для остальных партий указываются краткие формы имен, типы сокращения которых требуют отдельного рассмотрения.

Четверть сокращенных наименований представляют собой усеченные номинации различного типа. Так, краткие варианты германских политонимов образуются путем **усечения** одного из компонентов (начального, конечного или среднего элемента термина). Понимание большинства таких имен не вызывает трудностей, поскольку их связь с исходными словами более чем очевидна.

Нами выявлено **усечение конечной части однословного наименования** до начальной буквы и части исходного слова:

*B** = *bergpartei, die überpartei*, в этой краткой форме дополнительно используется параграфический знак.

Art. 3 = *Artikel 3*

INI146 = *INITIATIVE146*

REP = *DIE REPUBLIKANER*

Важно отметить, что этот тип сокращения присутствует и в полных официальных наименованиях. Две партии *Bündnis C – Christen für Deutschland* (Союз С – Христиане для Германии) и *Aufbruch C* (Прорыв С) содержат в имени буквенный знак *C* (*C – Christlich* – христианский). Очевидно, что этот инициальный компонент, обозначающий продвижение христианских ценностей в политике, легко считывается гражданами Германии в партийных наименованиях.

Таким образом, этот тип сокращения не пользуется большой популярностью среди номинаторов партий.

Следующий тип сокращения политонимов представляет собой **синтаксические усечения:**

а) Усечение конечной части составного наименования.

Эта модель чрезвычайно продуктивна для создания кратких вариантов партийных имен (14 % – 13 единиц):

Die Achtsamen = *Achtsame Demokraten*

ARMINIUS - Bund = *ARMINIUS - Bund des deutschen Volkes*

FAMILIE = *Familien-Partei Deutschlands*

DIE FRAUEN = Feministische Partei **DIE FRAUEN**

FRÜHLING = **Frühling**-in-Deutschland e.V.

HUMANWIRTSCHAFTSPARTEI = **HUMANWIRTSCHAFT**

Integrale = **Integrale** Partei Deutschlands

PAN = **PAN** - die Parteilosen

Bündnis C = **Bündnis C** - Christen für Deutschland

BUNTe = **BUNTe** Partei Deutschland

Die PARTEI = **Partei** für Arbeit, Rechtsstaat, Tierschutz, Elitenförderung und basisdemokratische Initiative

PIRATEN = **Piraten**partei Deutschland

UNABHÄNGIGE = **UNABHÄNGIGE** für bürgernahe Demokratie

b) Усечение начальной части наименования (8 единиц):

GRÜNE = BÜNDNIS 90/DIE **GRÜNEN**

pro Deutschland = Bürgerbewegung **pro Deutschland**

PRO NRW = Bürgerbewegung **PRO NRW**

DIE BIKER = Die Partei **DIE BIKER**

Die Humanisten = Partei der **Humanisten**

DIE REALISTEN = Partei deutscher demokratischer **Realisten**

DIE FRANKEN = Partei für **Franken**

Gesundheitsforschung = Partei für **Gesundheitsforschung**

Усечение начальной и одновременно конечной части наименования выявлено нами лишь в одной номинации *ZENTRUM* = Deutsche **Zentrum**spartei. Как следует из примеров, эллиптическая компрессия достигается здесь с помощью синтагматического упрощения составного наименования на основе вспомогательного компонента синтагмы, а базовый компонент при этом подвергается усечению. В качестве базового компонента в большинстве представленных примеров усекаются термины *Partei*, *Bürgerbewegung* и *Bündnis*.

Таким образом, усеченный языковой знак уходит на ассоциативный уровень и приобретает форму имплицитного. Например, в полном

наименовании *Die Partei DIE BIKER* усекается базовый компонент *Die Partei*, который в кратком имени *DIE BIKER* присутствует как ассоциативный семантический признак. В качестве исключения можно упомянуть партию *Die PARTEI = Partei für Arbeit, Rechtsstaat, Tierschutz, Elitenförderung und basisdemokratische Initiative*, имя которой представляет собой единичное краткое наименование с усеченной детерминантой – сохранено базовое слово с семантической памятью редуцированного синтагматического компонента. Однако этот тип сокращения может быть расценен и как аббревиатура: *Partei + Arbeit + Rechtsstaat + Tierschutz + Elitenförderung + Initiative => PARTEI*.

Наряду с этим нами отмечен уникальный тип сокращения – **преобразование многокомпонентного наименования в одно сложносоставное слово**. Этот способ описан также в работе [Шарафутдинова 2013], посвященной исследованию возможностей сокращения немецкой авиационной терминологии. Исследователь обозначает этот тип как **преобразование составного термина в сложное слово** и подчеркивает, что такие сокращения являются «переходными между сложносокращенными и сложными словами и широко представлены в отраслевой терминологии в качестве кратких вариантов терминов. Этот способ получения краткого варианта термина путем словосложения очень продуктивен в немецкой терминологии» [Шарафутдинова 2013: 55]. Что касается кратких форм политонимов, то сжатие структуры наименований-словосочетаний происходит в первую очередь путем словосложения. Такие краткие формы имен партий представляют собой сочетание корней и основ отдельных слов номинации, вследствие чего возникает цельнооформленное сложное слово, созданное по аналогии с немецкими сложносоставными общеупотребительными словами. Этот тип сокращения представляют номинации:

PARTEI MENSCH UMWELT TIERSCHUTZ => Tierschutzpartei

Allianz für Menschenrechte, Tier- und Naturschutz => Tierschutzallianz.

Примечательно, что в краткое имя обе партии вынесли концепт *Tierschutz* (Защита животных). Что касается партии *PARTEI MENSCH UMWELT*

TIERSCHUTZ, то разъяснение этому выбору нам удалось найти на сайте Федерального центра политического образования (Bundeszentrale für politische Ausbildung), согласно которому партия была образована в 1993 году в первую очередь как политическое движение по защите прав животных. Позднее из партии одной темы (Ein-Themen-Partei) она трансформировалась в объединение по решению нескольких вопросов (Mehr-Themen-Partei). Это изменение нашло отражение в новом названии *Mensch Umwelt Tierschutz*, сокращенно *MUT*. Однако это аббревиатурное имя принадлежало уже другому зарегистрированному объединению, согласно партийному законодательству, партия не могла использовать такую аббревиатуру. В итоге на первом федеральном партийном съезде в Бонне 6 ноября 1993 года было выбрано краткое имя *Die Tierschutzpartei*, но неофициально использовалась аббревиатура *MUT* [Bundeszentrale für politische Ausbildung].

А в 2013 году в результате раскола в партии *Partei Mensch Umwelt Tierschutz* несколько ее представителей образовали *Альянс защиты прав человека, защиты животных и природы (Allianz für Menschenrechte, Tier- und Naturschutz)* [Bundeszentrale für politische Ausbildung]. Согласно официальным данным, представленным на сайте партии:

Die Mehrheit der Gründungsmitglieder Большинство членов-учредителей *stimmte für den Namensvorschlag* проголосовали за предложенное имя *„Allianz für Menschenrechte, Tier- und Naturschutz“*. *Als Kurzbezeichnung* *„Allianz für Menschenrechte, Tier- und Naturschutz“*. *Kurzes* Краткое имя *wählten sie einstimmig die Bezeichnung „Tierschutzallianz“* было выбрано *„Tierschutzallianz“* [Tierschutzallianz]. *einmütig* единогласно.

Вероятно, с таким схожим кратким именем Альянс защиты животных пытался продемонстрировать, что партия готова составить конкуренцию своим бывшим партийным товарищам.

Самым продуктивным способом сокращения политонимов оказывается **аббревиация**. Наиболее значительно по количеству представлены

инициальные аббревиатуры, состоящие из начальных букв компонентов сложного слова или начальных букв компонентов словосочетания, различающиеся по типу произношения и по количеству букв.



инициальные аббревиатуры по типу произношения:

- 1) **Инициальные буквенные аббревиатуры** (произносятся по буквам)
(57 % – 52 единицы):

*BP = **B**ayern**p**artei*

*DM = **D**eutsche **M**itte*

*MG = **M**agdeburger **G**arten**p**artei*

*ADD = **A**llianz **D**eutscher **D**emokraten*

*AHP = **A**nti **H**omophobie **P**artei*

*APD = **A**rbeiter-**A**rbeiterinnen **P**artei **D**eutschland*

*BGD = **B**und für **G**esamt**d**eutschland*

*CDU = **C**hristlich **D**emokratische **U**nion **D**eutschlands*

*CSU = **C**hristlich-**S**oziale **U**nion in **B**ayern e.V.*

*DMD = **D**EMOKRATISCHE **M**ITTE **D**EUTSCHLANDS*

*DNA = **D**er **N**eu**e** **A**nsatz e.V.*

*ddp = **d**eutsche **d**emokratische **p**artei*

*DKP = **D**eutsche **K**ommunistische **P**artei*

*DNV = **D**eutsche **N**ational**v**ersammlung*

*DSU = **D**eutsche **S**oziale **U**nion*

*EBP = **D**ie **e**uropäische **B**ürger**p**artei*

*DGPD = **D**ie **G**erechte **P**artei **D**eutschlands*

*DVP = **D**irekt**d**emokratische **V**olkspartei*

FDP = Freie Demokratische Partei
FWD = Freie Wähler Deutschland
HFP = Humanistische Friedenspartei
KPD = Kommunistische Partei Deutschlands
NPD = Nationaldemokratische Partei Deutschlands
NNP = Neue Nationale Partei
ÖDP = Ökologisch-Demokratische Partei
PBC = Partei Bibeltreuer Christen
ZFD = Partei Zukunft für Deutschland
SVP = Sächsische Volkspartei
SPD = Sozialdemokratische Partei Deutschlands
SGP = Sozialistische Gleichheitspartei, Vierte Internationale
SBP = Sozialliberale Bürger Partei
SLF = Sozialliberales Forum
SSW = Südschleswigscher Wählerverband
U.d.M. = Union der Menschlichkeit
WSW = Werte Sicherheit Wohlstand
ZDP = Zukunftsgerichtete Demokratische Partei

2) **Инициальные звуковые аббревиатуры**, которые произносятся как слово
 (5 % – 5 единиц):

BIG = Bündnis für Innovation & Gerechtigkeit
DiB = DEMOKRATIE IN BEWEGUNG
ELSA = Europäische Liga sozialer Angelegenheiten
LED = Liste Eltern Deutschland
POS = PROJEKT OFFENE SCHERE

Среди инициальных аббревиатур отмечена одна смешанного (буквенно-звукового) типа: *IDPD = Immigranten und Deutsche Partei Deutschlands*

1.1. Инициальные аббревиатуры, различающиеся количеством букв:

1) **аббревиатуры, состоящие из двух букв** (6 % – 6 единиц):

FM = FREIES MANDAT

BL = Bürgerlobby

DP = DEUTSCHE PARTEI

BP = Bayernpartei

DM = Deutsche Mitte

MG = Magdeburger Gartenpartei

2) **трехбуквенные аббревиатуры** (51 % – 46 единиц):

FWD = Freie Wähler Deutschland

HFP = Humanistische Friedenspartei

KPD = Kommunistische Partei Deutschlands

NPD = Nationaldemokratische Partei Deutschlands

NNP = Neue Nationale Partei

ÖDP = Ökologisch-Demokratische Partei

3) **четырехбуквенные аббревиатуры** (4 % – 4 единицы):

DGPD = Die Gerechte Partei Deutschlands

ELSA = Europäische Liga sozialer Angelegenheiten

APPD = Anarchistische Pogo-Partei Deutschlands

IDPD = Immigranten und Deutsche Partei Deutschlands

В анализируемом материале выявлена важная особенность инициальных аббревиатур – тенденция к предпочтению определенного фонетического типа, которая влияет на структуру будущей аббревиатуры и обуславливает элиминацию ее компонентов. Так, создатели аббревиатуры для партии *Partei für Nachhaltige Erneuerung in Umweltfragen, Politik und Gesellschaft* предлагают сокращение *PNE*, а не *PfNEUPuG*. Или аббревиатура *MGM* = *Menschenrechtsvereinigung zur Förderung der Grund-und Menschenrechte in Europa*, в состав которой вошли инициалы трех элементов из девяти возможных. Если допустить возможность участия всех инициальных компонентов, то краткая форма партийного имени приняла бы следующий вид – *MvzFdGMiE*. Такую аббревиатуру тяжело воспроизвести, она слишком объемна и ее, как это ни парадоксально, сложнее расшифровать. Из компонентов исходной формы опускаются, как правило, служебные слова.

Но встречаются аббревиатуры, в состав которых вошли союзы, предлоги и артикли, иногда в виде прописной буквы. Здесь также прослеживается влияние фонетического принципа и предпочтение трехкомпонентной аббревиатуры: *AfD = Alternative für Deutschland* (Альтернатива для Германии); *PdB = Partei der Bedrängten* (Партия стесненных); *PDV = Partei der Vernunft* (Партия разума); *PdW = Partei der Wähler* (Партия избирателей); *DNA = Der Neue Ansatz e.V.* (Общественная организация «Новая концепция»); *DiB = DEMOKRATIE IN BEWEGUNG* (ДЕМОКРАТИЯ В ДВИЖЕНИИ).

2. Слоговые аббревиатуры, состоящие из сочетаний начальных частей (обычно слогов) слов. Отмечены лишь 4 номинации:

BASPO = Basis-Politik-Deutschland

BüSo = Bürgerrechtsbewegung Solidarität

Die Ge De = Die Gerechten Demokraten

ÖkoLinX = Ökologische Linke

Вызывает интерес их графическое оформление: строчные буквы сочетаются с прописными, раздельное написание слогов, добавление суффикса „X“. Желание придать нетипичную графическую форму аббревиатуре может рассматриваться как стратегия индивидуализации и исключения омонимии с существующими в языке словами и аббревиатурами. Можно констатировать, что единые орфографические правила написания немецких аббревиатур политических партий еще не разработаны.

Кроме того, нами обнаружена **аббревиатура смешанного типа**, которая представляет собой сочетание разновидностей аббревиатур: *EUP = Die Europapartei* (Партия Европы). В полной форме этого сокращения, являющегося сложным словом, первый компонент сокращен по начальному слогу, а последний сокращен до начальной графемы.

Представляется целесообразным упомянуть и **частично-сокращенные аббревиатуры (неполные)**, в которых сокращению до начальной графемы подвергается только определительный компонент сложного слова или словосочетания, произносимый как инициал, а определяемый компонент

остается незатронутым. В анализируемом материале отмечена лишь одна аббревиатура такого типа: *FBI/ Freie Wähler = Freie Bürger-Initiative/ Freie Wähler* (Инициатива Свободных Граждан /Свободные избиратели).

Итак, наряду с официальными наименованиями партий учредители предлагают вторичные краткие имена, которые образуются предпочтительным способом. Рассмотрение типов сокращения показало, что аббревиация считается самым продуктивным способом сокращения длинных партийных наименований, а инициальные трехкомпонентные буквенные аббревиатуры – доминирующие.

Однако набирает популярность такой тип сокращения как синтаксическое усечение одного из компонентов номинации (четверть от всех представленных кратких форм), можно считать их современными политическими сокращениями, что подтверждается немалым количеством вторичных номинации такого типа у новых зарегистрированных партий Германии от 27.10.2020 года:

*Demokratie **DIREKT!** => DIE DIREKTE!*

*Demokratisch Liberale **LIGA** => LIGA*

***Die Grauen** - Für alle Generationen => Die Grauen*

*Europäische Partei **LIEBE** => LIEBE*

*Partei der **Humanisten** => Die Humanisten*

*Partei **Die Templer** => Die Templer*

***Volt Deutschland** => Volt и д.р. [Bundeswahlleiter].*

2.4 Партийный ренейминг

Общеизвестно, что учредители партий серьезно подходят к выбору имени своего объединения, которое надолго, если не навсегда, становится его брендом. Тем не менее возникают ситуации, когда политические силы сталкиваются с необходимостью смены наименования. Каждый случай трансформации партийного имени с позиции языка уникален и имеет свои экстралингвистические мотивы.

Самым простым, на наш взгляд, механизмом переименования можно считать добавление к существующему имени дополнения. Именно такой ренейминг провела партия *Die Violetten* (Фиолетовые). В 2019 году в устав партии было внесено дополнение к имени *für spirituelle Politik* (за духовную политику). По мнению Фиолетовых, политика и духовность не просто не противоречат друг другу, а их взаимодействие в наши дни крайне необходимо для того, чтобы просто иметь возможность продолжить наше выживание на этой планете [*Die Violetten*]. Таким образом, партия видела необходимость отразить эту неразрывную связь в номинативной части партийного бренда, о чем сообщила на своем официальном сайте.

В качестве схожей стратегии переименования можно упомянуть пример ренейминга партии *Partei für soziale Gleichheit* (Партия за социальное равенство). В феврале 2017 года на партийном съезде партии *Partei für soziale Gleichheit* (Партия за социальное равенство) единогласно было принято решение переименовать партию в *Sozialistische Gleichheitspartei, Vierte Internationale* (Партия социалистического равенства, Четвертый интернационал) и уже под новым именем принять участие в выборах в бундестаг. На своем официальном сайте партия опубликовала резолюцию из 10 пунктов, в которой подробно обосновывается смена партийного имени. В качестве основных причин ренейминга названы следующие: «Во-первых, германская секция берет то же название, что и все другие секции Международного Комитета Четвертого Интернационала, подчеркивая, таким образом, единство мировой партии социалистической революции, которая во всех странах мира борется за одни и те же международные принципы. Во-вторых, понятие «социалистический» в названии выражает основную цель партии: свергнуть капитализм и построить социалистическое общество... Социальное неравенство достигло беспрецедентного уровня во всем мире. За это время секции Международного комитета в борьбе за социальное равенство обратились к рабочему классу, в то время как «левые», «радикально левые», «новые коммунисты», «антикапиталисты», «международные социалисты», и

как они еще называются, защищают привилегии богатых... Это единственная партия, которая выступает за свержение капитализма и создание социалистического общества. Это должно найти свое безошибочное выражение в названии партии» [SPG 2017].

Здесь ренейминг представляет собой переоформление имеющегося имени с частичным сохранением первоначального, прочно закрепившегося оформления номинации. Члены партии внесли дополнение «Vierte Internationale», подчеркивающее единство Международного Комитета Четвертого Интернационала как мировой партии социалистической революции. Прежнее имя партии легко считывается в новой номинации.

Но иногда происходит кардинальная трансформация имени, когда ничто не напоминает о предыдущем наименовании. Результатом такого ренейминга стало появление партии *Glitzerkollektiv* (Блестящий коллектив). Благодаря официальным разъяснениям на сайте партии нам удалось понять, что скрывается за новым наименованием, о чем кратко упоминалось в 2.3. Образованная в 2014 году партия изначально носила имя *Plattform Brandenburg* (Бранденбургская платформа). После ренейминга журналисты не раз пытались выяснить, с чем связан такой выбор. Так, председатель партии Ян Шрекер в интервью газете *Prenzlauer Berg Nachrichten* дал свои пояснения:

Der Name wurde demokratisch gewählt Название было выбрано
und ich muss mich noch damit демократическим путем, и мне еще
anfreunden“, ... Im Gespräch sei vor нужно к нему привыкнуть. Перед
der Umbenennung auch der Name Links переименованием также обсуждался
Libertäre Partei gewesen. Nun ist es das вариант *Links Libertäre Partei*. Но
Glitzerkollektiv geworden. Das soll vor теперь это Блестящий коллектив.
allem für freie Kreativität stehen. Im Прежде всего, это должно означать
Netz ist der Name mit einem grünen свободное творчество. В Интернете
Pailletten-Vorhang illustriert [Neumann это имя иллюстрируется зеленой
2016]. занавеской с пайетками.

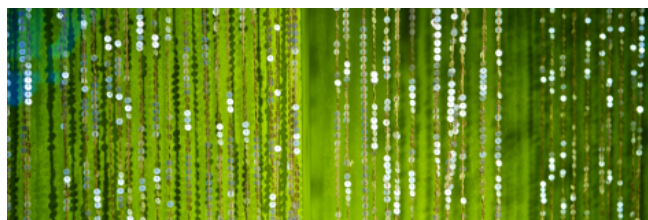


фото: THOR / CC-BY-2.0 via Wikimedia Commons

Спустя год в разговоре Эллен Вернер с руководством партии Йорг Прэйзендёрфер, ответственный за дизайн и финансовые вопросы партии, который присутствовал при выборе наименования, поделился своим восприятием нового имени:

Glitzerkollektiv – das ist doch kein Блестящий коллектив – разве это не richtiger Name für eine Partei? Das ist подходящее имя для партии? Это ein Supersname...Wir haben uns damit супер-имя... Но нам далось это schwergetan", erzählt er. Ein halbes непросто. Обсуждения длились Jahr währten die Überlegungen. 30 bis полгода. На выбор было вынесено от 40 Vorschläge standen zur 30 до 40 предложений. «Блестки» Debatte..."Glitzer" steht für einen означают оптимистический взгляд "optimistischen Blick auf die Welt und на мир и его многоаспектность. ihren Facettenreichtum [Werner 2017].

А председатель партии Ян Шрекер подчеркнул, что времена, когда имя должно было указывать на политическое направление партии, прошли (*Ohnehin seien die Zeiten vorbei, in denen ein Name die politische Richtung anzeigt*) [Werner 2017].

Таким образом, стремление соответствовать времени подтолкнуло политиков на проведения ренейминга, который как минимум вызвал широкий интерес в медиа.

Однако ренейминг также может быть вынужденной мерой, при которой трансформации подвергаются и вторичные номинации. Так, *Allianz Deutscher Demokraten* (Альянс немецких демократов) согласно решению суда, о чем упоминалось ранее в 2.1, вынужден был переименовать краткую форму имени. Представители партии выразили недовольство судебным решением:

Dies ist für die Partei mit erheblichen Kosten und organisatorischen Aufwänden verbunden. Der Schatzmeister Halil Ertem kommentierte den Fall nüchtern mit „ein weiterer Tiefpunkt der Diffamierungskampagne gegen unsere Partei. Den Demokratietest Deutschland vorläufig nicht bestanden [AD-Demokraten]. Это потребует значительных финансовых затрат и организационной работы партии. Казначей Халил Эртем трезво прокомментировал эту ситуацию, назвав ее «еще одним провалом в систематической кампании по клевете против нашей партии. Германия временно провалила тест на демократию.

После проигранной судебной тяжбы с AfD (АдГ) из-за аббревиатуры ADD, партия сменила ее на имя AD-Demokraten. [Bundeszentrale für politische Ausbildung].

Таким образом, рассмотрение различных стратегий переименования германских партий показало, что ренейминг может быть как партийной инициативой, так и вынужденной мерой по решению суда при возникновении так называемых *Namenkonflikte* (конфликтов из-за имени).

В первом случае трансформацию имени с полным или частичным сохранением компонентов предыдущего наименования можно считать наиболее успешной в политической коммуникации, так как новое прозрачное имя не заставит адресата сомневаться в том, о какой партии идет речь. Кроме того, представители политических сил дают подробное обоснование модификации имени партии на своих официальных цифровых площадках, что может свидетельствовать о серьезном подходе к выбору наименования партии, четком понимании целей и задач, которые стоят перед партийным движением, и представлению ценностей партии через номинативную часть политического бренда, что может вызывать доверие у целевой аудитории и не вызывать дополнительных вопросов.

При вынужденном ренейминге партии стараются всеми силами отстоять свое имя, учитывая все риски и затраты, связанные с переименованием.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 2

Итак, рассмотрение германских политонимов как полноценной ономастической системы показало, что имена партий прежде всего подчиняются Закону о партиях ФРГ, требования которого достаточно либеральны в отношении выбора партийной номинации. Его отличительной характеристикой можно считать отсутствие запрета на указания в названии территориальной, профессиональной, расовой и религиозной принадлежности.

Большинство наименований политических партий Германии представляют собой реально-мотивированные политонимы, полно описывающие направление деятельности партии. Символические наименования составляют около 30 % наименований, символику которых не всегда удастся правильно расшифровать, однако в большинстве случаев представители партий дают пояснения относительно выбора партийного наименования. Важной особенностью германских политонимов можно считать имплицитное обозначение типа объединения, что говорит о распространении тенденции лозунговости таких номинаций.

Выражением некоторой специфики можно считать большое разнообразие терминов, что связано с отсутствием обязательного требования на указание правовой формы партий согласно законодательству о партиях. Но из всего перечня терминов, характеризующих партии как объединения людей, самым частотным является слово *Partei*, что, возможно, вызвано желанием учредителей подчеркнуть официальный и значительный статус организации в отличие от слов «союз», «движение» и др.

Кроме того, для германских политонимов характерно наличие вторичной номинации – краткой формы официального наименования. Самым продуктивным способом сокращения длинных партийных имен является аббревиация, а инициальные трехкомпонентные буквенные аббревиатуры – доминирующие. Популярность набирает такой тип сокращения как

синтаксические усечения. Усеченные наименования можно считать современными политическими сокращениями, которые не обладают свойством нейтральности.

Что же касается ренейминга политических объединений, то нами выделена два типа переименования: инициированный партией и вынужденный. Традиционный ренейминг может представлять собой как добавление уточняющих характеристик к устоявшемуся партийному бренду, так и кардинальную трансформацию имени, при которой отсутствует явный след прецедентного имени в новом бренде. Однако в последнем случае подробное обоснование выбора нового имени представителями партии и интерес медиа к номинации могут повысить рейтинг партии и стать ключевым содействующим фактором на пути приживаемости нового номинативного бренда. Что касается вынужденного ренейминга, то обычно политики до последнего стараются отстоять в суде право использования партийного имени, осознавая, что такой ренейминг может не только негативно сказаться на имидже партии, но и требует больших финансовых и временных затрат.

ГЛАВА 3. ГЕРМАНСКИЕ ПОЛИТОНИМЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

3.1 Политонимы как инструмент имиджевой политики

Как было отмечено в 1.2, одной из функций, выполняемых политонимами в политической коммуникации является имиджевая, направленная на создание и продвижение эффективного политического бренда. Наименование партии, являясь номинативной составляющей партийного бренда, передает ценности политического объединения и может использоваться как инструмент привлечения избирателей и манипулирования ими. Так, символические названия партий *Demokratischer Frühling* (Демократическая весна), *Die Einheit* (Единство), *Freie Union* (Свободный союз), *Glitzerkollektiv* (Блестящий коллектив) и др., проанализированные в 2.2.2, способствуют формированию определенных ассоциаций, эмоциональной связи между образом партии и электоратом, что благоприятно сказывается и на имидже политического объединения.

В результате рассмотрения факторов эффективности политической коммуникации в 1.2 возникает возможность утверждать, что партийное наименование выступает как важный инструмент формирования успешных политико-коммуникационных отношений между коммуникантами. Одним из основных факторов, влияющим на формирование эффективной политической коммуникации посредством имени, считается *соответствие названия партии ее реальной деятельности и политической практике*, что в первую очередь

отвечает требованиям Закона о партиях ФРГ, подробно изложенных в 2.1. Так, если представители партии именуют свое объединение *Feministische Partei DIE FRAUEN* (Феминистская партия ЖЕНЩИНЫ), то у электората нет необходимости обращаться к официальной программе партии для ознакомления с ее целями и задачами: очевидно, что партия ставит во главе своей политической деятельности отстаивание интересов женщин. Если политическая сила будет четко следовать отраженному в имени курсу, и ее действия будут приводить к ожидаемым политическим последствиям, то политическая коммуникация посредством партийного наименования признается удачной.

Отметим, что фактов, указывающих на «разночтения» имени этой партии ее практике, нами не выявлено, чего нельзя сказать о таких партиях как *Christlich Demokratische Union Deutschlands, CDU* (Христианско-демократический союз Германии, ХДС) и *BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN* (Союз 90 / Зеленые). Такие факты описаны в 2.1, напомним лишь, что партия Зеленых неоднократно подвергалась критике со стороны медиа и граждан Германии из-за нежелания вмешиваться в экологические скандалы.

Что касается Христианско-демократического союза Германии / ХДС, то в связи с обсуждаемым вопросом оказывается интересной статья Штефана Рохова „Alternative für Christen?“ (Альтернатива для христиан?), в которой отмечается, что у христиан перед выборами в Германии регулярно возникает вопрос, какой политической силе отдать свой голос. На протяжении многих лет для них было само собой разумеющимся проголосовать за *CDU (Christlich Demokratische Union Deutschlands / Христианско-демократический союз Германии / ХДС)*, но все изменилось после избрания Ангелы Меркель канцлером ФРГ:

Immer mehr Christen hadern mit der Все больше и больше христиан *Partei der Bundeskanzlerin, die zwar* враждуют с партией канцлера, *immer noch das „C“ im Namen trägt,* названии которой до сих пор

der aber nicht wenige Gläubige присутствует буква «С», но *vorwerfen, längst nicht mehr* которую немалое количество *christliche Werte in ihrem Parteialltag* верующих обвиняет в том, что они *ernst zu nehmen. Der kürzlich* больше не воспринимают *verstorbene langjährige Kölner* христианские ценности всерьёз в *Erzbischof, Kardinal Joachim Meisner,* своей повседневной партийной *hatte schon 2002 der CDU empfohlen,* жизни. Недавно скончавшийся *das „C“ aus dem Namen zu streichen.* кёльнский архиепископ, кардинал *Der Kardinal warf den* Иоахим Мейснер ещё в 2002 году *Christdemokraten damals vor,* die рекомендовал CDU убрать букву *Partei würde das „christliche Ehe- und* «С» из имени. Он обвинял *Familienbild demontieren* [Stefan христианских демократов в *Rochow 23.08.2017].* «разрушении христианских представлений о браке и семье.

На подобное обесценивание понятия «христианский» в имени ХДС, указывают и другие политические силы. Так, на сайте партии *Glitzerkollektiv* указано, что современные партии, носящие это слово в своем наименовании, не воздают им должного, вследствие чего оно превратилось в пустое имя [Glitzerkollektiv].

Особого внимания заслуживает партия *Piratenpartei Deutschland* (Партии Пиратов Германии). Журналист Вольфганг Михаль высказался о ее имени в статье [Wolfgang Michal 10.05.2010], указав на то, что номинативная часть ее бренда вызывает негативные ассоциации и насмешку аудитории. Он подчеркивает, что Партия Пиратов либеральна, ставит перед собой весьма благородные цели: содействие свободному распространению знаний, реформа законов об авторском праве, борьба за сохранение гражданских прав и свобод в Интернете. Он указывает на то, что сегодняшние «пираты» не являются потомками Клауса Стертебекера, они не пираты морей и не «преступники», а защитники индивидуальных свобод, выступающие за информационную

свободу и защиту при неправомерном использовании данных. На взгляд автора статьи, такое экзотическое имя вызывает лишь любопытство у электората. Отмечается также, что эта политическая сила является седьмой по величине партией ФРГ, и, по мнению журналиста, остро нуждается в новом имени, соответствующем ее идеологии и реальной политической деятельности. И если пираты, или, правильнее сказать, **Цифровые демократы** не проведут ренейминг, то, на взгляд автора статьи, они пойдут ко дну вместе с компьютерной мышкой в мертвом море «старых партий».

Здесь важно обратиться к происхождению термина «пиратство» в отношении нарушения авторских прав. Впервые понятие в своём новом значении упоминается еще в 1603 году, при этом активное употребление данного термина едва насчитывает 100 лет. Однако в последние 20 лет вместе с расцветом компьютерных технологий и общедоступностью интернета использование понятия цифрового пиратства достигло своего пика. Термин возник, вероятно, по сходству с преступной деятельностью морских пиратов, включающей грабежи, разбой и похищение. Необходимо учесть тот факт, что в политической картине мира пиратские партии приобрели большую популярность [Актуальные комментарии 2017].

Иную точку зрения на имя Партии Пиратов высказывает Кристоф Роттвильм, журналист экономического журнала Manager Magazin. На его взгляд, используя в своем партийном имени понятие с негативной коннотацией, пиратские партии меняют отрицательную оценку понятия на положительную, ведь они выступают за реформы в области интеллектуальной собственности, свободный некоммерческий обмен информацией и недопустимость его преследования по закону, а также за неприкосновенность частной жизни. Политические объединения, именуя себя «пиратами», подчеркивают, что они честны перед электоратом. Пиратские партии признают, что, создав платформу для нелегального обмена цифровыми материалами и поддерживая такую политику их нелегитимного распространения, они нарушают закон, но при этом для многих они все же преследуют благородные

цели. По мнению К. Роттвильма, именно эта откровенность принесла популярность и колоссальную поддержку пиратскому политическому движению во многих странах [Rottwilmn 18.05.2012].

Как показал пример с партией Пиратов Германии, партийное имя у одной части аудитории вызывает негативные эмоции, другая же часть аудитории благодаря правдивому имени видит в партии объединение с честной по отношению к избирателю политической позицией, готовое изменить отношение электората к цифровому пиратству в положительную сторону.

Таким образом, степень эффективности политической коммуникации во многом зависит от того, насколько адекватно имя партии отражает ее концепцию и реальную деятельность. Очевидно, что, если имя справляется с «возложенной на него задачей», то оно может быть признано эффективным инструментом политической коммуникации.

В работе [Цуциева 2012] подчеркивается, что в значительной мере политическая коммуникация осуществляется через язык, который помогает политике войти в личностную сферу адресата посредством простых и более сложных приёмов манипуляции, одним из которых является метафора. Отмечается, что ее использование нередко оказывается для политического лидера удачным способом «выразить многое, сказав немного», тонко влиять на настроения в обществе, представлять обществу новые идеи и одновременно вызывать интерес к своим выражениям [Будаев 2018]. Так, учредителями партий ФРГ активно используются метафорические образы в названиях политических объединений, рассмотренные в 2.2.2. При этом картина партийной жизни Германии представлена метафорическими названиями партий с более оптимистическими образами (*bergpartei* / партия горы, *Demokratischer Frühling* / Демократическая весна, *DEMOKRATIE IN BEWEGUNG* / ДЕМОКРАТИЯ В ДВИЖЕНИИ и др.), чем, например, современная политическая речь, в которой преобладают метафорические единицы с семантикой тревожности, агрессии и опасности.

Однако, как было показано в 1.2 и 2.4, имя не всегда оказывается эффективным инструментом. Популярной формой повышения эффективности коммуникации и формой восстановления положительно имиджа считают замену имени на новое, что является, как правило, частью нового курса партии, направленного на расширение электората. При этом для реализации этого шага сегодня используется, как правило, цифровое медиапространство, которое предлагает дополнительные возможности для партий в проведении ренейминга: от презентации нового утвержденного имени или его варианта целевой аудитории до сбора подходящих наименований для политической силы с последующим рассмотрением представителями партий.

Уже упомянутая нами партия *Piratenpartei Deutschland* для презентации своего потенциального имени выбрала цифровую среду, а именно свой Дискуссионный форум. В октябре 2018 году партия обратилась к онлайн-аудитории, чтобы узнать мнение потенциального электората о возможной смене имени партии на *Piratenpartei Europa Nationalverband Deutschland* (Партия пиратов Европы Национальный союз Германии) [Forum Piratenpartei 2018]. Обращаясь к аудитории, члены партии подчеркнули, что смена имени – «лишь мимолетная мысль» (*Einfach nur ein flüchtiger Gedanke gewesen*), однако она не раз уже обсуждалась в кругу партии, ведь новое наименование подчеркнет европейское единство пиратского движения (*Einfach nur ein flüchtiger Gedanke gewesen. Wurde schon mal darüber diskutiert, ob eine Umbenennung von “Piratenpartei Deutschland” in “Piratenpartei Europa Nationalverband Deutschland” sinnvoll wäre? Es würde auf dem Wahlzettel herausstechen und unsere europäische Zusammenarbeit betonen*) [Forum Piratenpartei 2018]. Пост набрал 13 развернутых комментариев и 337 просмотров. При этом читатели вступали в оживленные дискуссии друг с другом относительно ренейминга и подробно обосновывали свои мнения. Важно упомянуть некоторые из них:

Wie wäre es mit “Piraten Europa” *Как насчет «Пираты Европы»?!* И

*bzw. Wer hat entschieden, dass der **Parteibegriff** mit in den Namen muss? Die Grünen labeln sich z.B. auch nicht mit dem Begriff der "Partei", genauso die Linken. Sind lange Namen, welche sich nur mit Akronym einigermaßen gut anhören nicht **out**?*

Mein Verständnis:

Out: FDP, SPD, CSU, AfD

In: Die Linke, Bündnis 90/die Grünen, Die Piraten, Die PARTEI.

Mercedes, Apple, Linux oder Tesla hören sich auch besser an als IBM, BMW oder VW.

Der Vorteil, von kurzen und prägnanten Namen im Gegensatz zu Akronymen ist, dass die sofort mit etwas assoziiert werden:

Wenn die Grünen nicht mit einer Partei assoziiert werden, so dann doch mit der Farbe Grün.

Wenn die Linke nicht mit einer Partei

*кто решил, что слово **Партия** обязательно должно входить в название?! Зеленые обходятся как-то без него, как, впрочем, и Левые. Разве есть такие длинные имена партий, которые хорошо звучат лишь как аббревиатуры?*

Мое мнение:

Нет: FDP (СвДП), SPD (СДПГ), CSU (ХСС), AfD (АдГ),

Да: Die Linke (Левые), Bündnis 90/die Grünen (Союз 90/Зеленые), Die Piraten (Пираты), Die PARTEI (ПАРТИЯ).

Названия Mercedes, Apple, Linux или Tesla звучат лучше, чем IBM, BMW или VW.

Преимущество полных имен от аббревиатурных в том, что они сразу вызывают определенные ассоциации:

Если Зеленые ассоциируются не с партией, тогда хотя бы с зеленым цветом.

Если Левые ассоциируются не с партией, тогда хотя бы с направлением в левую сторону.

Если Apple ассоциируются не с высокотехнологичной компанией,

assoziiert wird, so dann doch mit der Richtung links.

Wenn Apple nicht mit dem High-Tec-Unternehmen assoziiert wird, so dann doch mit dem (angebissenen) Apfel oder dem Obst.

Wenn Tesla nicht mit dem Autohersteller assoziiert wird, so dann vielleicht doch mit dem Erfinder des Wechselstroms.

Wenn die Piraten nicht mit der Partei assoziiert wird, so dann doch mit den berüchtigten Freibeutern.

Zudem könnte man sich überlegen im Europawahlkampf einländerübergreifendes, einheitliches Logo der Piraten zu entwerfen (das ist schon der Fall ...) und unter dem Namen "Pirata" oder "Pirat Party" anzutreten, so heißen die Piraten in Tschechien, Italien und Spanien und der Name beinhaltet somit andere europäische Sprachen.

Bitte nicht "Nationalverband"! Regionalverband würde mir gefallen.

Ich plädiere für überhaupt keinen

тогда хотя бы с (надкушенным) яблоком или фруктом.

Если Tesla ассоциируются не с автопроизводителем, тогда, возможно, с открывателем переменного тока.

Если пираты ассоциируются не с партией, то хотя бы с пресловутыми каперами.

Кроме того, можно подумать о разработке единого логотипа пиратского движения для участия в европейской избирательной компании и участвовать в выборах под именем „Pirata" или „Pirat Party", так называются Пираты в Чехии, Италии и Испании, тем самым партийное имя будет включать в себя другие европейские языки.

Пожалуйста, только не «Национальный союз»! Мне бы понравилось больше «Региональный Союз.

Я вообще не сторонник каких-либо

Zusatz, denn die Piraten sind eine internationale Bewegung, welche sogar über Europa hinausreicht.

"Die Piraten", das reicht. Weniger ist mehr.

дополнений, потому что Пираты – это международное движение, которое выходит за пределы Европы. Достаточно слова «Пираты», чем меньше, тем лучше.

Ich vermute mal, dir gefällt das Wort "National" nicht, aufgrund der negativen Besetzung durch rechts-konservative und rechts-extreme Kräfte. Mein Gedanke dazu ist, dass die Begrifflichkeit "Regional" für eine weitaus niedrigere europäische Verwaltungsebene steht (Kreis- und Regionalverbände), während hingegen "Nationalverband" für die einzelnen Mitgliedsstaaten Europas steht... Falls ich deinen Satz falsch verstanden habe, oder du es gänzlich anders siehst, klär mich bitte auf.

Полагаю, тебе не нравится слово «национальный» из-за негативного влияния правых консерваторов и правых экстремистов. Я считаю, что термин «региональный» означает гораздо более низкий европейский административный уровень (районные и региональные ассоциации), в то время как «национальная ассоциация» означает отдельное европейское государство... Если я неправильно понял твоё предложение или ты видишь его совершенно по-другому, разъясни.

Ja, denn Verbände sind im Cyberspace überflüssig. Das Internet kennt keine Orts-/Regional-/Landes-/Bundes-/Kontinentalgrenzen. Projektgruppen oder Foren reichen völlig aus.

Союзы в киберпространстве абсолютны излишни. Интернет не знает местных / региональных / земельных / федеральных / континентальных границ. Проектных групп или форумов вполне достаточно. Кроме того, у

Zudem reagiere ich extrem allergisch auf irgendeinen Begriff der “National” beinhaltet.

Absolut unzeitgemäß und ein Begriff der Ewiggestrigen. “German Speaking Part of Pirat Party” bzw. “Die Piraten, dt.Version” würde ich noch zähneknirschend akzeptieren.

Solange es den Nationalstaat gibt, kann man den ruhig im Namen ansprechen. Wenn es dann irgendwann mal keine Nationalstaaten mehr geben sollte, kann man die Partei in Regionalverband umbenennen. Aber allgemein finde ich die Idee nicht sehr zielführend.

im Namen sollte das Zukünftige eine Rolle spielen, und nicht auf Vergangenes verwiesen werden.

Der Namen einer Partei ist deren Aushängeschild [Forum Piratenpartei 2018].

меня аллергия на любое понятие, которое включает в себя слово «национальный».

Абсолютно устарело. Скрежеща зубами, я бы рассмотрел такие имена как “German Speaking Part of Pirat Party” (Немецкоязычная часть Пиратской партии) или “Die Piraten, dt.Version” (Пираты, немецкая версия).

Пока существует национальное государство, то можно спокойно это отражать в имени. Если в какой-то момент больше не будет национальных государств, партия может быть переименована в региональную ассоциацию. Но в целом я не считаю эту идею очень целесообразной.

В имени должно отражаться будущее, а не прошлое.

Приведенные ответы пользователей форума показывают, что подобную интеграцию мнений потенциальных избирателей в цифровом пространстве, за которой стоит их активная дискуссия в выборе партийного имени, можно

считать особым приемом реализации сотрудничества между представителями власти и простыми гражданами в поисках *эффективности политонима*.

Цифровое пространство отлично подходит для сбора мнений и анализа результатов опроса относительно слабых и сильных сторон бренда. Можно считать, что партии Пиратов Германии удалось выйти на новый уровень *взаимодействия* с электоратом благодаря форуму, что может благоприятно сказаться на ее имидже, и как показал опрос, изменение наименования с добавлением архаичного компонента, которое влечет за собой удлинение имени партии и соответственно его превращение в аббревиатуру, не было поддержано аудиторией. Подобный совместный поиск нового имени для партии становится возможностью наладить эффективную политическую коммуникацию.

Итак, нами выяснено, что в целях осуществления эффективной политической коммуникации большое внимание уделяется номинативной части бренда политической партии. Любые несоответствия становятся фактором снижения ее эффективности и сразу же подвергаются критике со стороны медиа, партий-конкурентов и электората.

С помощью метафорических партийных имен с позитивными образами учредителям партий удастся вызвать положительные эмоции и стойкие ассоциации у электората, тем самым достигается важный коммуникативный эффект воздействия.

Наряду с указанными факторами, популярной формой повышения эффективности политической коммуникации считают переименование партий, которое проводится преимущественно в цифровой среде с дополнительными возможностями. Ренейминг в виртуальном пространстве можно считать мерой, предпринимаемой политиками в ответ на запрос современной интернет-аудитории, желающей получать информацию из первых уст через виртуальные источники и принимать участие в развлекательной политической игре выбора партийного имени. Однако, как было отмечено в 1.2, смена имени не всегда успешное мероприятие. Цифровая коммуникация также может и нанести вред

политическому бренду, ведь в цифровом германском медиапространстве набирает популярность электоральный ренейминг, вследствие которого появляются прозвищные наименования политических партий, подробно это явление рассматривается в следующем разделе настоящей главы.

3.2 Неофициальные политонимы как инструмент электорального ренейминга

Как было указано в 1.2, цифровое пространство стало площадкой для дискуссий вокруг имен партий, которая позволяет установить двухстороннюю связь между участниками политической коммуникации. Результатом диалога становится электоральный ренейминг, способствующий распространению прозвищных наименований партий в широких массах.

Так, наряду с официальными наименованиями партий нами отмечен большой пласт неофициальных (прозвищных) номинаций, популярность которых связана с переходом традиционных медиаресурсов на онлайн-платформы, в которых активно обсуждается не только деятельность политических партий Германии, но и особое внимание уделяется номинативной стороне политического бренда, при этом номинаторами уже выступают не официальные представители партии, а медиа и аудитория. Неофициальный и искусственный характер их создания раскрывает важные для нашего исследования особенности ономастической природы таких единиц.

Самая «популярная» партия Германии *Christlich Demokratische Union* (Христианско-Демократический союз Германии, ХДС) получила неофициальное имя *Die Mutti-Partei* (*Mutti – мамочка*). Изначально прозвище «мамочка» относилось к канцлеру Германии Ангеле Меркель, которая занимала пост председателя ХДС с апреля 2000 по декабрь 2018 года. В 2008 году

бывший федеральный министр экономики Майкл Глос назвал Ангелу Меркель *Mutti*. Как было отмечено в журнале „Spiegel“, она на самом деле относилась к Глосу «с особой материнской нежностью» [Raether 12.03.2017].



<https://sz-magazin.sueddeutsche.de/frauen/die-mutti-aller-schlachten-83392>

Фото: Till Raether

Но самое примечательное, что это прозвище прочно закрепилось за ней и дало толчок к появлению прозвищного наименования для ее партии. Тиль Раетхер в своей статье *Die Mutti aller Schlachten* (Мамочка всех сражений) рассуждает о трансформациях образа «мамочки» Ангелы Меркель и его перевоплощении в привлекательный бренд. «Первый предполагаемый эффект от такого прозвища: любой, кто называет преуспевающего политика «мамочкой», подчеркивает ее авторитарную власть, которой, между тем, он наделяет женщину. Однако, когда взрослый называет подобным образом взрослого, это воспринимается унизительно и отчужденно. Несогласные с политическими взглядами федерального канцлера в отношении беженцев правые экстремисты и правые популисты стали активно использовать лозунги *Mutti muss weg* (Мамочка должна уйти), *Mutti Multikulti* (Мутти мультикульти), *Mutter Terroresia* (Мать Террорезия) [Raether 12.03.2017]. В работе [Едличко 2016] детально анализируются эти номинации. Исследователь указывает на то, что имя канцлера ФРГ одно из самых частотных по употреблению в протестном политическом дискурсе для выражения насмешек и / или обвинений в нежелательных или опасных для немецкого общества поступках.

Любопытно, что прозвища *Mutti Multikulti* (Мутти мультикульти), *Mutter Terroresia* (Мать Террорезия) подкрепляются постерами, которые значительно усиливают эффект вербальных символов.

Так, на постере с надписью *Mutti Multikulti* канцлер ФРГ изображена в хиджабе на черном фоне перед зданием, сочетающим элементы западной архитектуры и мечети.



фото: <https://www.facebook.com/466976803342613/photos/a.466978500009110/1064286336944987/?type=3&theater>

Постер сопровождается подписью: *Mutti Multikulti. Merkels Migrationspolitik*. Как отмечается в работе [Едличко 2015: 88], «взаимодействие речевых средств и невербальных знаков способствует как формированию идеи высмеивания, иронии и неприятия действующего канцлера и проводимых ею реформ, так и установке на создание и подкрепление негативного религиозного стереотипа, отрицание мусульманства». Это отношение вырабатывается благодаря ироничному использованию диминутива *Mutti*, антропонима *Merkel* и усечения *Multikulti*, образованного от композита *Multikulturalismus*. Дополнительным средством выразительности служит аллитерация: *Mutti Multikulti. Merkels Migrationspolitik*.

Другим ответом германского общества на миграционную политику канцлера стало изображение Меркель в образе строгой монахини с надписью *Mutter Terroresia*. Неологизм *Terroresia* представляет собой гибрид слов *Terror* (террор) + *Teresia* (Тереза) и



несет в себе значение «быть Матерью Терезой по отношению к террору».

Таким образом, зачастую прозвищные номинации сопровождаются насмешливыми постерами, усиливающими производимый уничижительно-иронический эффект посредством сочетаемости невербальных и вербальных символов, что будет продемонстрировано нами далее в отношении прозвищных имен партий Германии.

фото:
<https://imgur.com/gallery/gXRSoNp?nc=1>

Однако несмотря на широко распространяемую негативную коннотацию образа *Мамочки*, на взгляд Тиля Раэтхера, прозвище «Мутти» больше помогало Ангеле Меркель в ее политической карьере, чем мешало. Потому что все аспекты метафоры «мамочка» скрывали ее слабые стороны. «Благодаря материнской бережливости швабской домохозяйки, которая не может потратить больше, чем у нее есть в кошельке, она могла быть оправдана за сокращение социальных выплат. Если «мамочка» призывала своих мальчиков к порядку, то их политические противники автоматически ниспадали до уровня подростков. И наконец, после федеральных выборов в 2013 году ее образ трансформировался в образ «матери-лидера нации» [Raether 12.03.2017]. Как показано в [Тамерьян, Цаголова 2018: 71], положительный образ матери сложился на базе образно-метафорической и образно-прецедентной составляющих. Он навеян материнской заботой о министрах своего кабинета, о немецкой нации, о странах ЕС, а также деятельностью канцлера в решении вопросов миграционной политики. Прилагательное *schwäbisch* — «швабская» является ключевым, так как о бережливости и скупости швабов существует множество анекдотов.

Таким образом, попытки политических противников сместить оценочный вектор прозвищного наименования в негативную сторону терпели неудачу, так как слово «Mutti», как правило, в большинстве случаев толкуется положительно, даже если кто-то пытается использовать это слово в негативном контексте.

Другим ярким примером прозвищного наименования может послужить имя *Die Nazi-Partei*

(Нацистская партия) для партии *Alternative für Deutschland* (Альтернатива для Германии, АдГ). В 2017 году в журнале Taz публикуется статья «*Soll man sie eine Nazipartei nennen?*» (Стоит ли называть ее Нацистской партией?), в которой поднимаются вопрос, заслужила ли партия АдГ за ультраправые политические высказывания ее представителей такого наименования, и насколько такое неофициальное имя может навредить политическому имиджу партии [Roth 2017]. Под статьей развернулась оживленная дискуссия среди читателей (88 комментариев). Отдельного внимания, на наш взгляд, заслуживают мнения аудитории о этой партии и ее имени, которые мы даем в переводе на русский язык:

«Вещи следует называть своими именами. АдГ – нацистская партия»;

«Если ультраправых сразу называть нацистской партией, то левых в Бундестаге тогда стоит переименовать в *Штази* – партию (**Stasi* или *Staatssicherheitsdienst der DDR* – комитет государственной безопасности в ГДР);

«АдГ сама ХОЧЕТ, чтобы ее называли нацистской партией. Все эти волнения в обществе по поводу расистских высказываний были изначально спланированы как провокация...»;

«Я бы назвал АдГ нацистской партией.»;



«Возможно, правильнее ее стоило бы назвать Неонацистской партией. Они скорее наследники нацистской идеологии» [Roth 2017].

Большая часть аудитории высказывалась за то, что *АдГ* больше подойдут следующие имена: *Neo-Nazi-Partei* (Неонацистская партия), *Nationalkapitalistische Wirtschaftspartei* (Национал-капиталистическая экономическая партия), *Faschisten-partei* (Фашистская партия) или *Rassisten-Partei* (Расистская партия). Важно отметить, что после многочисленных антисемитских заявлений *АдГ* неофициальное имя *Nazipartei* прочно закрепилось за партией в медиапространстве.

Позднее «Шарлотта Кноблах, президент еврейской общины в Мюнхене и Верхней Баварии, назвала *АдГ* нацистской партией, так как девиз ее новой партийной программы можно кратко сформулировать как «Евреи, прочь из Германии» [Berliner Morgenpost 07.10.2018]. А в апреле 2019 года в интервью газете WELT социал-демократ Зёнке Рикс публично назвала *АдГ* «Нацистской партией», сравнив ее политиков с социал-националистами. По мнению З. Рикс, такое имя как нельзя лучше подходит для партии, которая с трибуны открыто говорит об «утилизации людей» [Tangermann 04.04.2019].

Примечателен другой пример, когда прозвищное имя *Die Alt-Partei* (*alt - старый*) партия BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN (СОЮЗ 90 / ЗЕЛЕННЫЕ) получила за архаичную приставку «Союз 90». Так, заместитель руководителя ХДС Томас Штробль призвал Зеленых исключить из названия партии приставку «Союз 90». На его взгляд, такое дополнение устарело. «При такой легкой трансформации бренда партия «Зеленых» была бы легко узнаваемой» [Gaugele, Kade 25.10.2014]. Однако председатель партии Зеленых отклонил это требование, подчеркнув, что, называя себя BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN, партия поддерживает политическое наследие ГДР. Таким образом, этот политоним выполняет меморативную функцию. Имя партии становится хранителем памяти как в масштабах исторического наследия страны, так и отдельного политического объединения. Партия СОЮЗ 90 / ЗЕЛЕННЫЕ возникла в результате объединения Партии Зеленых и восточногерманской

партии Союз 90. В 1993 году партия Зеленых вышла из парламента и, стремясь заполучить поддержку в восточногерманских землях, объединилась с местным Союзом 90 в единую партию, получившую название СОЮЗ 90/ЗЕЛЕННЫЕ [Gaugele, Kade 25.10.2014].

В работе [Ильясов 2000: 152] различаются положительные и отрицательные прозвищные наименования, которые даются по разным основаниям и с разными целями. Позитивные цели – «приподнять», возвысить политика, уменьшить социальную дистанцию между ним и определённой социальной группой, как описано в примере с ХДС. Негативные цели – очернить образ соперника, увеличить социальную дистанцию между ним и «народной массой», случай с партией АдГ демонстрирует реализацию негативной цели переименования.

Что касается структуры упомянутых прозвищных номинаций (*Alt-Partei*, *Nazi-Partei*, *Neo-Nazi-Partei*, *Mutti-Partei*), то они демонстрируют схожую ономастическую модель построения. Имена состоят из двух основных элементов: термина (указание на организационно-правовую форму политического объединения) и оценочного компонента. Термин во всех примерах представлен лексемой «партия». Тогда как анализ терминологической составляющей официальных партийных наименований современной Германии показал, что германские политонимы располагают терминологическим словарем из почти полутора десятков единиц, представленном в 2.2.1. На наш взгляд, благодаря такой незамысловатой структуре и экспрессивности прозвищных номинаций они легко запоминаются, способны продолжительное время храниться в памяти и вызывать стойкие ассоциации и стереотипы, связанные с объектом оценки. Очевидно, что такие лексические единицы обладают высокими аксиологическими возможностями, а также формируют общественное мнение относительно проблем и слабых сторон партии.

Более разнообразную ономастическую структуру демонстрируют прозвищные наименования для партии *Freie Demokratische Partei*, *FDP*

(Свободная демократическая партия, СвДП): *Die Bedeutungslosen* (Ничего не значащие), *Unter-Fünf-Prozent-Partei* (Партия-ниже-пяти-процентов), *Die Unklaren* (Непонятные), *Die Überflüssigen* (Ненужные).

Важно упомянуть, что послужило поводом для появления номинаций такого типа. В интервью газете *Rheinischen Post* Мари-Агнес Штрак-Циммерман, заместитель председателя партии, заявила, что «у либералов на данный момент большая проблема с партией как брендом, и они воспринимаются не лучшим образом. Если СвДП хочет вновь добиться успеха, она должна заняться социально-политическими вопросами и побуждать к дискуссии» [Т-Online 28.06.2014]. Стратегию успеха партии в будущем Мари-Агнес Штрак-Циммерман связывала с ребрендингом, что подразумевало, на ее взгляд, обязательное переименование партии. Еще в 2011 году заместитель председателя СвДП, Вольфган Кубики, после избирательной катастрофы либералов на выборах в парламент Мекленбург-Передняя Померания был убежден в том, что у партии есть проблемы именно с брендом. «Потому что, как бренд, партия СвДП «бойкотирована», и это мнение граждан» [Т-Online 28.06.2014]. Однако Лидер партии Кристиан Линднер скептически отнесся к «маркетинговым» планам и вместо этого призвал к политическим обсуждениям [Т-Online 28.06.2014].

Намерение трансформации старого бренда СвДП не осталось без внимания медиа с электоратом, которые предложили со своей стороны насмешливые варианты нового партийного имени. Так, в комментариях к статьям на сайтах онлайн-изданий, а также в социальных сетях большая часть читателей скептически отнеслась к возможному переименованию СвДП. Высказывались мнения, что новое имя не станет залогом успеха партии на выборах, и оно не сможет изменить положение дел в лучшую сторону. Другая часть аудитории восприняла новость о возможном переименовании СвДП с насмешкой и предложила свои варианты подходящих для партии имен.

А издание „ZDF heute“ в своем официальном аккаунте на Facebook выступило в качестве инициатора ренейминга от противника и призвало

читателей предложить свои варианты имен для СвДП [ZDF heute 28.06.2014]. Опрос набрал 53 варианта прозвищ, через которые граждане Германии высказали свои оценки членам партии и ее деятельности. Следует отметить, что в некоторых случаях перевод прозвищных номинаций на русский язык сознательно значительно «смягчен». В оригинале они звучат более остро, использование инвективной лексики, максимально приближенной к оригиналу, было бы неприемлемо для научного дискурса. Итак, ниже представлен список предложенных аудиторией имен:

FDP, Fast Drei Prozent / Почти три процента
FZP, Fast Zwei Prozent / Почти два процента
FIW, Fähnchen Im Wind / Флажок на ветру
WLP, Wirtschaft Lobbyisten Partei / Партия экономики лоббистов
UFP, Unter fünf Prozent / Ниже пяти процентов
VPP, Die VollPfofenPartei / Партия недоумков
WD, die Wimpel Deutschlands / Вымпелы Германии
PdH, Partei der Hoteliers / Партия владельцев гостиниц
ELP, Ehemalige liberale Partei / Бывшая либеральная партия
PUD, Politisches Unkraut Deutschland / Политический сорняк Германии
Die Leichtmatrosen / Матросы второго класса
MPD, Mövenpick Partei Deutschlands / Партия Германии Mövenpick (*Mövenpick – швейцарская гостиничная компания)
LPD, Lobbyisten-Partei Deutschlands / Партия лоббистов Германии
DVU, Die Vergessene Union / Забытый союз
HFPD, Hochfinanzpartei Deutschland / Партия финансовых магнатов Германии
SOMMERLOCH / Мертвый сезон в политической жизни
PAK, Partei Amerikafreundlicher Kapitalisten / Партия американских друзей капиталистов
FAA, Frei ab Achtzehn / Восемнадцать плюс
PdW, Partei der Wirtschaftslobbyisten / Партия экономических лоббистов
Streußelkuchen / Пирог со штройзелем (*крошкой из теста)
ASPD, Alte Säcke Partei Deutschlands / Партия старых мешков Германии
Dpd, deppen Partei Deutschlands / Партия дураков Германии
die Liberalen Pappnasen / Либералы-глупцы

GSD, Geldschlucker Partei Deutschland / Транжиры Партия Германии
PGÜ, Pro Geld und Überheblichkeit / За деньги и высокомерие
PGD, Parlamentarische Geldsackhocker Deutschlands / Парламентарный денежный горб Германии
PDI, Partei der Idioten / Партия идиотов
Etikettenschwindel / Мошенничество с этикетками
KFU, Klientelpolitik für Unternehmer / Клиентоориентированная политика для предпринимателей
FKK, Fundierte Korrupte Kacke / Основательно коррумпированные нечистоты
Niemanden / Никто
PMF, Partei des monetären Faschismus / Партия финансового фашизма
Piraten Partei / Партия пиратов
AfD / АдГ
AFA, Alternative für die Alternative (für Deutschland) / Альтернатива для альтернативы (для Германии)
W.S.W., wir sind weg / Мы ушли
Die Lobbyisten / Лоббисты
SCHWAMM / Плесень
Die Blauen / Голубые (* blau sein – быть пьяным, Duden)
AGP, Arschgeigenpartei / Партия козлов
PSR, Partei der Schönen und Reichen / Партия прекрасных и богатых
Die Unwählbaren / Не избираемые
DWP, Die Wende Partei / Партия перемен
NLSP, Neo-Liberale Spaß-Partei / Партия для удовольствия новых либералов
GÜP, ganz überflüssig partei / Партия абсолютно лишних
Partei Ausschlußverfahren für Dummheit / Партия процедура исключения за глупость
Lobbyistenpartei / Партия лоббистов
ARPKK, Asoziale Reichen-Partei Korrupter Kapitalisten / Партия асоциальных богачей и коррумпированных капиталистов
Volksfront von Judäa / Народный фронт Иудеев
TPFKNAFDP (бессмысленный набор букв)
DFP, Deppen für Deutschland / Дураки для Германии
R.I.P. / Покойся с миром
fipsy's party people / Люди из партии Фипси (*Fipsy – Филипп Рёслер, с 13 мая 2011 по 7 декабря 2013 — федеральный председатель СвДП).

Первое, на что следует обратить внимание, это на наличие у 38 прозвищных номинаций аббревиатурных соответствий. Почти всем многосоставным именам в комментариях читатели предлагают сначала аббревиатуру, исключение составляют лишь два наименования: *die Liberalen Rappnasen* (Либералы-глупцы) и *Partei Ausschlußverfahren für Dummheit* (Партия процедура исключения за глупость). Большинство предложенных аббревиатурных имен (33 номинации) представляются собой инициальные трехбуквенные аббревиатуры, что подтверждает наше заключение в 2.3 о том, что этот тип аббревиации является доминирующим в этой германской ономастической системе. Отмечено одно девятикомпонентное аббревиатурное имя *TPFKNAFDP*, которое дается без расшифровки и представляет собой бессмысленный набор букв. Предполагаем, что таким образом автор этой аббревиатуры высмеивает партийную аббревиатуру как тип номинации.

Что касается графического оформления прозвищных аббревиатур, то нами отмечено в большинстве случаев устойчивое написание с заглавными буквами. В единичных номинациях встречаются элементы, написанные со строчной буквы и через точку: *R.I.P.* (Покойся с миром); *W.S.W., wir sind weg* (Мы ушли); *Dpd, deppen Partei Deutschlands* (Партия дураков Германии); *PdH, Partei der Hoteliers* (Партия владельцев гостиниц). При этом также, как и официальные аббревиатуры, прозвищные включают в свой состав не инициальные компоненты: *Deppen für Deutschland – DFD* (Дураки для Германии); *Frei ab Achtzehn – FAA* (Восемнадцать плюс); *Partei der Idioten – PDI* (Партия идиотов); *Pro Geld und Überheblichkeit – PGÜ* (За деньги и высокомерие) и др.

Языковая структура полных прозвищных номинаций напоминает основные ономастические модели официальных имен партии Германии, описанные в 2.2.2. Так, в 24 именах используется термин *Partei*: *Lobbyistenpartei* (Партия лоббистов), *Geldschlucker Partei Deutschland* (Транжиры партия Германии) и др. Отмечено одно наименование с термином

Union – Die Vergessene Union (Забытый союз). Более чем в половине случаев (52 процента) значение термина представлено имплицитно.

В отличие от официальных партийных имен среди прозвищных выявлены два наименования на английском языке: *R.I.P.* (Покойся с миром) и *fipsy's party people* (люди из партии Фипси). Напомним, что все названия политических партий, зарегистрированные на 20 июля 2017 года, представлены на немецком языке.

Распространенным мотивирующим признаком можно считать мотивацию по месту, которая представлена в десяти номинациях (10 процентов) с использованием в названии топонима *Deutschland* (Германия). Три наименования представляют собой официальные имена действующих партий Германии: *Piraten Partei* (Партия пиратов); *AfD* (АдГ); *AfA, Alternative für die Alternative (für Deutschland)* (Альтернатива для альтернативы (для Германии)). Вероятно, таким образом авторы этих номинаций хотели подчеркнуть схожесть политики СвДП со взглядами одних из самых скандальных партий Германии.

Важно отметить, что пост набрал 149 комментариев. Как было показано нами в [Ткаченко 2020], такой отклик и активное участие аудитории в игре «выбор подходящего имени» в цифровом пространстве можно рассматривать как креативный развлекательный элемент современной политической повседневности страны, который служит своеобразным способом сублимации агрессии и высказыванию недовольства политическими силами.

По характеру претензий, предъявляемых через прозвищные имена к партии СвДП, номинации можно определить на следующие группы:

– слабая политическая активность и низкие показатели на выборах: *SOMMERLOCH* (Мертвый сезон в политике); *Alte Säcke Partei Deutschlands* (Партия старых мешков Германии); *R.I.P.* (Покойся с миром); *FDP, Fast Drei Prozent* (Почти три процента); *UFP, Unter fünf Prozent* (Ниже пяти процентов);

– нецелевое расходование средств и финансовая состоятельность: *Geldschlucker Partei Deutschland* (Партия транжир Германии); *Fundierte*

Korrumpierte Kacke (Основательно коррумпированные нечистоты); *Partei des monetären Faschismus* (Партия финансового фашизма); *Hochfinanzpartei Deutschland* (Партия финансовых магнатов Германии); *Pro Geld und Überheblichkeit* (За деньги и высокомерие); *Asoziale Reichen-Partei Korrupter Kapitalisten* (Партия асоциальных богачей и коррумпированных капиталистов).

Также читатели не сдерживали себя в оскорблениях: *deppen Partei Deutschlands* (Партия дураков Германии); *die Liberalen Pappnasen* (Либералы-глупцы); *Partei der Idioten* (Партия идиотов); *SCHWAMM* (Плесень). Количество оскорбительных номинаций составило почти 20 процентов от всех предложенных имен, что может свидетельствовать о высоком уровне агрессии германского общества к этой политической силе.

Как показал анализ, германская аудитория обладает высоким лингвокреативным потенциалом в осмыслении партийных имен и их вторичных номинаций. Свои оценочные суждения граждане Германии воплощают и в переосмыслении партийных аббревиатур, предлагая собственные шуточные расшифровки, так называемые дезаббревиатуры или бэкronимы, которые в Германии именуются как *lustige Abkürzungen* (веселые сокращения) и составляют большой пласт неофициальных партийных номинаций. Как будет показано в 3.4, в большинстве случаев партии в германских медиа называются аббревиатурами. Таким образом, ироничная дезаббревиация может рассматриваться как активная языковая реакция на изобилие аббревиатур в политической коммуникации.

Способность расшифровать аббревиатурные имена партий, превращая их в ироничную номинацию, как показал анализ таких развлекательных форумов онлайн-платформ, как Wikifan, Chefkoch.de, Deutschesprüchexxl.de в [Ткаченко 2020 – I: 129 – 131], отлично развита у германской аудитории. Так, партия *Freie*



Demokratische Partei, FDP (Свободная демократическая партия, СвДП) получила прозвищную трактовку *Fast drei Prozent* (Почти три процента), которая прочно закрепилась за ней в медиапространстве и в сознании граждан ФРГ. На протяжении последних лет партию преследовали неудачи, и с 2010 года она стала терять поддержку избирателей. В 2013 году СвДП впервые не смогла пройти в парламент, набрав на выборах в бундестаг 4,8 процентов голосов. А на выборах в Европарламент 2014 года партия набрала 3,4 % голосов, получив 3 места из 96 отведённых Германии. Также аббревиатура *FDP* (СвДП) расшифровывается германской аудиторией как: *Finanzstarke Deppen und Protzer* (Сильные в финансовом отношении дураки и хвастуны); *Frechheit, Dummheit, Prahlerei* (Наглость, Глупость, Хвастовство); *Freiflug der Pleitegeier* (Свободный полет банкрота); *Faule Dumme Parasiten* (Ленивые глупые паразиты); *Finanziert durch Parteispenden* (Финансируемые из партийных взносов); *Für den Papierkorb* (Для мусорной корзины); *Ferblödete Deutsche Partei* (Оглупевшая немецкая партия).

Подобными иронично-оскорбительными бэкронимами наделены и другие ведущие политические силы Германии: *Christlich Demokratische Union Deutschlands, CDU* (Христианско-демократический союз Германии, ХДС) расшифровывается как *Club*



Der Untoten (Клуб бессмертных), *Clowns der Unterwelt* (Клоны из преисподней), *Coole Deutsche Unterhosen* (Классные немецкие трусы), *Club der Unfähigen* (Клуб неспособных).

Партия *Nationaldemokratische Partei Deutschlands, NPD* (Национал-демократическая партия Германии,



НДПП) получила такие расшифровки: *Nutzlose Politik Deutschland* (Бесплезная политика Германии); *Neurotisch, paranoid und dämlich* (Невротичные, параноидные и сумасшедшие); *Nein zu parkenden Deppen* (Нет остановившимся дуракам); *Nuss-Püree mit Dill* (Пюре из никчёмных людей с

фото: <https://www.imago->

[images.de/fotos-bilder/Plakat-Npd](https://www.imago-images.de/fotos-bilder/Plakat-Npd)

укропом); *Nutzlose Penner Deutschland* (Бесплезные болваны Германии); *Null Prozent in Deutschland* (Ноль процентов в Германии).

А для партии *Alternative für Deutschland, AfD* (Альтернатива для Германии, АдГ) нам удалось найти лишь две дезаббревиатуры, но смеем предположить, что их количество не ограничивается неофициальными расшифровками *Angebot für Dumme* (Предложение для глупых) и *Alternative für Dumpfbacken* (Альтернатива для ограниченных).

Таким образом, дезаббревиация является своеобразным ответом языковым явлениям, связанным с аббревиацией. С одной стороны, ироничные дезаббревиатуры могут рассматриваться как особый политический юмор, который также подкрепляется всевозможными иллюстрациями: плакатами или мемами. С другой стороны, большинство представленных расшифровок имеют негативную коннотацию и одновременно выражают оценку членам партии и ее деятельности. Подобные уничижительные номинации выполняют дискредитирующую функцию, так как впоследствии эти псевдорасшифровки активно эксплуатируются в медиа и могут прочно закрепиться в общественном сознании. Так, нами обнаружены дезаббревиатуры *Fast drei Prozent* и *Club Der Unfähigen* как в самих текстах германских онлайн-изданий, так и в заголовках к ним:

FDP – Fast drei Prozent СвДП – Почти три процента.

[Süddeutsche Zeitung 16.11.2012].

Freie Demokratische Partei, dafür Свободная демократическая

stand das Kürzel FDP in Deutschland партия, именно так раньше *bisher. Mittlerweile jedoch werden die* расшифровывалась аббревиатура *drei Buchstaben eher mit der CвДП в Германии. Однако сегодня* **Abkürzung für Fast Drei Prozent** эти три буквы скорее *assoziiert [Der Standard 05.09.2011].* ассоциируются как **почти три процента.**

NEUESTE UMFRAGE: **FDP = Fast** Последний опрос: **CвДП = Почти**
Drei Prozent [TAZ 17.11.2011]. **три процента.**

Club der Unfähigen. Der Berliner Клуб неспособных. Берлинский *Landesverband stolpert von Panne zu* региональный союз преследует *Panne - jetzt greift Unionschefin* неудача за неудачей – теперь *Angela Merkel ein. Sie fürchtet* принимает решительные меры *Negativschlagzeilen im Superwahljahr* лидер партии Ангела Меркель. Она *2006. Die Regierenden lästern ganz* опасается негативных заголовков к *ungeniert über den blamablen* главным выборам в 2006 году. *Oppositionstrupp. CDU, das ist für sie* Политики у власти без стеснения **der Club der Unfähigen** [Spiegel клеветают на опозоренную *online 13.03.2005].* оппозиционную силу. Для них ХДС — **это Клуб неспособных.**

Таким образом, намерение осмеять или оскорбить институты власти и их представителей при деаббревиации в политической коммуникации является ключевым и заметно распространено в германском медиапространстве.

Что касается полных прозвищных наименований, то проанализированный материал продемонстрировал различную природу возникновения имен такого типа. Предпосылки для создания и распространения прозвищ могут быть самые разнообразные: как сам партийный лидер, так и его высказывания вместе с деятельностью партии, низкие показатели на выборах или архаичные компоненты в имени могут стать причиной для возникновения дополнительных

оценочных имен. И как показал анализ, германская аудитория не только успешно декодирует официальные партийные аббревиатуры, но и владеет технологией двойного партийного наименования (присвоения полного и аббревиатурного имен) — читатели легко создают альтернативные имена партий и их краткие формы. Очевидно, что партийная аббревиатура стала естественной частью германского языкового сознания, а народные партийные аббревиатуры могут рассматриваться как отдельный тип неофициальных наименований партий. Таким образом, место неофициальных имен партий Германии (бэкранимов, прозвищных полных и кратких форм) в политической коммуникации кардинально изменилось. Благодаря медиатизации из теневых номинаций они трансформировались в самостоятельные имена и стали сильным инструментом выражения критики по отношению к власти в руках избирателей.

Кроме того, неофициальные политонимы, выполняя диалоговую функцию, а в каких-то случаях и дискредитирующую, при это обе включают установление обратной связи, становятся для политических сил важным инструментом мониторинга настроения населения и дальнейшей корректировки политического курса.

Цифровое пространство и новые медиа становятся «благодатной почвой» для создания и распространения неофициальных партийных имен, которые активно используются в номинативной практике и вытесняют из употребления официальные имена. Кроме того, в виртуальной среде обнаруживается немалое количество лексики, образованной от партийных имен, рассмотрению которых посвящен следующий раздел.

3.3 Политонимы как ресурс политического лексикона

Как было отмечено в 1.2., активное вовлечение аудитории в виртуальные политико-коммуникационные отношения вызвало потребность в обозначении новых понятий и явлений для осуществления эффективной политической

коммуникации. Кроме того, сама цифровизация политической жизни в Германии обусловила огромный приток новых слов, многие из которых образуются от наименований политических объединений. Так, нами выявлено, что германские политонимы в большинстве случаев выступают в качестве ресурса для образования:

- обозначений характеристики предметов и явлений политической жизни: *grün* / зеленый, *piratisch* / пиратский;
- слов, обозначающих членов партий и региональных фракций (председателей, руководителей, депутатов): *CDU-Chef* / руководитель ХДС, *CDU-Generalsekretär* / генеральный секретарь ХДС, *AfD-Politiker* / политики АдГ, *CDU-Ortsvorsitzender* / председатель местной фракции ХДС, *Ex-Piraten-Fraktionschef* / экс-председатель партии Пиратов, *CDUler* / ХДСовцы, *CSU-Mitgliedschaft* / членство ХДС и др.
- слов, обозначающих представителей избирательного блока отдельных партий: *SPD-Wähler* / избиратели СДПГ, *CDU-Wähler* / избиратели ХДС, *AfD-Wähler* / избиратели АдГ и др.
- слов, обозначающих партийные события, мероприятия и информацию о них (съезды, конференции, юбилеи, митинги и т.д.): *SPD-Jubiläum* / юбилей СДПГ, *SPD-Konferenz* / конференция СДПГ, *AfD-Parteitag* / съезд партии АдГ, *AfD – Nachrichten* / новости АдГ, *SPD-Konkurrenz* / конкуренция СДПГ, *AfD-Hilfe* / помощь АдГ и др.
- слов, обозначающих процессы политической жизни, а также производных от них имен: *grünen* / зеленеть, *piratisieren* / пиратизировать, *alternativisieren* / альтернатизировать, *Alternativisierung* / альтернативизация, *Piratisierung* / пиративизация. Важно отметить, что партийные имена, подвергшиеся вербализации, выражают поддержку и согласие с политикой партии, а также получение наибольшего количества голосов избирателей в определенном округе.

Ресурсная функция партийных имен рассматривается на фоне способов словообразования немецкого языка, изложенных в 1.2. Сплошная выборка из

цифровых информационно-политических журналов и газет (*Zeit, Spiegel online, Süddeutsche Zeitung, Focus online, Neue Osnabrücke Zeitung, Welt, Bild, TAZ, Frankfurter Allgemeine* за 2019 – 2020 гг.) позволила выявить круг политических номинаций, образованных от партийных имен, в объеме более 500 единиц.

На материале официальных вторичных партийных имен ведущих политических объединений современной Германии нам удалось выявить, что аббревиатурное словообразование в виде инициальных сокращений является наиболее продуктивным способом терминообразования, представленным в 2.3. В свою очередь, аббревиатурные наименования и усеченные слова (*CDU, CSU, FDP, SPD, AfD, Grünen, Piraten*) служат основой для образования новых лексем.

Огромный пласт политических терминов образован морфолого-синтаксическим способом, к которому относится в первую очередь **словосложение**. Анализ фактического материала показал, что все сложные слова, в составе которых – аббревиатурное партийное имя или усеченное слово, пишутся через дефис. Нами выявлены:

- *двухкомпонентные терминологические сочетания*, состоящие из партийного наименования и тематического слова с обобщающим значением: *SPD-Wähler* / избиратели СДПГ (*FDP-Wähler, SPD-Wähler, AfD-Wähler, ...*), *CDU-Vorsitzende* / председатель ХДС (*FDP-Vorsitzende, SPD-Vorsitzende, AfD-Vorsitzende, ...*), *CDU-Chef* / руководитель ХДС, *CDU-Chefin* / руководительница ХДС, *CDU-Mann* / член (муж.) ХДС, *CDU-Frau* / член (жен.) ХДС, *CDU-Generalsekretär* / генеральный секретарь ХДС, *CDU-Mitglied* / член ХДС, *CDU-Funktionäre* / активисты ХДС, *CSU-Mitgliedschaft* / членство ХДС, *CDU Spitze* / верхушка ХДС, *SPD-Konkurrenz* / конкуренция СДПГ, *SPD-Niedergang* / падение СДПГ, *SPD-Senioren* / пенсионеры СДПГ, *SPD-Jubiläum* / юбилей СДПГ, *SPD-Konferenz* / конференция СДПГ, *FDP-Programm* / программа СвДП, *FDP-Kandidaten* / кандидаты СвДП, *FDP-Unterstützung* / поддержка СвДП, *AfD-Politiker* / политики АдГ, *AfD-Kumpel* / товарищ АдГ, *AfD-Abgeordnete* / депутаты АдГ, *AfD-Spektakel* / спектакль АдГ, *AfD-Hilfe* /

помощь АдГ, *GRÜNEN-Chef* / руководитель ЗЕЛЕННЫХ, *Grünen-Fraktion* / фракция ЗЕЛЕННЫХ, *Afd – Nachrichten* / новости АдГ и д.р.;

- *трехкомпонентные терминологические сочетания*, состоящие из имени партийного наименования и сложносоставного тематического слова с обобщающим значением:

CDU-Innenexperte / Внутренние эксперты ХДС, *CDU-Bundestagsabgeordneter* / депутат бундестага от ХДС, *CDU-Ortsvorsitzender* / *председатель местной фракции ХДС*, *CSU-Rechtspolitiker* / *правые политики ХДС*, *CDU-Landesvorsitzender* / *председатель земельного отделения ХДС*, *CDU-Präsidiumssitzung* / заседание президиума ХДС, *SPD-Fraktionsvorsitzende* / председатель фракции СДПГ, *SPD-Parteivorsitz* / *председатель партии СДПГ*, *SPD-Landeschef* / руководитель земельного отделения СДПГ, *FDP-Parteibüro* / офис партии СвДП, *FDP-Parteipräsident* / президент партии СвДП, *AfD-Ratsfraktion* / фракционный совет АдГ, *AfD-Parteitag* / съезд партии АдГ.

Немалое количество выявленных лексем, образованы с помощью метода **аффиксации**. В образовании политической терминологии обычно задействованы аффиксы немецкого происхождения и терминологические элементы греко-латинского происхождения. Выявлены следующие подтипы словообразования:

1.1. Префиксация:

Важной особенностью является большое количество терминов, в образовании которых задействованы префиксы греко-латинского происхождения. Нами были отмечены такие префиксы как **ex**, **anti**:

Ex-Piratenchef / экс-руководитель Пиратов, *die Ex-Grüne* / бывший Зеленый, *Ex-Grünen-Chefin* / экс-руководительница Зеленых, *Ex-Piraten-Fraktionschef* / экс-председатель партии Пиратов, *Anti-FDP-Plakate* / плакаты против АдГ, *Anti-FDP-Kampagne* / кампания против АдГ, *Anti-FDP-Demonstration* / демонстрация против АдГ, *Anti-AfD-Kundgebung* / митинг против АдГ, *das Anti-AfD-Bündnis* / союз против АдГ, *Anti-AfD-Aktion* / акция против АдГ.

Как видно из вышеприведенных примеров, использование античного «наследства» является популярным способом образования новых политических лексем. В словообразовании также участвуют такие морфемы, как полупрефиксы и полусуффиксы, относящиеся к аффиксоидам или, по-другому, субаффиксам. Употребление полупрефиксов в словообразовании оправдывается тем обстоятельством, что система префиксов в немецком языке имеет сравнительно слабое развитие, а с другой стороны, широко применяется словосложение. В качестве полупрефиксов нами отмечены слова *jung-*, *alt-*, *neu-*, *ober-* в следующих лексемах: *Neupiraten* / Новые пираты, *Ober-Pirat* / Главный Пират, *Alt-Grünen* / Старые Зеленые, *Jung-Piraten* / Молодые Пираты.

1.2. Суффиксация:

Суффиксация представлена в словах, образованных суффиксальным способом. Суффиксы немецкого происхождения имеют свои значения, так, например, суффикс **-ung** обозначает действие или процесс:

Alternativisierung:

Ich sage: Schluss mit Я заявляю: Конец альтернативизации der Alternativisierung Deutschlands! Германии!

[Niejahr 28.01.2016].

Piratisierung:

Droht die Piratisierung Deutschlands? Угрожает Пиратизация Германии? Im Magazin Cicero wird die Gefahr vor В журнале Cicero запугивают der Piratisierung Deutschlands an die опасностью пиратизации Германии. Wand gemalt [Nowak 14.08.2012].

Суффиксы **-er** или **-ler** обозначают производителя действия. Так, нами отмечена популярная модель словообразования представителей политических партий Германии: аббревиатурное имя партии + суффикс **ler**:

AfDler:

Junge AfDler nennen sich Молодые АдГровцы называют себя

„Höckejugend“ [NTV 29.01.2020]. Хёкеюгенд) * Бьёрн Хёке –
председатель партии АдГ в
Тюрингии.

CDUler:

CDUler flirten mit der ХДСовцы флиртуют с АдГ.
AfD. Hochrangige CDU-Funktionäre Высокопоставленные функционеры
halten Koalition für denkbar [Elchler ХДС допускают сотрудничество с
20.06.2019]. АдГ.

FDPler:

FDPler und Ex-AfDler gründen СвДПовцы и Экс-АдГровцы
Fraktion in Eimsbüttel [Eimsbütteler образуют коалицию в
Nachrichten 20.05.2019]. Эймсбюттеле.

SPDler:

Junge SPDler wollen in den Bundestag Молодые СДПГровцы хотят в
[Woerlein 06.06.2020]. Бундестаг.

Суффикс **-isch**, обозначающий принадлежность к чему-либо, используется для образования прилагательного *piratisch* от усеченного наименования партии *Piraten: Piratischer Gruß* (пиратский привет), *Piratisches Mandat* (пиратский мандат).

1.3. Префиксально-суффиксальный способ словообразования:

Также отмечены слова, образованные префиксально-суффиксальным способом словообразования. В данном случае в образовании лексемы принимают участие префикс и суффикс, например, здесь могут быть задействованы как аффиксы немецкого, так и терминологические элементы греко-латинского происхождения: *Jung-CDUler, Ober-CDUler, Ober-AfDler, Alt-CDUler, Ex-AfDler, Jung-AfDler, ENTalternativisierung*.

Анализ материала показал, что морфологические способы словообразования в немецком языке (префиксальный, суффиксальный и префиксально-суффиксальный) обладают высокой продуктивностью в процессе словотворчества.

Политическая лексика современного немецкого языка развивается сейчас в условиях широких международных, а, следовательно, и языковых контактов. В результате этих многосторонних связей наблюдается постоянное поступление в современный словарь целого потока иностранной и интернациональной лексики, которая становится достоянием немецкого лексикона не в меньшей степени, чем слова исконно немецкие или считающиеся сегодня таковыми. На сегодняшний день **заимствования** являются неотъемлемым источником пополнения словарного состава немецкого языка.

С морфологическим или словообразовательным типом заимствований мы столкнулись, когда разбирали префиксальный, суффиксальный и префиксально-суффиксальный способы словообразования, которые основываются в том числе на греко-латинских терминологических элементах.

По специфике заимствуемого материала различают смешанное заимствование, при котором различаются гибридное заимствование и полузаимствование [Хусаинова 2004]. Так, в цифровом германском медиапространстве нами отмечены лишь полузаимствованные политические термины, где заимствована вторая (основная) часть композитного слова, а первая часть представляет собой аббревиатурное или усеченное партийное имя: *CDU-Funktionäre* / функционеры ХДС (от франц. *fonctionnaire*), *CDU-experte* / эксперт ХДС (от франц. *expert*), *Grünen-Fraktion* / фракция Зеленых (от фран. *fraction*), *SPD-Konkurrenz* / конкуренция СДПГ (от лат. *concurrens*), *SPD-Senioren* / пенсионеры СДПГ (от лат. *senior*), *SPD-Jubiläum* / юбилей СДПГ (от лат. *iubilaeum*), *FDP-Vize* / заместитель председателя СвДП (от лат. *vice*), *Anti-FDP-Memes* / мемы против СвДП (от англ.), *AfD-Spektakel* / спектакль АдГ (от лат. *spectaculum*), *AfD-Chef* / председатель АдГ (от фран. *chef*), *AfD-E-Book* /

электронная книга АдГ (от англ.), *AfD-Kapitän* / капитан АдГ (от ит. *capitano*), *Anti-CDU-Video* / видео против ХДС (от англ.), *Anti-CDU-T-Shirt* / футболка против ХДС, *Anti-AFD-Politik-T-Shirt* / футболка против политики СвДП (от англ.), *Anti-FDP-Plakate* / плакат против СвДП (от фран. *placard*), *Anti-FDP-Kampagne* / кампания против СвДП (от фран. *campagne*), *Anti-FDP-Demonstration* / демонстрация против СвДП (от лат. *demonstratio*), *AfD-Parlamentarier* / парламентарий АдГ (от англ. *parliamentarian*), *Anti-AfD-Collage* / коллаж против АдГ (от франц. *collage*), *Anti-AfD-Aktion* / акция против АдГ (от лат. *action*).

Проведенный анализ слов, образованных от партийных наименований, позволяет утверждать, в основном представлены полужаимствования, в образовании которых участвуют латинский, французский и английский языки как главные «поставщики» не только отдельных словообразовательных терминологических элементов, но и лексических единиц.

В отличие от заимствований из французского, англицизмы (*Anti-FDP-Memes*, *AfD-E-Book*, *Anti-CDU-Video*, *Anti-CDU-T-Shirt*, *Anti-AFD-Politik-T-Shirt*) употребляются преимущественно с целью удовлетворения ожиданий публики.

Что касается такого способа словообразования как **конверсия**, то нами была отмечена лишь вербализация партийных имен, при которой краткая форма наименования переходит в глагол: *grünen*, *piratisieren*, *alternativisieren*.

Одним из самых популярных и активно используемых глаголов в политическом медиадискурсе можно считать глагол *merkeln*, образованный от фамилии действующего канцлера Германии и отражающий разочарованность молодых немцев А. Меркель и ее политикой. Издатель словарей немецкого языка Langenscheidt каждый год общается с молодыми пользователями сети и просит их выбрать «слово года», то есть отражающий последние изменения в языке жаргонизм или неологизм. Так, в работе [Цонева 2020] сообщается, что в опросах лидирует глагол «merkeln» – «меркелить» со значением «ничего не

делать, не принимать никаких решений, не делать никаких заявлений» [Цонева 2020: 201].

Обнаруженные нами партийные имена, подвергшиеся вербализации, выражают поддержку и согласие с политикой партии, а также получение наибольшего количества голосов избирателей в определенном округе:

grünen:

*BERLIN GRÜNT! Erfolgsmeldungen БЕРЛИН ЗЕЛЕНЕЕТ! Истории
aus der grünen Regierungsarbeit [Grüne успеха работы зеленого
Berlin]. правительства.*

piratisieren:

*Bayern jetzt vollständig piratisiert Бавария сейчас полностью
[Piratenpartei 09.11.2009]. пиратизирована.*

alternativisieren:

*Das haben Sie jetzt wohlwollend Теперь Вы добровольно
alternativisiert [TAZ 09.02.2018]. альтернативизированы.*

Анализ немецких политических дериватов, в основе которых – партийное имя, позволил выявить, что аббревиатурные и усеченные партийные имена выступают важным ресурсом для обозначения большого объема понятий и явлений политической жизни Германии. Что касается способов их образования, то правомерно будет сказать, что самым продуктивным способом образования терминологии с включением партийного имени является словосложение. Преимуществом сложных слов является способность концентрировать в одной лексической единице большое количество информации.

Префиксация является одним из эффективных способов образования терминов в области политики. Префиксы немецкого происхождения намного уступают при словообразовании префиксам греко-латинского происхождения,

с помощью которых образован большой пласт лексических единиц политической сферы. А интернациональный характер политических процессов и лидирующая роль английского языка в мировом сообществе способствуют тому, что в немецкой политической терминологии появляется большое количество слов из английского языка.

Таким образом, германские политонимы обладают высоким деривационным потенциалом, а образованная от них новая лексика широко используется в медиапространстве, что будет продемонстрировано далее.

3.4 Политонимы в германских и российских медиа

Как было отмечено в 1.2., цифровые медиа ушли далеко вперед от традиционных информационных ресурсов по объему и частоте освещения деятельности политических партий. Так, германские интернет-издания могут «похвастаться» ежедневным многотысячным охватом аудитории, они активно привлекают читателей к обсуждению политических событий ведущих политических сил мировых держав, не оставляя без внимания номинативную часть партийного бренда как важный инструмент повышения эффективности политической коммуникации [Tkachenko 2019].

Целесообразно показать функционирование изучаемых имен внутри политического поля Германии и за его пределами на примере освещения одного эпизода политической жизни страны. Материалом этого этапа исследования послужили ведущие германские и российские онлайн-издания (*Spiegel online*, *Tagesschau*, *TAZ*, *Zeit online*, ВЗГЛЯД.РУ, РИА НОВОСТИ, ГАЗЕТА.RU, РБК, ВЕДОМОСТИ и ТАСС), было собрано 186 медиатекстов (176 из германских источников и 10 российских), в которых подробно освещалось важное событие в политической жизни Германии – избрание главы федеративной земли Тюрингия в начале февраля 2020 года, которое стало предпосылкой политической кризиса (*Regierungskrise*) в стране.

«Позор для демократии», «кошмар», «нарушение табу» – каких только громких слов не произнесли немецкие политики, начиная с канцлера Меркель. «Фашизм не пройдет» кричала пресса. Причиной тому стала победа нового премьер-министра с помощью голосов партии «Альтернатива для Германии» (АдГ).

Так, на парламентских выборах в Тюрингии премьер-министром был избран представитель от «Свободной демократической партии Германии» (СвДП) Томас Кеммерих. Он обошел своего соперника, экс-премьера земли Бодо Рамелова из партии «Левые», на один голос – 45 против 44. При этом за Кеммериха проголосовали все 22 парламентария от партии АдГ. Таким образом, впервые ультраправой партии удалось повлиять на исход выборов. Это стало первым случаем в истории Германии, когда премьер-министр федеральной земли получил должность благодаря абсолютной поддержке АдГ. Собственно, по этой причине и разгорелся политический скандал в стране, который пошатнул всю политическую систему Германии.

В Тюрингии местные выборы прошли еще в октябре, когда правящая партия «Левые» получила наибольшую долю голосов – 31 %. В то же время АдГ тогда удалось удвоить свое представительство в парламенте Тюрингии, заняв второе место с 23,4 % голосов. А СвДП едва преодолели порог в 5 %.

На протяжении нескольких месяцев в Тюрингии не могли сформировать коалицию, и только в первых числах февраля было подписано соглашение между левыми, социал-демократами и зелеными. Ожидалось, что премьер-министром выберут действующего лидера от партии «Левые» Бодо Рамелова. Но голоса, отданные АдГ за Кеммериха, изменили ход событий.

Его избрание стало шоком как для политических партий, так и для простых граждан Германии. В тот же вечер в нескольких городах Тюрингии, а также в Берлине, Дюссельдорфе и Гамбурге прошли демонстрации, на которых протестующие выражали недовольство результатами выборов, а главное сотрудничеством избранного премьер-министра с ультраправой АдГ.

Канцлер Германии Ангела Меркель обратилась с заявлением, в котором подчеркнула, что избрание Кеммериха не соответствует ценностям ХДС и потребовала перевыборов. В результате на следующий день после избрания, Томас Кеммерих заявил об отставке, назвав это решение неизбежным. Разгоревшийся в Германии политический скандал не мог остаться без внимания медиа.

Материалом для анализа германской медиасферы послужили 176 текстов, опубликованных с 5 по 8 февраля 2020 г. на сайтах ведущих германских цифровых изданий: *Spiegel online*, *Tagesschau.de*, *TAZ*, *Zeit online*.

Важно отметить, что это событие, став резонансным для политической системы Германии, получило подробное освещение в медиа:

Онлайн-издание	Количество опубликованных медиатекстов				
	5 февраля	6 февраля	7 февраля	8 февраля	Итого
<i>Spiegel online</i>	16	24	14	8	62
<i>Tagesschau.de</i>	8	14	10	5	37
<i>TAZ</i>	6	12	10	11	39
<i>Zeit online</i>	10	12	8	8	38

Из представленной выше таблицы видно, что лидером по информационному освещению избрания нового премьер-министра Тюрингии стало издание *Spiegel online*. Больше всего публикаций было 6 февраля, когда Томас Кеммерих заявил об отставке.

Анализ медиатекстов информационных изданий выявил, что в них упоминаются следующие партии: *Christlich Demokratische Union Deutschlands (CDU)* – Христианско-демократический союз Германии (ХДС), *Alternative für Deutschland (AfD)* – Альтернатива для Германии (АдГ), *Freie Demokratische Partei (FDP)* – Свободная демократическая партия Германии (СвДП), *Linke* – Левые, *Christlich-Soziale Union in Bayern (CSU)* – Христианско-социальный союз в Баварии (ХСС), *Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)* – Социал-демократическая партия Германии (СДПГ) и *Bündnis 90/Die Grünen* – Союз 90/Зелёные.

Обратимся к медиатекстам информационно-политического издания *Spiegel online* [Spiegel online], а именно к номинациям партийных объединений, упоминаемых в этих сообщениях. Нами отмечено, что почти во всех случаях партии называются аббревиатурными соответствиями. Лишь дважды в текстах используются полные партийные имена – *Bündnis 90 / Die Grünen* и *Alternative für Deutschland*:

...nachdem Angela Merkels ...после того, как христианские Christdemokraten gemeinsame Sache демократы Ангелы Меркель mit der nationalistischen **Alternative für Deutschland** объединились с националистической **Альтернативой для Германии**, wenig bekannten Lokalpolitiker als назначив малоизвестного местного Ministerpräsident des östlichen политика премьер-министром Bundeslandes Thüringen einzusetzen восточной федеральной земли [Spiegel online 06.02.2020]. Тюрингия.

Для партии *CDU* отмечены прозвищные номинации – „*sprachlose Partei*“ (Безмолвная партия) и „*schwachbrüstige Partei*“ (Слабогрудая партия), а также выявлена новая ироничная расшифровка аббревиатурного имени **CDU** – „*Chaotisch Demoralisierte Union*“ (Хаотично деморализованный союз) вследствие неоднозначных хаотичных действий и высказываний представителей партии после избрания Томаса Кеммериха:

Die CDU ist an diesem Abend auch ХДС в тот вечер также была eine ziemlich sprachlose Partei безмолвной партией. [Hickmann 05.02.2020].

Das Wort "Katastrophe" ist hier Слово «катастрофа» здесь звучит wiederholt zu hören, viele schütteln неоднократно, и многие качают den Kopf. Sie machen sich Sorgen, головами. Они опасаются, что и без dass die ohnehin schwachbrüstige того слабогрудый ХДС может

CDU in den Sog der Thüringer быть втянут в события Тюрингии и *Ereignisse geraten und noch weiter* опуститься еще ниже.

abrutschen könnte [Hickmann

05.02.2020].

Chaotisch Demoralisierte Union: Хаотично деморализованный союз:

Mieses Ergebnis in Hamburg, Chaos in Печальный результат в Гамбурге,

Thüringen, Führungsvakuum: Die хаос в Тюрингии, лидерский вакуум:

derart zerrissene CDU ist nicht mehr до такой степени разорванный ХДС

wiederzuerkennen. Wie geht es jetzt больше не узнаваем. Что дальше?

weiter? [Gathmann 23.02.2020]

Кроме того, для партии *LINKE* выявлено популярное неофициальное наименование – „*Linkspartei*“ (23 упоминания), которое активно применяется наряду с официальным именем:

Thomas Kemmerich ist heute gegen Томас Кеммерих соревновался

einen Kandidaten der AfD und einen сегодня с кандидатом от АдГ и

*Kandidaten der **Linkspartei** angetreten* кандидатом от **Левой партии**.

[Schaible 05.02.2020].

Что касается партии *Alternative für Deutschland*, то наряду с аббревиатурой *AfD* нередко она называется прозвищным именем „*Höcke-Partei*“ (19 упоминаний) в честь одной из самых скандальных фигур в германской современной политике, председателя фракции АдГ в Тюрингии – Бьорна Хёке (Björn Höcke):

Die Spitze der Linken reagierte ähnlich Верхушка Левых отреагировали

scharf: "Liberal? Pfui! Sich von der аналогичным образом резко:

Höcke-Partei wählen lassen, ist ein «Либерал? Ух! Быть избранным

Dammbruch sondergleichen", sagten **партией Хёке** – беспрецедентный

die Fraktionschefs der Linken, Dietmar прорыв через дамбу», – заявили

Bartsch und Amira Mohamed Ali, dem SPIEGEL лидеры левых

SPIEGEL [Spiegel online 06.02.2020]. парламентских фракций Дитмар Барч и Амира Мохамед Али.

*Korte bezeichnete die Wahl als Korte назвал выборы «прорывом "Dammbruch" und sagte, sich kurz плотины» и сказал, что после 27 nach dem 27. Januar und dem января, дня памяти жертв Gedenken an die Holocaustopfer mit Холокоста, быть избранным den Stimmen der **Höcke-Partei** zum премьер-министром голосами Ministerpräsidenten wählen zu lassen, **партии Хёке** наивысшая степень sei "an politischer und moralischer политического и морального Kaputtheit nicht zu überbieten [Spiegel разрушения. online 06.02.2020].*

Также важно упомянуть, что аббревиатура *AfD* в 30 процентов случаев упоминается со слова, указывающими на ее оппозиционную практику: *faschistische AfD* (фашистская АдГ), *ultrarechte Höcke-AfD* (ультраправая Хёкенская АдГ), *rechtspopulistische AfD* (правопопулистская АдГ), *euroskeptische AfD* (евроскептическая АдГ), *nationalistische AfD* (националистическая АдГ), *rechtsnationale AfD* (правонациональная АдГ).

Избрание политика СвДП Томаса Кеммериха новым премьер-министром Тюрингии вызвало бурные дебаты и яростную критику в федеральной политике, что отразило популярное германское издание *Tagesschau.de* [Tagesschau.de] в своих 37 онлайн-сообщениях, опубликованных за 4 дня.

Так, в статьях издания представленные в бундестаге единой фракцией партии *CDU* и *CSU* именуется как „*Schwesterparteien*“ (сестринские партии): *Der Chef der **Schwesterpartei** CSU, Председатель сестринской партии Markus Söder, nannte das CSU, Маркус Зёдер, назвал Zustandekommen der завершение выборов премьер-Ministerpräsidentenwahl in Thüringen министра в Тюрингии „inakzeptabel“ [Tagesschau.de «неприемлемым». 05.02.2020].*

Этот партийный блок обозначают и как *Union* (Союз) или *Unionsparteien* (союзные партии), *Altparteien* (старые партии) и *bürgerliche Parteien* (гражданские партии):

Die AfD ist hingegen obenauf – obwohl AdГ, с другой стороны, находится die Unterstützung eines FDP-Politikers наверху – хотя поддержка политика eigentlich gar nicht zu ihren Parolen СвДП фактически не gegen die Altparteien [Gensing, соответствует их лозунгам против Kumpfmüller 06.02.2020]. старых партий.

Партия *LINKE* чаще (в 12 из 4 упоминаниях) называется неофициальным именем *Linkspartei*. А среди уточнений, указывающих на идеологические ценности партии *AfD*, отмечено только *rechtsextrem – rechtsextreme AfD* (правозэкстремистская АдГ):

FDP-Chef Christian Lindner betonte Лидер СвДП Кристиан Линднер zwar, keinesfalls mit der подчеркнул, что ни при каких rechtsextremen AfD обстоятельствах не хочет zusammenarbeiten zu wollen – работать с правозэкстремисткой grundsätzlich kritisierte er die Wahl AdГ, но в принципе не критиковал aber nicht [Tagesschau.de 06.02.2020]. выборы.

Что касается партии *FDP*, то нами выявлено прозвищное имя „*Steigbügelhalter des Faschismus*“ (прислужник фашизма):

Vor der Thüringer Staatskanzlei Около 1000 человек собрались перед versammelten sich etwa 1000 зданием Государственной Menschen und bildeten eine канцелярии Тюрингии и образовали Menschenkette. Einige skandierten: живую цепь. Некоторые „Wer hat uns verraten? Freie скандировали: «Кто нас предал? Demokraten!» und „Nicht mein Свободные демократы!» и «Не мой Ministerpräsident!» Vor dem Eingang премьер-министр!» Перед входом в des Gebäudes brannten Kerzen, здание горели свечи, демонстранты Demonstranten hielten ein Transparent держали транспарант «СвДП:

„FDP: **Steigbügelhalter** des **Прислужник фашизма**».
Faschismus“ [Tagesschau.de
06.02.2020].

Издание левой направленности TAZ [TAZ] за отмеченный период опубликовало 49 статей. Для партии *AfD* популярно обозначение *faschistische Partei* (фашистская партия) и *die radikal rechte Partei* (радикально правая партия), а ее представители именуются как *Faschisten* или *Nazis*. Также перед аббревиатурой используются указания на партийную идеологию: *nationalistische AfD*, *faschistische AfD*, *rechtsradikale AfD*:

Allen gemeinsam ist doch, dass wir den Всех объединяет то, что мы
Einfluss **einer faschistischen** должны уменьшить влияние
Partei zurückdrängen müssen, und **фашистской партии**, для страны,
zwar für das Land, für для нашей партии, а также для всех
unsere Partei und auch für uns alle als нас как граждан.
Bürger [TAZ 06.02.2020].

Wiederholt wird dabei die AfD als AdГ при этом называют
faschistische Partei bezeichnet und фашистской партией и
wegen ihrer völkischen Haltungen подвергают нападкам из-за ее
attackiert [TAZ 05.02.2020]. этнических взглядов.

FDP und CDU haben gemeinsame СвДП и ХДС объединились с
Sache mit der radikal rechten Partei радикальной правой партией.
gemacht [TAZ 06.02.2020].

Von Faschisten gewählt. Thomas Избранный **фашистами**. Томас
Kemmerich von der FDP lässt sich Кеммерих из СвДП также может

auch von der AfD zum neuen Ministerpräsidenten von Thüringen wählen [TAZ 06.02.2020].
быть избран новым премьер-министром Тюрингии при поддержке АдГ.

Berlins Linke-Vorsitzende Katina Schubert sagte der Deutschen Presse-Agentur, zwei bürgerliche Parteien hätten gemeinsame Sache mit „Faschisten“ gemacht, die nun Einfluss auf die Regierungspolitik bekämen [TAZ 06.02.2020].
Председатель Левых в Берлине Катина Шуберт сообщила Агентству печати Германии, что две буржуазные партии объединились с «фашистами», которые теперь могут влиять на политику правительства.

Das Ergebnis müsse ja unter Beteiligung der nationalistischen AfD zustande gekommen sein [TAZ 06.02.2020].
Результат должен был быть достигнут при участии националистического АдГ.

Коалиционный блок партий CDU и CSU также обозначается в медиатекстах TAZ как Union (Союз), и для партии Linke популярно неофициальное имя Linkspartei:

Konnten also FDP und Union wissen, dass die AfD ihren eigenen Mann fallen lässt, um mit CDU und FDP für Kemmerich zu stimmen?
Так не могли ли СвДП и Союз знать, что АдГ бросает своего человека, чтобы проголосовать за Кеммериха с ХДС и СвДП?
[TAZ 05.02.2020]

Deshalb sind vorgezogene Neuwahlen die einzig logische Konsequenz, wie
Следовательно, досрочные выборы – единственное логическое

es *Linkspartei, SPD und Grüne* последствие, к чему уже призывали *unmittelbar nach der Skandalwahl* **Левая партия**, СДПГ и зеленые *Kemmerichs bereits gefordert haben* сразу после скандальных выборов [TAZ 07.02.2020]. Кеммериха.

Что касается партии *FDP*, то почти во всех статьях она представлена прозвищным именем *die Fünf-Prozent-Partei* (Партия пяти процентов), также отмечено и такое графическое оформление: *die 5-Prozent-FDP* и *die 5-Prozent-Partei FDP*. *FDP* получила такое прозвище после выборов в парламент Тюрингии в октябре 2019 года, едва преодолев пятипроцентный порог, получив всего лишь 73 голоса, что в итоге составило 5,0005 %:

Der Chef der Fünf-Prozent-Partei **Председатель Партии пяти процентов** *hatte mit CDU, SPD und Grünen eine Minderheitsregierung bilden wollen* [TAZ 06.02.2020]. хотел сформировать правительство меньшинства с участием ХДС, СДПГ и Зеленых.

Das Experiment von FDP, CDU und AfD in Thüringen mit einem Ministerpräsidenten einer Fünf-Prozent-Partei muss sofort beendet werden, *so Schubert* [TAZ 06.02.2020]. Эксперимент СвДП, ХДС и АдГ в Тюрингии с премьер-министром **пятипроцентной партии** должен быть немедленно закончен.

Ebenso wenig klar ist, ob die 5-Prozent-FDP aus dem Landtag flöge **Также неясно, вылетит ли пятипроцентная СвДП из** [TAZ 06.02.2020]. **местного парламента.**

В материалах издания *Zeit online* [Zeit online] также выявлена прозвищная номинация *die Fünf-Prozent-Partei* (2 упоминания) для *FDP*:

Nein, es ist kein normaler demokratischer Vorgang, wenn die **Нет, это не нормальный демократический процесс, когда**

AfD-Fraktion einen Fake-Kandidaten aufstellt, dann aber den Kandidaten einer Fünf-Prozent-Partei zum Regierungschef wählt, um sich über die Hintertür als Königsmacherin zu stilisieren [Zeit online 06.02.2020].

фракция АдГ выдвигает фальшивого кандидата, а затем избирает кандидата от пятипроцентной партии на пост главы правительства, чтобы хитрым путем стать серым кардиналом.

AfD именуется как *rechtsextreme AfD*, *rechtspopulistische AfD*, *faschistische AfD* и *Höcke-Partei*:

FDP und CDU werden damit zum Steigbügelhalter der rechtsextremen AfD [Zeit online 05.02.2020].

СвДП и ХДС, таким образом, становятся опорой правой экстремистской АдГ.

Wer sich mit den Stimmen der Höcke-Partei zum Regierungschef wählen lässt, darf nicht lange Ministerpräsident bleiben, sagte der Linkenpolitiker [Zeit online 05.02.2020].

Любой, кто может быть избран главой правительства голосами партии Хёке, не может оставаться премьер-министром надолго, - сказал политик от партии Левых.

Wie weit sind wir gekommen, dass die FDP einen Ministerpräsidenten Kemmerich wählen lässt mit den Stimmen des Faschisten Höcke und der AfD? [Zeit online 06.02.2020]

Насколько далеко мы зашли, что СвДП может избрать премьер-министра Кеммериха голосами фашистского Хёке и АдГ?

Die Thüringer Grünen kritisierten ebenfalls die beiden Parteien. Fraktionschef Dirk Adams warf CDU

Зеленые Тюрингии также раскритиковали обе партии. Лидер фракции Дирк Адамс обвинил ХДС и

*und FDP einen Schulterschluss mit **der** СвДП в сотрудничестве с **правым rechtsextremen AfD in Thüringen vor экстремистским АдГ в Тюрингии.***
[Zeit online 06.02.2020].

Отмечено использование фамилий лидеров региональных фракций при номинации партийных объединений: *Ramelows Partei (Linke)* и *Höcke-Partei (AfD)*, *radikale Höcke- und Kalbitz-AfD*:

Dann hätten die führenden Kräfte in Togo *гда ведущие силы в Эрфурте Erfurt nichts von der Gefahr* *ничего не поняли бы об опасности, verstanden, die von **der radikalen** исходящей от **радикальных АдГ Höcke- und Kalbitz-AfD** ausgeht Хёке и Кальбица.*
[Bangel 05.02.2020].

Рассмотрев германское медиапространство в отношении освещения в избрания главы федеративной земли Тюрингии в начале февраля 2020 года, обратимся к анализу российской медиасферы, в который вошли 10 публикаций изданий ВЗГЛЯД.РУ, РИА НОВОСТИ, ГАЗЕТА.RU, РБК, ВЕДОМОСТИ и ТАСС.

Разгоревшийся в Германии политический скандал не мог остаться без внимания российских медиа. На отечественных медиаплатформах вышли статьи под заголовками: *Выборы в Тюрингии показали зарождение новой Германии* [Акопов 07.02.2020]; *Меркель потребовала отменить результаты выборов премьера Тюрингии* [Гурьянов 06.02.2020]; *И эти люди будут учить нас демократии?* [Мальцев 08.02.2020]; *В Германии назвали «идиотизмом» отставку премьера Тюрингии* [Гурьянов 09.02.2020]; *Скандал в Тюрингии: демократия и Альтернатива — для Германии* [Алкснис 10.02.2020]; *Пятно позора: премьер Тюрингии уходит в отставку* [Юранец 07.02.2020]; *Немецкий чиновник уволился по просьбе Меркель из-за политического табу* [Астафурова 09.02.2020].

Абсолютным лидером по информационному освещению этих событий стало издание ВЗГЛЯД.РУ (5 медиатекстов), остальные опубликовали по

одному.

Во всех статьях издания ВЗГЛЯД.РУ входящая в правящую коалицию страны партия называется аббревиатурным наименованием *ХДС*. Лишь в одной статье в самом начале дается полное официальное имя партии на русском языке: партия *Христианско-демократический союз*. Использование аббревиатуры для *ХДС*, на наш взгляд, вполне обосновано, ведь партия и ее лидеры хорошо знакомы российской аудитории, она давно играет ключевую роль на политической арене страны, и аббревиатурное имя *ХДС* прочно закрепилось в политическом медиадискурсе. Также присутствует прозвищная номинация – *народная партия*.

Что касается партии *АдГ*, то она чаще всего (в 46 % случаев) называется аббревиатурным именем, в 36 % – вводится официальное наименование *Альтернатива для Германии*:

– *А роль Гитлера уготована Бьёрну Хёкке, лидеру регионального отделения Альтернативы для Германии (АдГ) в Тюрингии* [Акопов 07.02.2020].

Кроме того, для этой партии отмечена усеченная номинативная форма – «Альтернатива» (20 %):

– *Это не значит, что новая коалиция была бы образована с участием Альтернативы;*

– *Но если с Левыми элита работать в целом научилась, то к появлению Альтернативы она была совершенно не готова* [Акопов 07.02.2020].

По количеству прозвищных имен *АдГ* является абсолютным лидером. Партия получила следующие неофициальные наименования: *неправильная для немецкой элиты партии, недопустимая для приличных людей партия, антисистемная сила, просто обычная правая национальная партия*.

Было выявлено, что в качестве сопутствующего уточнения на организационно-правовую форму используются такие лексемы как *фракция, отделение, партия*, что более типично для наименований российских партийных объединений. Отметим, что официальное имя *АдГ* не содержит в себе такого.

Партия *Левые* называется чаще своим полным соответствием на русском языке *партия Левые* или просто *Левые* без уточняющего слова. Также отмечена номинация – *Левая партия*:

– *Правда Рамелов, представитель партии **Левые** (бывших коммунистов), сравнивает Кеммериха не с Гитлером, а с пожимающим ему на фотографии из 1933 года президентом Рейха фельдмаршалом Гинденбургом* [Акопов 07.02.2020].

При упоминании *Социал-демократической партии Германии (СДПГ)* во всех отмеченных случаях используется аббревиатурное соответствие – *СПДГ*:

– *Но провалился их партнер по местной коалиции – **СДПГ** (за что нужно благодарить Меркель, но это отдельная история), набравшая менее девяти процентов* [Акопов 07.02.2020].

Свободная демократическая партия Германии лишь в одном случае упоминается полным наименованием, а в скобках используется вторичная номинативная единица партийного имени (*СвДП*). В остальных (шести) случаях используется аббревиатура:

– *В итоге после нескольких туров неожиданно премьер-министром стал представитель **Свободной демократической партии (СвДП)**, получившей на осенних выборах всего пять процентов, Томас Кеммерих* [Акопов 07.02.2020].

Партия *Союз-90/Зеленые* упоминается дважды: полным официальным именем и усеченным вариантом *Зеленые*:

– *В ландтаге также оказались ХДС с 21 местом, Социал-демократическая партия Германии (СДПГ) (8 мест), альянс **Союз-90/ Зеленые** (5 мест) и СвДП (5 мест)* [Гурьянов 06.02.2020].

Отдельного внимания заслуживает статья Игоря Мальцева *И эти люди будут учить нас демократии?* от 8 февраля 2020 г. [Мальцев 08.02.2020].

Автор статьи при упоминании партий Германии помимо форм первичной и вторичной номинации активно использует прозвищные наименования. При этом одна и та же партия у него упоминается и в виде аббревиатуры на немецком языке и тут же может быть представлена в форме русского

аббревиатурного соответствия. Для партии *Альтернатива для Германии* он использует следующие номинации: *АдГ*, *AfD*, *Альтернатива для Германии*, *Альтернатива*, *фракция AfD*:

– Потому что за него проголосовала вся **фракция AfD**, с которой никто, естественно, не договаривался о пропихивании кандидата, устраивающего правительство в Берлине – коммуниста Рамелова.

А партия *Левые* в тексте звучит как *Левые*, *Linke*, *левые*:

– И много лет подряд там лидирует партия **Linke (Левые)**, которая является прямой наследницей гэдээровской СЕПГ.

– И тут наступил день выборов министра-президента. Предыдущий – Бодо Рамелов, коммунист из партии **Linke** – вполне устраивал стремительно левеющую Меркель и Большую Коалицию.

Создается впечатление, что автор статьи не может определиться с корректным вариантом номинации и графического оформления имени партийного движения (использование кавычек или их отсутствие, написание со строчной или прописной буквы имени партии). В большинстве случаев имена партий Германии представлены в виде аббревиатур как на русском языке, так и на немецком без перевода (*SPD*, *FDP*, *AfD*), что может препятствовать корректному пониманию медиатекста и эффективной политической коммуникации в российском медиапространстве:

– Большая Коалиция – это **ХДС/ХСС** и социалисты **SPD**, которые стали с тех пор **карликовой партией**, потеряв практически всю легитимность своего нахождения в правительстве страны.

– Что голоса **AfD** в парламенте не должны учитываться, потому что это – **неправильные голоса и неправильные депутаты**.

Кроме того, эта статья изобилует прозвищными наименованиями. Партия *АдГ* получила такие имена как *партия зачумленных и прокаженных аэфдэшников*, *партия-изгоев*, *партия «евроскептиков»*, *фашисто-нацистов*, *парламентская партия*, *маргинальная партия*. *СПДГ* – *карликовая партия*, которая потеряла практически всю легитимность своего нахождения в

правительстве страны. Такие уничижительные имена выполняют функцию сильного выразительного средства в политической медиадискурсе, мы солидарны с мнением автора работы [Иванова 2013: 44], что в дальнейшем «эти вновь созданные лапидарные, но емкие выражения закрепляются за счет многократной воспроизводимости в медиапространстве или в политических кругах, и имеют все шансы вытеснить из общественного сознания изначальное имя, которое тем не менее продолжает официально существовать».

В статье издания РИА упоминаются 5 партий: *АдГ*, *СвДП*, *Зеленые* и *Левые*. Важно отметить, что *АдГ* называется прозвищным именем – *нерукопожатно-маргинальная АдГ*. Также используются такие номинации как *АдГ* (6 случаев) и *Альтернатива* (3 случая) и полное официальное наименование на русском языке (2 упоминания) [Алскнис 10.02.2020]:

- На них ***нерукопожатно-маргинальная АдГ*** заняла второе место, получив 23,4 процента, или 22 места, в парламенте земли;
- Слишком уж некрасиво выглядит вся эта история с окриком из столицы в глазах немалой части немецкого общества, включая многих из тех, кому совершенно не близка идеология ***Альтернативы***;
- В данном случае это приняло форму политического табу на сотрудничество с ***Альтернативой***. Примечательно, что ХДС упоминается как мейнстримная политическая сила ФРГ.

В издании ГАЗЕТА.РУ довольно популярно наименование *правопопулистская Альтернатива для Германии*, которое отмечено в трех случаях из 10 [Юранец 07.02.2020]:

- Избранный 5 февраля глава правительства Тюрингии Томас Кеммерих принял решение подать в отставку из-за того, что в ходе голосования за место премьера его кандидатура одержала победу благодаря поддержке ***правопопулистской Альтернативы для Германии***;
- Свободная демократическая партия, членом которой он является, объявила в Twitter, что Кеммерих сложит полномочия, чтобы смыть «позорное пятно» поддержки ***правопопулистской Альтернативы для Германии (АдГ)***.

В шести случаях используется аббревиатура, наряду с этим встречается усеченное имя *Альтернатива*. Для издания характерно указание полного официального имени на русском языке с аббревиатурным соответствием в скобках: *Христанско-демократический союз (ХДС), Свободная демократическая партия (СвДП), Левая партия (ЛП), Социал-демократическая партия Германии (СДПГ)*. Только в медиатексте ГАЗЕТА.РУ мы встретили аббревиатурное наименование для партии *Левые – ЛП*:

– *Главным же кандидатом был предыдущий премьер Бодо Рамелов, представитель **Левой партии (ЛП)**, возглавлявший кабмин уже шесть лет.*

Издание РБК также при упоминании политических сил Германии дает их полное наименование с аббревиатурным соответствием в скобках. Прозвищных имен не отмечено.

Авторы издания Ведомости и ТАСС при первом упоминании германских партий используют полное имя с указанием аббревиатурного, затем обходятся лишь аббревиатурами:

– *Первая попытка создать в одной из земель Германии правительство с участием ультраправой партии **Альтернатива для Германии (АдГ)** провалилась;*

– *В ответ лидер фракции **АдГ** в бундестаге Александр Гауланд предложил тюрингским однопартийцам тоже проголосовать за Рамелова. [Подругина 09.02.2020].*

Отмечено одно прозвищное имя в статье ВЕДОМОСТИ для **АдГ**: ***нерукопожатная партия***. Партия *Союз 90/Зеленые* упоминается в изданиях как *зеленые*, а *Левые* – как *Левая партия*:

– *Поэтому, хотя на федеральном уровне партия все еще остается **нерукопожатной**, земельные отделения партий все чаще думают: А почему бы и нет? и этот скандал только усилит эту тенденцию, – резюмирует Белов;*
– *Глава **Левой партии** в Тюрингии Сюзанна Хенниг-Веллсоу уже потребовала от ХДС проголосовать за Рамелова [Подругина 09.02.2020];*

- В третьем туре своего кандидата Томаса Кеммериха выдвинула либеральная Свободная демократическая партия (СвДП), который в итоге неожиданно для всех победил его в решающий момент поддержала АдГ вместе с Христианско-демократическим союзом (ХДС) и **зелеными**;
- Их выиграла **Левая партия**, набрав 29 %, правые получили 22 % и на один процентный пункт обошли Христианско-демократический союз [ТАСС 06.02.2020].

Таким образом, в ходе исследования нам удалось выяснить, что в германском и российском цифровом медиапространствах активно освещается деятельность ключевых партий ФРГ, но в германской среде по понятным причинам более подробно, лидирующая позиция у издания *Spiegel online*. Без внимания не остается и номинативная сторона политических сил Германии. Собранный корпус медиатекстов онлайн-изданий представил нам широкую картину номинации ведущих германских партий на примере одного эпизода политической жизни Германии.

В большинстве случаев (87 %) в германских медиа партии называются аббревиатурным именем, использование полных официальных имен отмечено лишь в двух случаях. Таким образом, аббревиатурные наименования партий Германии вытесняют из медийного оборота полные официальные наименования, становясь самостоятельными первичными номинациями.

В половине случаев (52 %) партия *AfD* упоминается с указанием на политическую практику, отмечено 10 вариантов определений: *faschistisch*, *ultrarecht*, *rechtspopulistisch*, *euroskeptische*, *rechtsradikal*, *nationalistisch*, *rechtsnational*, *rechtsextrem*, *radikal*, *protofaschistisch*. Особой популярностью пользуется неофициальное имя *Linkspartei* для партии **Левые**.

Что касается прозвищных номинаций, то они активно используются журналистами и умело изобретаются. Кроме того, был выявлен новый бэкроним аббревиатурного имени *CDU* – ***Chaotisch Demoralisierte Union***.

В российском цифровом медиапространстве лидирующая позиция в освещении деятельности ключевых партий ФРГ у издания ВЗГЛЯД.РУ. В

медиатекстах отмечены единичные прозвищные партии номинации для АдГ. Особой популярностью наряду с уже устоявшимися прозвищами (*партия фашистов, нацистская партия, партия евроскептиков*) для этой политической силы пользуется в российском медиапространстве имя *нерукопожатная партия*, что объясняется нежеланием вступать в коалицию с этой партией и иных политических партий Германии, любые переговоры или соглашения с АдГ рассматриваются как недопустимые и способные нанести сокрушительный удар по партийную имиджу.

Что касается медиатекстов издания ВЗГЛЯД.РУ, то они наполнены прозвищными номинациями с отрицательной оценочной нагрузкой с высокими аксиологическими возможностями, вследствие чего они могут задавать негативное отношение российской аудитории к определенным политическим силам Германии. Важно отметить, что манипулирование номинациями такого типа в медиадискурсе может спровоцировать конфликты на международном уровне.

Отмечена и усеченная форма наименования для АдГ – *Альтернатива*, не характерная для германского медиадискурса, а также употребление полного или аббревиатурного имени с уточняющими слова *партия, фракция, отделение*, указывающими на организационно-правовую форму объединения, что вызвано отсутствием такового в немецком варианте и является обязательным для российских политонимов.

Кроме того, в российской медиасфере используется аббревиатурное наименование для партии *Левые – ЛП*, тогда как в германском оно отсутствует. Партия *Союз-90/Зеленые* в основном называется усеченным именем – *Зеленые*.

Важно также отметить, что во всем собранном материале, за исключением одной статьи издания ВЗГЛЯД.РУ, германские партии называются русскими соответствиями.

Наряду с этим, в виду языковой экономии в медиатекстах анализируемых изданий в большинстве случаев для обозначения немецких партий используются аббревиатурные имена, что отвечает задачам

политического медиадискурса, ведь большинство наименований немецкий партий представляют собой политимотивированные многокомпонентные лексемы. Нельзя не заметить, что в медиатекстах германские политонимы сопровождаются большим количеством эпитетов, которые эксплицитно выражают отношение к политическим силам Германии.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 3

Итак, рассмотрение германских политонимов в политической коммуникации показало, что эти номинации являются важным инструментом формирования имиджа партии, а также оказывают влияние на степень эффективности политической коммуникации. Основными факторами ее повышения можно считать использование символических имен и метафорических номинаций, вызывающих определенные ассоциации и положительные эмоции у участников коммуникации, что благоприятно сказывается на имидже политического объединения.

Кроме того, соответствие названия партии ее политической практике, а также проведение ренейминга в цифровом пространстве в поисках эффективного политонима способствуют формированию успешного политико-коммуникационного взаимодействия. В дискуссиях о партийных именах в Сети можно усматривать и новую форму политической аргументации – быть адекватными времени и политическому моменту. Кроме того, подобная генерация идей дает возможность ознакомиться с восприятием партии в обществе и отношением к ней, выявлению сильных и слабых сторон бренда.

Интернет-пространство, став уникальной площадкой для развития прямой коммуникации с электоратом, позволило раскрыть диалоговую функцию германских неофициальных политонимов, возникающих посредством электорального ренейминга, в результате которого появляются и активно эксплуатируются прозвищные имена партий. Что касается такого типа номинаций, то их можно считать общепризнанным языковым оружием в

политической коммуникации. Особый тип прозвищных имен представляют собой расшифровки официальных аббревиатурных имен (дезаббревиатуры) с ироничной и негативной коннотацией, активно эксплуатируемые медиа и гражданами Германии, которые не только успешно декодирует партийные аббревиатуры, но и владеют технологией двойного партийного наименования (присвоения полного и аббревиатурного имен).

Благодаря цифровизации медиа и активному участию граждан ФРГ в дискуссиях вокруг номинативной части партийных брендов, место и роль неофициальных имен партий Германии в политической коммуникации кардинально изменилось. Они стали сильным инструментом выражения критики к представителям власти в руках избирателей.

Кроме того, в наименованиях партий ярко выражена ресурсная функция. Они являются важным ресурсом для пополнения политического лексикона. Преимущественно аббревиатурные и краткие формы партийных имен выступают основой для образования новых понятий и явлений, самым продуктивным способом образования терминологии с включением краткой формы партийного имени является словосложение. Префиксация является одним из эффективных способов образования терминов в области политики. Отмечена тенденция к активизации процессов заимствования. Что касается конверсии, то нами отмечены лишь единичные случаи вербализации кратких партийных имен.

Относительно места и роли германских политонимов в медиaprостранстве можно констатировать, что в цифровой медиасфере им уделяется особое внимание. Проанализированный корпус публикаций германских и российских онлайн-изданий представил нам широкую картину номинации ведущих партий ФРГ. В виду языковой экономии в большинстве случаев для обозначения немецких партий используются аббревиатурные имена. Таким образом, партийная аббревиатура стала естественной частью политического медиадискурса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, достигнутые в ходе исследования результаты позволяют утверждать, что цель диссертационной работы выполнена. В первую очередь выявлено, что границы ономастического пространства расширяются, в нем складывается, в частности, ономастика политической сферы, в рамках которой формируется политонимическая система как организованная совокупность политонимов, характеризующаяся рядом признаков. Лингвистические признаки представлены искусственной природой образования онимов, единством онимических моделей, мотивированностью и множественностью номинаций (наличием первичной и вторичных номинаций), к экстралингвистическим отнесены национальная принадлежность, а также временная и территориальная соотнесенность политонимов. Кроме того, политонимическая система как совокупность взаимосвязанных элементов характеризуется целостностью, дифференцированностью входящих элементов и их взаимодействием, а также мотивировкой имени, которая позволяет раскрыть территориальные,

социальные особенности восприятия и осмысления окружающего мира носителями языка

Что касается ономастической природы политонимов, то, как показало наше исследование, нейминг партий – сложный комплексный процесс. Его отличает необходимость не только придерживаться требований законодательства, предъявляемых к таким номинативным единицам, но и добиться двухсторонней идентификации. Так, политоним, как правило, должен отражать как идеологию партии, так и аудиторию, на защиту интересов которой и направлена ее деятельность. Реализовать эти задачи становится возможным с помощью многокомпонентных полимотивированных политонимов, детально описывающих политическую практику партии и ввиду этого получивших широкую популярность среди номинативных единиц такого типа.

Изучение германских политонимов позволяет внести ряд уточнений в теорию языкового знака, в частности, онимического знака. Так, важной особенностью современных наименований политических объединений становится имплицитное выражение значения термина «партия» или замена его на альтернативные лексемы, часть из которых отражает новые реалии информационного общества (форум, платформа). Некоторые наименования партий представляют собой политические лозунги, которые несут не только смысловую, но и энергетическую нагрузку и лаконично выражают целевые устремления политической силы или призыв к действию. Это говорит о разрушении сложившегося у многих поколений когнитивного образа «политическое объединение есть *партия*» и обогащении общей формулы политонима «термин + собственно оним».

К новым результатам исследования относится выявление функций наименований партий в политической коммуникации и медиаречи, а также выявление степени эффективности политонимов, которая определяется такими критериями как идентификация, индивидуализация, соотнесенность с реальной политической практикой, имиджевость, ассоциативность, метафоричность и

оказываемый коммуникативный эффект, направленный на побуждение электората к определенному действию.

Прозвищные имена партий и деэббревиатуры, возникающие как неофициальные вторичные номинации, представлены как популярный языковой прием имяобразования. В цифровом медиапространстве аудитория, пользуясь богатыми словообразовательными возможностями языка, демонстрирует развитый лингвокреативный потенциал, предлагая насмешливые номинации, которые служат средством своеобразной сублимации агрессии и относительно безопасным способом высвобождения накопившейся агрессии по отношению к политическим силам. Поскольку намерение осмеять институты власти и их представителей при народном ренейминге и деэббревиации в политической коммуникации является ключевым, сами по себе прозвища и бэкронимы могут рассматриваться как особый политический юмор, подкрепляемый в некоторых случаях визуальными символами.

Наиболее важным результатом работы является разработанный полидисциплинарный подход к изучению наименований партий как особого фрагмента ономастического пространства, который предполагает взаимодействие таких научных направлений, как ономастика, политическая лингвистика и медиалингвистика. Интересы этих наук тесно соприкасаются в изучении политонимов. Такая полидисциплинарность исследования характерна для современного языкознания, которое уже давно не ограничивается изучением вопросов системности и структурности языка. Кроме того, предложенная в работе методика может стать полезной для проведения исследований в области политической ономастики и способствовать формированию этой области научных исследований как отдельного ономастического направления.

Перспектива развития настоящей работы заключается в создании *Словаря имен новых политических партий и объединений ФРГ*, который будет адресован студентам, аспирантам и преподавателям по различным направлениям подготовки (политология, политическая лингвистика, лингвистика,

переводоведение и др.), а также всем тем, кто интересуется политической жизнью общества.

Другую перспективу мы связываем с изучением политонимических систем других государств, опираясь на разработанную методику, с последующим их сопоставлением для выявления принципов номинации и ее регулирования с позиции законодательства, общих и наиболее сильных в аспекте политической коммуникации стратегий имяобразования политических объединений. Все это побуждает нас пристальнее следить за развитием политического нейминга в условиях меняющейся действительности.

БИБЛИОГРАФИЯ

Научная литература:

1. Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике / М.М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики / М.М. Бахтин. – М.: Худож. лит., 1975. – С. 234-407.
2. Башмакова С.В. Деловые коммуникации как способ установления и развития эффективных деловых связей / С.В. Башмакова // Зажги свою звезду: материалы XII международной научно-практической конференции молодых ученых / Научный ред. Г.Ф. Гребенщиков. – Москва: Перо, 2017. – С. 40-43.
3. Белинский А.В. Политические партии Германии в начале XXI в.: между традицией и модернизацией / А.В. Белинский // Политическая наука. – 2015. – № 1. – С. 48-59.
4. Белодед Н.И. Межкультурная коммуникация как особый тип коммуникации / Н. И. Белодед, А. П. Болкунович, В. А. Васильева //

Управление в социальных и экономических системах. – 2020. – № 29. – С. 71-72.

5. Блинова О.И. Фактор мотивированности и вариантность слова / О.И. Блинова // Язык и общество. Межвузовский научный сборник. – Саратов, 1974. – С. 144-154.

6. Блинова О.И. Ключевые термины мотивологии: испытание временем (1971–2011 гг.) / О.И. Блинова // Вестник ТГПУ. – 2012. – №10 (125). – С. 136-140.

7. Блинова О.И. Проблемы диалектной лексикологии: автореф. дис. на соиск. учен. степени д-ра филол. наук. (10.02.01) / Блинова Ольга Иосифовна Саратов. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов: [б. и.], 1975. – 44 с.

8. Блинова О.И. Явление мотивированности слов в собственно лексикологическом аспекте / О.И. Блинова // Вопросы сибирской диалектологии. – 1976. – № 2. – С. 3-17.

9. Борисов В.В. Аббревиация и акронимия: Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках / Под ред. проф. А. Д. Швейцера. – Москва: Воениздат, 1972. – 320 с.

10. Бродовская Е.В. Анализ эффективности коммуникаций парламентских российских политических партий (на примере единого дня голосования 2017 года) / Е.В. Бродовская, А.Ю. Домбровская, Д.Н. Карзубов // Гражданин. Выборы. Власть. – 2017. – № 4. – С. 69-90.

11. Будаев Э.В. Метафора в политической коммуникации: монография / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Москва: Флинта: Наука, 2018. – 247 с.

12. Бунеева Е.В. Ономастическое пространство в "маленьких" поэмах С. Есенина / Е.В. Бунеева // Экология русского языка: материалы 1-ой Международной научной конференции / Пензенский государственный педагогический университет им. В.Г. Белинского, Центр экологии русского яз.; редкол.: Е.Н. Сердобинцева (отв. ред.), О.В. Христолюбова, К.А. Милова. – Пенза, 2010. – С. 189-193.

13. Бунеева Е.В. Ономастическое пространство поэм С.А. Есенина: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Бунеева Елена Васильевна; [Место защиты: Воронеж. гос. ун-т]. – Воронеж, 2011. – 163 с.
14. Вальтер Х. Русские прозвища как объект лексикографии / Х. Вальтер, В. М. Мокиенко // Вопросы ономастики. – 2005. – № 2. – С. 52-69.
15. Ван Несс С.Р. Использование вторичной номинации при создании прозвищных наименований / С.Р. Ван Несс // Вестник Башкирского университета. – 2007. – Т.12, № 4. – С. 87-89.
16. Варачива Ю.В. Русская антропонимическая система на рубеже XX-XXI веков: основные тенденции и пути развития / Ю.В. Варачива // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 20-22.
17. Варникова Е.Н. Зоонимы: место в ономастическом пространстве / Е.Н. Варникова // Вопросы ономастики. – 2011. – № 1 (10). – С. 51-62.
18. Васильев В.Л. Гидронимия бассейна реки Мсты: свод названий и анализ микросистем / В.Л. Васильев. – М.: Издательский Дом ЯСК, 2017. 344 с.
19. Васильева Е.Г. Французская антропонимическая система в раннем Средневековье (династия Меровингов) / Е.Г. Васильева // Вестник Московского городского педагогического университета. – 2011. – № 2. – С. 40-46.
20. Верещагина О.Н. Роль имени собственного в драмах М.Ю. Лермонтова (на материале драмы "Menschen und Leidenschaften") / О.Н. Верещагина // Ономастика Поволжья: материалы XVI Международной научной конференции, посвященной 50-летию юбилею первой Поволжской ономастической конференции и памяти ее организатора В.А. Никонова: в 2 томах / Под ред.: С.В. Рябушкиной, В.И. Супруна, Е.В. Захаровой [и др.]. – Ульяновск, 2017. – С. 295-302.
21. Винер Н. Человеческое использование человеческих существ: кибернетика и общество / Н. Винер // Человек управляющий / Н. Винер. – СПб. [и др.]: Питер, 2001. – 288 с. – С. 152.
22. Воробьева И.А. Топонимия Западной Сибири / И.А. Воробьева. – Томск: ТГУ, 1977.

23. Воробьева Т.С. Неофициальные урбанонимы в современном топонимическом пространстве города / Т.С. Воробьева, Е.И. Полторжицкая // Матэрыялы Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. Магілёўскі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. А. Куляшова. – Могилев, 2017. – С. 157-159.

24. Голев Н.Д. «Естественная» номинация объектов природы собственными и нарицательными именами / Н.Д. Голев // Вопросы ономастики. – Свердловск: УрГУ, 1974. – Вып. 8-9. – С. 88-97.

25. Голомидова М.В. Искусственная номинация в русской ономастике: дис. ... д-ра филологических наук / Голомидова Марина Васильевна. – Екатеринбург, 1998.

26. Гончаров М.Ю. Риторика политической коммуникации / М. Ю. Гончаров // Массовая коммуникация в современном мире: сборник научных трудов / под ред. проф. Ю.П. Буданцева. – М.: МГИМО, 1991. – 306 с. – С. 55.

27. Грачев М.Н. К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология, 2003. – 34-42 с.

28. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретико-методологический анализ: автореф. дис. на соиск. учен. степени д-ра полит. наук. (23.00.01) / Грачев Михаил Николаевич. М.: Московский педагогический государственный университет, 2005. – 52 с.

29. Политическая коммуникация: понятие, сущность / М.Н. Грачев // Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / Под ред. Л.Н. Тимофеевой. – М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – С. 77-90.

30. Дьячков Н.А. Ономастическое пространство переводов А.А. Фета / Н.А. Дьячков // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 73. – С. 534-547.

31. Егорочкина Л.В. Основные пути развития словарного состава немецкого языка и способы словообразования в немецком языке с точки зрения

их продуктивности / Л.В. Егорочкина // Вестник Башкирского университета. – 2011. – Т. 16, № 1. – С. 130-133.

32. Журавлев А.Ф. Технические возможности языка в области предметной номинации / А.Ф. Журавлев // Способы номинации в современном русском языке. – М.: Наука, 1982. – С. 45-109.

33. Журавлев С.А. Аббревиация: Взгляд из XXI века / С.А. Журавлев // Вестник Марийского государственного университета. – 2012. – № 10. – С. 46-49.

34. Завацкая В.В. Роль политонимов в англоязычном и италоязычном публицистическом дискурсе / В.В. Завацкая // Актуальные проблемы гуманитарного образования. Материалы VII Международной научно-практической конференции / Редкол.: С.А. Важник (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2020. – С. 168-172.

35. Иванов В.А. Фактор мотивированности звукоизобразительных слов в исследованиях метафоры / В.А. Иванов // Проблемы лексико-семантической типологии. Сборник научных трудов Третьей Международной научной конференции / Под ред. А. А. Кротова, – Воронеж: ВГУ, 2016. – Т. 3. – С. 68-71.

36. Иванова С.В. Политический ребрендинг от противника как коммуникативная стратегия / С.В. Иванова // Политическая лингвистика. Екатеринбург. – 2013. – № 4 (46). – С. 42-46.

37. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах / Ф.Н. Ильясов. – М.: ИМА-пресс. 2000. – 152 с.

38. Ионова Н.П. Структурные модели личных имен антропонимической системы Коломенского района в XX – начале XXI века / Н.П. Ионова // Мир русского слова. – 2012. – № 4. – С. 283-288

39. Кармак П.Н. Политическая коммуникация как фактор легитимации политической власти: диссертация ... кандидата политических наук: 23.00.02 / Кармак Петр Николаевич. – Санкт-Петербург, 2007. – 144 с.

40. Карпенко Ю.А. Топонимика и ее место в лексической системе языка / Ю.А. Карпенко. – Черновцы, 1962.

41. Колшанский Г.В. Лингво-гносеологические основы языковой номинации / Г.В. Колшанский // Языковая номинация. Общие вопросы / Отв. ред. Б.А. Серебрянников, А.А. Уфимцева. – М.: Наука, 1977. – С. 99-146.
42. Константинова С.К. Ономастическое пространство оригинальной поэзии А.А. Фета / Константинова С.К. // Курское слово. – 2018. – № 18. – С. 3-9.
43. Копчева В.В. Соотношение искусственной и естественной номинации (на материале названий растений): диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Копчева Валентина Васильевна. – Томск, 1985. – 255 с.
44. Кузнецова Т.Б. Принципы номинации персонажей в ранних рассказах А.П. Чехова / Т.Б. Кузнецова, Т.Г. Борисова // Язык. Текст. Дискурс. – 2019. – № 17. – С. 258-263.
45. Кузьмина Е.А. Механизм политической коммуникации и факторы его эффективности: теоретико-методологический анализ: диссертация ... кандидата политических наук: 23.00.01 / Кузьмина Екатерина Александровна; [Место защиты: ГОУВПО "Саратовская государственная академия права"]. – Саратов, 2013. – 199 с.
46. Кулешова А.В. Особенности научной коммуникации в России (из опыта совета по этике научных публикаций) / А.В. Кулешова // Научный редактор и издатель. – 2018. – Т. 3, № 3-4. – С. 129-133.
47. Курбонов Х.Ш. Ономастическое пространство переводов А. Фета / Х.Ш. Курбонов // Вестник Педагогического университета. – 2015. – № 5-1 (66). С. 203-205.
48. Ларионова М.В. Новые политические партии Испании: новаторские игры имяобразования / М. В. Ларионова, Н.И. Царева // Филологические науки в МГИМО. – 2019. – Т. 4, № 12. – С. 21-29.
49. Латынов В.В. Политическая коммуникация / В.В. Латынов // Политическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2. – М., 1999. – С. 172-173.

50. Лемешова Т.В. Бренд политической партии как эффективный инструмент политического управления / Т.В. Лемешова // Научные труды Республиканского института высшей школы. – 2018. – № 17. – С. 934-102.

51. Лобанова Ю.В. Место и роль массовой коммуникации в системе социальной коммуникации / Ю.В. Лобанова // Альманах гуманитарных исследований. – Москва, 2014. – С. 69-88.

52. Максимчук Н.А. Нормативно-научная картина мира русской личности в комплексном лингвистическом рассмотрении: в 2 ч. Ч. 1/ Н.А. Максимчук. – Смоленск: СГПУ, 2002. – 184 с.

53. Максимчук Н.А. Политонимы в системе ономастических единиц: статус, функции, значение / Н.А. Максимчук // Ономастика Поволжья: материалы XVI Междунар. науч. конф., посвящ. 50-летию первой Поволж. ономастич. конф. и памяти ее организатора В.А. Никонова / ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»; под ред. С.В. Рябушкиной [и др.]. – Ульяновск. 2017. – 536 с. – С. 219-224.

54. Максимчук Н.А. Политонимы как единицы политического дискурса / Н.А. Максимчук // Образ России в условиях информационной войны конца XX – начала XXI в. Тенденции обновления политического дискурса. Материалы международной научной конференции / Под редакцией С.Г. Шулежковой. – Магнитогорск, 2017. – С. 442-451.

55. Максудов А.Г. Политическая коммуникация в сетевом пространстве / А.Г. Максудов // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2007. – № 6. – С. 42-44.

56. Марабьян К.А. Номинации животных как компонент лингвосомиотического пространства французских фольклорных текстов для детей / К.А. Марабьян // Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. – 2016. – № 1. – С. 171-178.

57. Морозова О.Н. Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы / О.Н. Морозова // Политическая лингвистика. – 2011. – № 1 (35). – С. 156-161.

58. Недяк И.Л. Маркетизация политики в логике и концепциях политического маркетинга / И.Л. Недяк // PolitBook. – 2013. – № 4. – С. 31-46.
59. Никулкина О.Г. Ономастическое пространство повести А. П. Чехова "Дуэль" (к 160-летию со дня рождения писателя) / О.Г. Никулкина // Теоретическая и прикладная лингвистика. – 2020. – Т. 6, № 2. – С. 95-108.
60. Петина С.С. Проблема межкультурной коммуникации в современном мире / С.С. Петина, Ю. М. Щербакова // Культурология, искусствоведение и филология: современные взгляды и научные исследования. Сборник статей по материалам X Международной научно-практической конференции / Отв. ред.: Е.Ю. Бутакова – Москва, 2018. – С. 57-60.
61. Петракова А.С. Мотивированность номинаций флоронимов во французском и румынском языках / А.С. Петракова // Романское культурное и языковое наследие: история и современность. Материалы международной научной конференции / Отв. ред.: И.В. Скуратов. – Москва, 2016. – С. 146-151.
62. Печаткина О.В. К вопросу о лексической мотивированности / О.В. Печаткина // Актуальные проблемы общего и регионального языкознания. – Уфа: Изд-во БГПУ, 2008. – С. 89-91.
63. Пономарева А.Е. Имя собственное в поэзии И. А. Бродского / А.Е. Пономарева // Мировая литература глазами современной молодежи. Сборник материалов III международной студенческой научно-практической конференции / Научный редактор С.В. Рудакова. – Магнитогорск, 2017. – 396 с. – С. 296-298.
64. Попова Е.А. Политические партии как вид эргонимов на примере польской и русской эргономической лексики / Е.А. Попова // Язык, сознание, коммуникация: Сб. научных статей, посвященный памяти заслуженного профессора МГУ Александры Гигорьевны Широковой / Ред. колл.: В. В. Красных, А. И. Изотов, В. Г. Кульпина. – М.: МАКС Пресс, 2009. – Вып. 38. – 200 с. – С. 146-160.

65. Романова Т.П. Ивентоним как рекламно-информативный тип имени собственного / Романова Т.П. // Вопросы ономастики. – 2020. – Т. 17, № 2. – С. 220-240 – doi: 10.15826/vopr_onom.2020.17.2.025.
66. Савина Е.В. Эффективность политической коммуникации партий с гражданами в средствах массовой информации / Е.В. Савина // Вопросы политологии. – 2020. – Т. 10, № 10 (62). – С. 2936-2942.
67. Светличная Н.О. Аббревиация и дезаббревиация в современном русском языке: лингвопрагматический аспект: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Светличная Наталия Олеговна; [Место защиты: Кубан. гос. ун-т]. – Ростов-на-Дону, 2009. – 155 с.
68. Севостьянова Е.В. Особенности развития деловой коммуникации в России / Е.В. Севостьянова // Зажги свою звезду: материалы XII международной научно-практической конференции молодых ученых / Научный ред. Г.Ф. Гребенщиков. – Москва: Перо, 2017. – С. 53-55.
69. Сивцова А.А. Антропонимы в ономастическом пространстве / А.А. Сивцова // Современные гуманитарные исследования. – 2007. – № 6 (19). – С. 115-117.
70. Сидорова А.С. Ономастическое пространство произведений М. Ю. Лермонтова / Сидорова А.С. // Буслаевские чтения: сборник научных статей по материалам VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Пенза, 2020. – С. 271-276.
71. Сидорова Т.А. Проблема мотивированности слов фразеологизированной морфемной структуры в современном русском языке: системно-функциональный и когнитивный аспекты: диссертация ... доктора филологических наук: 10.02.01 / Сидорова Татьяна Александровна; [Место защиты: Нижегород. гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского]. – Нижний Новгород, 2007. – 397 с.
72. Смолицкая Г.П. Топонимия Москвы / Г. П. Смолицкая, М. В. Горбаневский; АН СССР. – Москва: Наука, 1982. – 176 с

73. Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А.И. Соловьев // Полис. – 2002. – № 3. – С. 5-18.
74. Соловьев А.Н. Урбанонимическое поле как часть ономастического пространства / А.Н. Соловьев // Ономастика Поволжья: материалы XIII международной научной конференции / Под отв. ред. Р.В. Разумова, В.И. Супруна. – Ярославль, 2012. – 424 с. – С. 242-246.
75. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – Изд. 4-е, испр. – Москва: книжный дом «Либроком», 2012. – 368 с.
76. Суперанская А.В. Общая терминология: вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева; отв. ред. Т. Л. Канделаки. – Изд. 6-е. – Москва: URSS, 1993. – 243 с.
77. А. В. Суперанская и др. Теория и методика ономастических исследований: монография / отв. ред. А. П. Непокупный. – Изд. 3-е. – М.: книжный дом «Либроком», 2009. – 256 с.
78. Сурма И.В. Цифровая дипломатия в мировой политике / И.В. Сурма // Государственное управление. – 2015. – № 49. – С. 220-249.
79. Тавокин Е.П. Массовая Коммуникация: Сущность И Состояние В Современной России: монография / Е. П. Тавокин; Дипломатическая акад. МИД России. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва, 2011. – 200 с.
80. Тамерьян Т.Ю. Имиджевая структура концепта kanzlerin angela merkel по данным немецких СМИ / Т.Ю. Тамерьян, В.А. Цаголова // Политическая Лингвистика. – 2018. – № 3 (69). С. 69-75.
81. Тамерьян Т.Ю. Названия партий как маркер идеологических концептов политического дискурса / Т.Ю. Тамерьян, А. Качмазова // Политическая лингвистика. – 2019. – № 6 (78). – С. 110-115.
82. Ткаченко О.А. Переименование политических партий в современной Германии [Электронный ресурс] / О.А. Ткаченко // Политическая

лингвистика. – 2019. – № 6 (78). – С. 116-124. – Режим доступа: <http://journals.uspu.ru/attachments/article/2532/14.pdf>.

83. Ткаченко О.А. Политическая повседневность современной Германии в зеркале имен политических партий [Электронный ресурс] / О.А. Ткаченко // Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей: межвуз. сб. науч. работ студентов, магистрантов и аспирантов. Вып. 20 / Отв. ред. А. А. Малышев. – СПб., 2020. – С. 162-168. – Режим доступа: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1587364592_3038.pdf.

84. Ткаченко О.А. Смеховой мир в политической коммуникации современной Германии [Электронный ресурс] / О.А. Ткаченко // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения: сб. матер. Междунар. научн. форума (9–12 ноября 2020 г.) / Отв. ред. В. В. Васильева. В 3-х т. Т. 3. – СПб.: СПбГУ, 2020. – С. 129-131. – Режим доступа: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1604690162_9494.pdf.

85. Трегубов Н.А. Муниципальные выборы в России: факторы эффективности политической коммуникации / Н.А. Трегубов // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2014. – № 1 (72). – С. 61-79.

86. Ульянова Н.П. Соотношение стихийных факторов и сознательного регулирования в механизмах языковой номинации: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Ульянова Нина Павловна. – Москва, 1984. – 199 с.

87. Федеративная Республика Германия. Конституция и законодательные акты: Сборник: Пер. с нем. / Составитель Т. Г. Морщакова; под ред. Ю.П. Урьяса. – М.: Прогресс, 1991. – 468 с.

88. Худайбердина М.У. К проблеме структурирования ономастического пространства художественного текста (на материале поэтического сборника И.А. Бродского "Урания") / М.У. Худайбердина //

Вестник Пермского государственного технического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2010. – № 4. – С. 134-146.

89. Хусаинова Э.Р. Проблемы заимствования в немецком языке и особенности его перевода / Э.Р. Хусаинова // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. – 2005. – Т. 5, № 1. – С. 233-236.

90. Цонева Л.М. Ономастическая игра в медиаобразе Ангелы Меркель / Л.М. Цонева // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. – 2020. – № 2. – С. 199-206.

91. Цуциева М.Г. Метафора как инструмент идеологии в политическом дискурсе Германии / М.Г. Цуциева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2012. – Т. 1, № 4. – С. 191-196.

92. Чанчина А.В. Проблема мотивированности и членимости слов с "десемантизированным" корнем: на материале современного русского языка: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Чанчина Анна Валериевна; [Место защиты: Нижегород. гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского]. – Нижний Новгород, 2010. – 187 с.

93. Чижов Д.В. Формирование имиджа российских политических партий в сети Интернет / Д.В. Чижов // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2016. – № 1. – С. 313-338.

94. Шарафутдинова Н.С. Способы создания кратких вариантов терминов в немецком языке / Н.С. Шарафутдинова // Наука и школа. – 2013. – № 4. – С. 53-58.

95. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология: В 3 ч. Ч. 1 / Р.-Ж. Шварценберг. – М.: Б. и., 1992. – 180 с.

96. Шевелева Л.В. Лексикология современного немецкого языка: курс лекций: учеб. пособие / Л. В. Шевелева. – М.: Высш. шк., 2004 (ГУП Смол. обл. тип. им. В.И. Смирнова). – 239 с.

97. Щербакова Т.В. Искусственная номинация коммерческих предприятий: на материале тюменских наименований: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Щербакова Татьяна Владимировна; [Место защиты: Тюмен. гос. ун-т]. – Тюмень, 2009. – 195 с.
98. Шимкевич Н.В. Внутренняя политика государства как фактор формирования эргонимии / Н.В. Шимкевич // Политическая лингвистика. – 2014. – № 1. – С. 212-217.
99. Шимкевич Н.В. Эволюция русской политонимии в новейшее время / Н.В. Шимкевич // Вопросы ономастики. – 2019. – Т. 16, № 2. – С. 178-198.
100. Шмелева Т.В. Ономастика: учебное пособие / Т. В. Шмелева; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Кубанский гос. ун-т", фил. в г. Славянск-на-Кубани. – Славянск-на-Кубани: Издательский центр фил. ФГБОУ ВПО "КубГУ" в г. Славянске-на-Кубани, 2013. – 161 с.
101. Шустова И.Н. Аксиологический потенциал политических прозвищ / И.Н. Шустова // Russian Linguistic Bulletin. – 2015. -№ 3 (3). – С. 8-9
102. Юдина Т. Германия. Новая политэстетика [Текст] / Т. В. Юдина. – Москва: РОССПЭН, 2010. – 175 с.
103. Baxmann-Kragfft E.-V. Regeln für das Bilden von Kurzformen nach DIN / E.-V. Baxmann-Kragfft [Normenausschuss Terminologie des Deutschen Instituts für Normung, Berlin].
104. Bellmann G. Zur Variation im Lexikon: Kurzwort und Original / G. Bellmann // Wirkendes Wort. – 1980. № 30 (6). – S. 369-383.
105. Bergstrom-Nielsen H. Die Kurzwörter im heutigen Deutsch / H. Bergstrom-Nielsen // Moderna språk. – 1952. – Vol. 46. – S. 2-22.
106. Fleischer W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1982. – 363 s.
107. Fleischer W. Wortbildung der Deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer, I. Barz. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1992. – 375 s.

108. Fleischer W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer, I. Barz, M. Schröder // Tübingen. – 1995. – Mode of access: <https://lib.ugent.be/en/catalog/rug01:000364208>.
109. Gersbach B. Wortbildung in gesprochener Sprache / B. Gersbach, R. Graf. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1984. – 313 s.
110. Greule A. Die Wortkürzung – ein neuer Weg der Wortbildung? / A. Greule // Forschungsmagazin der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz 8 / A. Greule. – Mainz: Gutenberg-Universität, 1992. – S. 58-65.
111. Havers W. Handbuch der erklärenden Syntax / W. Havers. – Heidelberg, 1931. – XVIII-292 p.
112. Heringer H.J. Deutsche Grammatik und Wortbildung in 125 Fragen und Antworten [Electronic resource] / H.J. Heringer // UTB. – 2014. – Mode of access: <https://www.goethe.de/ins/ru/ru/kul/ser/onl.html>.
113. Horn W. Sprachkörper und Sprachfunktion / W. Horn. – Berlin, 1923. – 144 s.
114. Kohlheim R. Spätmittelalterliche Personennamen im Bayerischen Vogtland / R. Kohlheim, V. Kohlheim // Namenkundliche Informationen. – 2017. № 109/110. – P. 358-386.
115. Lawrenz B. Moderne deutsche Wortbildung / B. Lawrenz. – Hamburg: Kovac, 2006. – 271 s.
116. Lohde M. Wortbildung des modernen Deutschen / M. Lohde. – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2006. – 350 s.
117. Moser H. Typen sprachlicher Ökonomie im heutigen Deutsch / H. Moser // Sprache der Gegenwart, 13. – Jahrbuch, Mannheim, 1970. – S. 89-118.
118. Mrozek R. Das onymische System und seine Subsysteme (anhand der schlawischen Sprachen) [Electronic resource] / R. Mrozek // Namenkundliche Informationen. – 2001. – S. 13-36. – Mode of access: <https://www.namenkundliche-informationen.de/baende/download/25533/id28690/>
119. Naumann B. Wortbildung in der Deutschen Gegenwartssprache / B. Naumann. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1972. – 119 s.

120. Pye L. Political Communication / L. Pye // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions. – Oxford–New York, 1987. – P. 442.

121. Ronneberger-Sibold E. Sprachverwendung – Sprachsystem. Ökonomie und Wandel. Linguistische Arbeiten, 87 / E. Ronneberger-Sibold. – Tübingen, Niemeyer, 1980.

122. Sahel S. Einführung in die Morphologie des Deutschen [Electronic resource] / S. Sahel // Wissenschaftliche Buchgesellschaft. – 2013. – Mode of access: <https://www.goethe.de/ins/ru/ru/kul/ser/onl.html>.

123. Schippan Th. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache / Th. Schippan. – Tübingen: Niemeyer, 2002. – 306 s.

124. Schröder M. Kurzwörter im Wörterbuch / M. Schroder. – Heidelberg: Winter, 2000. – S. 91-105.

125. Steinhauer A. Sprachökonomie durch Kurzwörter / A. Steinhauer. – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2000. – 371 s.

126. Viegerre W. Zum Gebrauch von Kurzwörtern im Neuhochdeutsch / W. Viegerre // Sprachwissenschaft, VIII. – Heidelberg, 1983. – S. 207-235.

127. Wellmann H. Deutsche Wortbildung, Hauptteil 2, Das Substantiv / H. Wellmann. – Düsseldorf: Schwann, 1975. – 500 s.

128. Wolfgang M. Antrag auf Umbenennung der Piratenpartei [Electronic resource] / M. Wolfgang // Carta. – 2010. – Mode of access: <http://carta.info/antrag-auf-umbenennung-der-piratenpartei/>.

129. Zipf G.K. The psycho-biology of language. An introduction to dynamic philology / G.K. Zipf. – London. Routledge, 1936.

Словари и справочники:

130. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М.: Сов. энциклопедия, 1966. – 608 с.

131. Виноградов В.А. Словосложение: [словарная статья] / В.А. Виноградов // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 707 с.
132. Гетц Д. Большой словарь Лангеншайдта немецкого языка как иностранного / Д. Гетц, Г. Вельман, – Берлин, Мюнхен, 2003.
133. Добродомов И.Г. Заимствование: [словарная статья] / И.Г. Добродомов // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 707 с.
134. Онлайн-словарь Duden [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.duden.de/>.
135. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. – Москва: Наука, 1978. – 198 с.
136. Политология: Энциклопедический словарь / Общ. ред. и сост. Ю.И. Аверьянов. – М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993. – 431 с. – С. 164-165.
137. Санжаревский И.И. Политическая наука: словарь-справочник / И.И. Санжаревский. – Тамбов, 2016.
138. Татаринов В.А. Общее терминоведение: энциклопедический словарь / В.А. Татаринов. – М.: Московский лицей, 2006. – 526 с.
139. Терминологический словарь библиотекаря по социально-экономической тематике. – СПб: Российская национальная библиотека, 2011. – 136 с.
140. Яценко Н.Е. Толковый словарь обществоведческих терминов / Н.Е. Яценко. – СПб.: Лань, 1999. – 528 с.

Источники:

141. Акопов П. Выборы в Тюрингии показали зарождение новой Германии [Электронный ресурс] / П. Акопов // Взгляд. – 2020. – Режим доступа: <https://vz.ru/world/2020/2/7/1022430.html>.

142. Алскнис И. Скандал в Тюрингии: демократия и "Альтернатива" – для Германии [Электронный ресурс] / И. Алскнис // РИА Новости. – 2020. – Режим доступа: <https://ria.ru/20200210/1564461346.html>.

143. Астафурова К. Немецкий чиновник уволился по просьбе Меркель из-за «политического табу» [Электронный ресурс] / К. Астафурова // РБК. – 2020. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/09/02/2020/5e3f2a9f9a794767ffd55839>.

144. Гурьянов С. В Германии назвали «идиотизмом» отставку премьера Тюрингии [Электронный ресурс] / С. Гурьянов // Взгляд.ру. – 2020. – Режим доступа: <https://vz.ru/news/2020/2/9/1022794.html>.

145. Гурьянов С. Меркель потребовала отменить результаты выборов премьера Тюрингии [Электронный ресурс] / С. Гурьянов // Взгляд. – 2020. – Режим доступа: <https://vz.ru/news/2020/2/6/1022369.html>.

146. Гурьянов С. Политолог назвал последствия скандального увольнения премьера Тюрингии для ФРГ [Электронный ресурс] / С. Гурьянов // Взгляд.ру. – 2020. – Режим доступа: <https://vz.ru/news/2020/2/6/1022413.html>.

147. КонсультантПлюс СПС [Электронный ресурс]: офиц. веб-сайт. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.

148. Лаборатория Богданова и партии-сквоттеры. Путеводитель по новым партиям России. Часть первая [Электронный ресурс] // Ленат.ру. – 2012 – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2012/08/31/party1/>.

149. Мальцев И. И эти люди будут учить нас демократии? [Электронный ресурс] / И. Мальцев // Взгляд.ру. – 2020. – Режим доступа: <https://vz.ru/opinions/2020/2/8/1022579.html>.

150. Меркель призвала отменить результаты выборов премьера в Тюрингии [Электронный ресурс] // ТАСС. – 2020. – Режим доступа: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/7700761>.

151. Новые политические пираты [Электронный ресурс] // Актуальные комментарии. – 2017. – Режим доступа: <http://actualcomment.ru/novye-politicheskie-piraty-1704261011.html>.

152. Пальвелева Л. Имя партии [Электронный ресурс] / Л. Пальвелева // Радио свобода: сайт. – 2012. – 02 мая. – Режим доступа: <https://www.svoboda.org/a/24571442.html>.

153. Подругина В. Немецким ультраправым не удалось впервые войти в земельное правительство [Электронный ресурс] / В. Подругина // Ведомости. – 2020. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2020/02/09/822583-zemelnoe-pravitelstvo>.

154. Федеральный закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О государственном языке Российской Федерации» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749/.

155. Юранец А. «Пятно позора»: премьер Тюрингии уходит в отставку [Электронный ресурс] / А. Юранец // Газета.ru. – 2020. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/2020/02/06_a_12948013.shtml.

156. Abkürzungen und ihre Bedeutung [Electronic resource] // Chefkoch. – 2002. – Mode of access: <https://www.chefkoch.de/forum/2,31,46568/Abkuerzungen-und-ihre-Bedeutung.html>.

157. AfD erwirkt vor Gericht einstweilige Verfügung gegen die „Allianz deutscher Demokraten“ [Electronic resource] // AfDkompakt. – 2017. – Mode of access: <https://afdkompakt.de/2017/02/10/afd-erwirkt-vor-gericht-einstweilige-verfuegung-gegen-die-allianz-deutscher-demokraten/>.

158. Andreasch R. Deutscher Sozialismus und querfrontlerische Töne: Der dritte Weg [Electronic resource] / R. Andreasch // Ub. – 2014. – Mode of access: https://www.xn--untergrund-blittle-qb.ch/politik/deutschland/der_dritte_weg_4591.html.

159. Antrag auf Umbenennung der Piratenpartei [Electronic resource] // Carta. – 2010. – Mode of access: <http://carta.info/antrag-auf-umbenennung-der-piratenpartei/>.

160. Artikel 3 [Electronic resource] // Facebook. – Mode of access: <https://www.facebook.com/Politische-Partei-Artikel-3-1479454899050659/>.

161. Bangel Ch. Ministerpräsidentenwahl: Das ist nicht mehr die Mitte [Electronic resource] / Ch. Bangel // Zeit online. – 2020. – Mode of access: <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2020-02/ministerpraesidentenwahl-afd-thueringen-wahl-landtag-thomas-kemmerich-fdp>.

162. Bayern jetzt vollständig piratisiert [Electronic resource] // Piratenpartei-Bayern. – 2009. – Mode of access: <https://piratenpartei-bayern.de/2009/11/09/contentbayern-jetzt-vollstaendig-piratisiert/>.

163. BERLIN GRÜNT! Erfolgsmeldungen aus der grünen Regierungsarbeit [Electronic resource] // Grüne Berlin. – 2016. – Mode of access: <https://gruene.berlin/berlingruent>.

164. Berliner Reaktionen zur Thüringen-Wahl: CDU sieht kein Problem [Electronic resource] // TAZ. – 2020. – Mode of access: <https://taz.de/Berliner-Reaktionen-zur-Thueringen-Wahl/!5662194/>.

165. Besse M. Toponymische Namenpaare in Sprachgrenzzonen. Terminologische, typologische und methodische Überlegungen [Electronic resource] / M. Besse // Namenkundliche Informationen. – 2000. – Mode of access: <https://www.namenkundliche-informationen.de/ni-25724-25725>.

166. Bichlmeier H. Ein neuer Vorschlag zur Etymologie des Flussnamens Unstrut [Electronic resource] / H. Bichlmeier, A. Opfermann // Namenkundliche Informationen. – 2011. – Mode of access: <https://www.namenkundliche-informationen.de/ni-10499-12435>.

167. Bös R. Warum eine Umbenennung keine Lösung sein kann [Electronic resource] / R. Bös // Horizont.Net. – 2014. – Mode of access: <https://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/Roland-Boes-zur-FDP-Warum-eine-Umbenennung-keine-Loesung-sein-kann-121158>.

168. Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz [Electronic resource] // Gesetze im Internet. – 2020. – Mode of access: <https://www.gesetze-im-internet.de/partg/>.

169. Bundeszentrale für politische Bildung [Electronic resource]: web-site. – Mode of access: <https://www.bpb.de>.

170. Club der Unfähigen [Electronic resource] // Spiegel Online. – 2005. – Mode of access: <https://www.spiegel.de/spiegel/print/d-39694595.html>.

171. Coates R. Namen und Recht in Großbritannien aus linguistischer Sicht [Electronic resource] / R. Coates // Namenkundliche Informationen. – 2015. – Mode of access: <https://www.namenkundliche-informationen.de/baende/download/-30794/id30793>.

172. Der Bundeswahlleiter [Electronic resource]: web-site. – Mode of access: <https://www.bundeswahlleiter.de/>.

173. Der Sieger heißt Höcke [Electronic resource] // TAZ. – 2020. – Mode of access: <https://taz.de/Coup-der-AfD-in-Thueringen/!5662211/>.

174. Deutsche liberale in der krise. FDP – Fast Drei Prozent [Electronic resource] // Der Standard. – 2011. – Mode of access: <https://www.derstandard.at/story/1315005533402/deutsche-liberale-in-der-krise-fdp--fast-drei-prozent>.

175. Die FDP umbenennen, um das Image aufzupolieren [Electronic resource] // ZPF heute. – 2014. – Mode of access: https://www.facebook.com/ZDFheute/photos/a.275406990679/10152520169615680/?type=3&comment_id=10152520935820680.

176. Die FDP und Thüringen: Lindners Legende [Electronic resource] // TAZ. – 2020. – Mode of access: <https://taz.de/Die-FDP-und-Thueringen/!5658334&s=Union+Th%C3%BCrtingen/>.

177. Die Mutti aller Schlachten [Electronic resource] // Süddeutsche Zeitung. – 2017. – Mode of access: <https://sz-magazin.sueddeutsche.de/frauen/die-mutti-aller-schlachten-83392>.

178. Die Urbane [Electronic resource]: web-site. – Mode of access: <https://www.die-urbane.de/die-urbane.html>.

179. Die Violetten [Electronic resource]: web-site. – Mode of access: <http://die-violetten.de/>.

180. Diskussionsforum der Piratenpartei. Umbenennung in Piratenpartei Europa Nationalverband Deutschland [Electronic resource] // Piraten. – 2018. –

Mode of access: <https://forum.piratenpartei.de/t/verworfen-umbenennung-in-piratenpartei-europa-nationalverband-deutschland/2035>.

181. DKP [Electronic resource]: web-site. – Mode of access: <https://dkp.de/>

182. Elchler H. Flirten mit der AfD Hochrangige CDU-Funktionäre halten Koalition für denkbar [Electronic resource] / H. Elchler // Mitteldeutsche Zeitung. – 2019. – Mode of access: <https://www.mz-web.de/sachsen-anhalt/landespolitik/flirten-mit-der-afd-hochrangige-cdu-funktionaere-halten-koalition-fuer-denkbar-32728658>.

183. FDP – Fast drei Prozent [Electronic resource] // Süddeutsche Zeitung. – 2011. – Mode of access: <https://www.sueddeutsche.de/politik/forsa-umfrage-fdp-sackt-weiter-ab-1.1190335>.

184. Fragen und Antworten [Electronic resource] // V-Partei. – Mode of access: <https://v-partei.de/vparteihoch3/fragen-und-antworten/>.

185. Gathmann F. CDU nach der Hamburg-Wahl. Chaotisch-Demoralisierte Union [Electronic resource] / F. Gathmann // Spiegel online. – 2020. – Mode of access: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/chaotisch-demoralisierte-union-a-56b323ba-6497-4465-93d6-2c210224584e>.

186. Gaugele J. Merkel-Stellvertreter verlangt Grünen-Umbenennung [Electronic resource] / J. Gaugele, C. Kade // Welt. – 2014. – Mode of access: <https://www.welt.de/politik/deutschland/article133640230/Merkel-Stellvertreter-verlangt-Gruenen-Umbenennung.html>.

187. Glitzerkollektiv [Electronic resource]: web-site. – Mode of access: <https://glitzerkollektiv.de/>.

188. Grundgesetz. Art. 146 [Electronic resource] // Dejure. – Mode of access: URL: <https://dejure.org/gesetze/GG/146.html>.

189. Grüne reden Dioxin-Skandal auf Biohöfen klein [Electronic resource] // Top agrar online. – 2010. – Mode of access: <https://www.topagrar.com/management-und-politik/news/gruene-reden-dioxin-skandal-auf-biohoefen-klein-9598194.html>.

190. Hebenstreit J. Partei Mensch Umwelt Tierschutz [Electronic resource] / J. Hebenstreit // Bundeszentrale für politische Bildung. – 2021. – Mode of access:

<https://www.bpb.de/politik/grundfragen/parteien-in-deutschland/kleinparteien/-207268/tierschutzpartei>.

191. Heller L. Allianz Deutscher Demokraten (AD-Demokraten) [Electronic resource] / L. Heller // Bundeszentrale für politische Bildung. – 2018. – Mode of access: <https://www.bpb.de/politik/wahlen/wer-steht-zur-wahl/hessen-2018/275300/ad-demokraten>.

192. Hickmann Ch. CDU-Chefin Kramp-Karrenbauer nach Thüringen. Kontrollverlust [Electronic resource] / Ch. Hickmann, V. Medick, Ch. Teevs // Spiegel online. – Mode of access: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/cdu-nach-der-thueringen-entscheidung-kontrollverlust-a-1365803e-1ff9-4056-be52-f9d09ace52b7>.

193. Initiative 146 [Electronic resource]: web-site. – Mode of access: <http://www.initiative146.de/>.

194. Jüdische Abteilung der AfD gegründet – Demo in Frankfurt [Electronic resource] // Berliner Morgenpost. – 2018. – Mode of access: <https://www.morgenpost.de/politik/article215501501/Knobloch-Man-muss-die-AfD-eine-Nazipartei-nennen.html>.

195. Junge AfDler nennen sich "Höckejugend" [Electronic resource] // NTV.de. – 2020. – Mode of access: https://www.n-tv.de/der_tag/Junge-AfDler-nennen-sich-Hoeckejugend-article21542158.html.

196. Kemmerich proteste [Electronic resource] // Tagesschau. – Mode of access: <https://www.tagesschau.de/inland/kemmerich-proteste-111.html>.

197. KPD Online [Electronic resource]: web-site. – Mode of access: <http://www.k-p-d-online.de/>.

198. Landesverbände [Electronic resource] // Alternative für Deutschland – Mode of access: <https://www.afd.de/partei/landesverbaende/>.

199. Lustige Abkürzungen [Electronic resource] // Deutschesprüchexxl. – Mode of access: <https://deutschespruechexxl.de/lustigeabkuerzungen/7/>.

200. Lustige Abkürzungen [Electronic resource] // Wikifan. – Mode of access: https://fun.fandom.com/wiki/Lustige_Abk%C3%BCrzungen.

201. Meine CDU lebt von der Kritik [Electronic resource] // TAZ. – 2020. – Mode of access: <https://taz.de/Ruprecht-Polenz-zur-CDU-nach-Thueringen/!5662243&s=faschistische+Partei/>.

202. Nach dem Amtsverzicht von Martin Schulz: SPD auf Schulz-Entzug [Electronic resource] // TAZ. – Mode of access: <https://taz.de/Nach-dem-Amtsverzicht-von-Martin-Schulz/!5481030/>.

203. Nach Lindner-Besuch in Thüringen: Kemmerich tritt wieder ab [Electronic resource] // TAZ. – 2020. – Mode of access: <https://taz.de/Nach-Lindner-Besuch-in-Thueringen/!5662292&s=F%C3%BCnf+Prozent+Partei/>.

204. Namensstreit: Freie Wähler oder Freie Bürger? [Electronic resource] // FBB Baden-Baden. – 2017 – Mode of access: <https://www.fbb-baden-baden.de/fokus/politik/namensstreit-freie-waehler-oder-freie-buerger>.

205. Negatives Urteil im Namenkonflikt [Electronic resource] // Ad Demokraten. – 2017. – Mode of access: <https://ad-demokraten.de/2017/03/negatives-urteil-im-namenskonflikt-mit-der-afd-erwartet/>.

206. Neuer Name für die Liberalen? FDP-Vize schlägt Umbenennung der Partei vor [Electronic resource] // T-Online. – 2014. – Mode of access: https://www.t-online.de/nachrichten/deutschland/parteien/id_70017512/fdp-vize-schlaegt-umbenennung-der-partei-vor.html.

207. NEUESTE UMFRAGE: FDP = Fast Drei Prozent [Electronic resource] // TAZ. – Mode of access: <https://taz.de/!217485/>.

208. Neumann A.M. Pirat als Chef vom Glitzerkollektiv [Electronic resource] / A.M. Neumann // Prenzlauerberg Nachrichten. – 2016. – Mode of access: <https://www.prenzlauerberg-nachrichten.de/2016/10/12/pirat-als-chef-vom-glitzerkollektiv/>.

209. Niejahr E. Soll man mit der AfD reden? [Electronic resource] / E. Niejahr // Zeit online. – 2016. – Mode of access: <https://www.zeit.de/2016/05/afd-landtagswahl-tv-debatte-dialog-contra>.

210. Nowak P. Droht die Piratisierung Deutschlands? [Electronic resource] / P. Nowak // Heise online. – 2012. – Mode of access: <https://www.heise.de/tp/news/Droht-die-Piratisierung-Deutschlands-2029255.html>.

211. Opalkova Ja. Anthroponyme in der Amtskommunikation aus dem Blickwinkel der nationalen Bedürfnisse – unter Berücksichtigung interkultureller Besonderheiten [Electronic resource] / Ja. Opalkova // Namenkundliche Informationen. – 2016. – Mode of access: <https://www.namenkundliche-informationen.de/ni-32204-35844>.

212. Partei [Electronic resource] // Tierschutzallianz. – Mode of access: <https://www.tierschutzallianz.de/partei.html>.

213. Partei für sozialistische Gleichheit ändert Namen in sozialistische Gleichheitspartei [Electronic resource] // SPG. – 2017. – Mode of access: <https://www.gleichheit.de/resolutionen/umbenennung>.

214. Pieciul E. Literarische Personennamen in deutsch-polnischer Translation (Thomas Manns Namengebung in der Übersetzung) [Electronic resource] / E. Pieciul // Namenkundliche Informationen. – 2001. – Mode of access: <https://www.namenkundliche-informationen.de/ni-25531-25723>.

215. Politische Partei Artikel 3 [Electronic resource] // Facebook. – Mode of access: <https://www.facebook.com/Politische-Partei-Artikel-3-1479454899050659/>.

216. Pro und Contra Neuwahl in Thüringen: Nochmal wählen? [Electronic resource] // TAZ. – 2020 – Mode of access: <https://taz.de/Pro-und-Contra-Neuwahl-in-Thueringen/!5662404&s=Linkspartei+Th%C3%BCrtingen/>.

217. Projekt Offene Schere [Electronic resource] // Facebook. – Mode of access: https://www.facebook.com/pg/POS-895930597177994/about/?tab=page_info.

218. Rochow S. Alternative für Christen? [Electronic resource] / S. Rochow // Die Tagespost. – 2017. – Mode of access: <https://www.die-tagespost.de/politik/aktuell/Alternative-fuer-Christen;art315,181134>.

219. Roth J. Soll man sie eine Naziartei nennen? [Electronic resource] / J. Roth // TAZ. – 2017. – Mode of access: <https://taz.de/AfD-im-Bundestag/!5447952/>.

220. Rottwilm C. Namen wie volksPhone oder volksPad böten sich an [Electronic resource] / C. Rottwilm // Manager Magazin. – 2012. – Mode of access: <https://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/a-833812.html>.

221. Schaible J. Wer hat uns verraten? Freie Demokraten! [Electronic resource] / J. Schaible // Spiegel online. – 2020. – Mode of access: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/tabubruch-der-fdp-in-thueringen-wer-hat-uns-verraten-freie-demokraten-a-d3b7f2f9-e8d8-4703-8393-ee3da8a80258>.

222. SGP. Partei für sozialistische Gleichheit ändert Namen in sozialistische Gleichheitspartei [Electronic resource] // Gleichheit. – 2017. Mode of access: <https://www.gleichheit.de/resolutionen/umbenennung>.

223. So null Komma null vorbereitet, dass es fast wehtut [Electronic resource] // Spiegel online. – 2020. – Mode of access: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/thueringen-wahl-von-fdp-politiker-thomas-kemmerich-in-der-internationalen-presseschau-a-9a37f30d-e998-4397-bd0b-abdaa86c0592>.

224. Tangermann G. Die AfD kann man mit Nazis vergleichen [Electronic resource] / G. Tangermann // Welt. – 2019. – Mode of access: <https://www.welt.de/politik/deutschland/article191320353/Soenke-Rix-SPD-Die-AfD-kann-man-mit-Nazis-vergleichen.html>.

225. Thüringen: FDP-Politiker Thomas Kemmerich ist neuer Ministerpräsident [Electronic resource] // Zeit online. – 2020. – Mode of access: <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2020-02/thueringen-fdp-kandidat-ist-neuer-ministerpraesident>.

226. Thüringen: "FDP und CDU werden zum Steigbügelhalter der AfD" [Electronic resource] // Zeit online. – 2020. – Mode of access: <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2020-02/thueringen-wahl-landtag-afd-fdp-cdu-ministerpraesidentenwahl>.

227. Thüringens neuer Ministerpräsident: Fassungslosigkeit in Berlin [Electronic resource] // TAZ. – 2020. – Mode of access: <https://taz.de/Thueringens-neuer-Ministerpraesident/!5662136/>.

228. Tkachenko O.A. Role of Media in Discussions of Political Parties Names of Modern Germany / O.A. Tkachenko // Proceedings of "DICTUM – FACTUM: from Research to Policy Making". – Sevastopol, 2019. – P. 183-191. – doi: 10.32743/dictum-factum.2020.183-191.

229. T-Shirts zum Suchbegriff: "Club Der Unfähigen" [Electronic resource] // Spreadshirt. – Mode of access: <https://www.spreadshirt.de/club+der+unf%C3%A4higen+t-shirts>.

230. Umbenennung in Piratenpartei Europa Nationalverband Deutschland [Electronic resource] // Diskussionsforum der Piratenpartei. – 2018. – Mode of access: <https://forum.piratenpartei.de/t/verworfen-umbenennung-in-piratenpartei-europa-nationalverband-deutschland/2035>.

231. VERA [Electronic resource] // Bundeswahlleiter. – Mode of access: <https://www.bundeswahlleiter.de/dam/jcr/e70fb55b-dbd5-41d4-90cf-3121dcc8615b-/vera.pdf>.

232. Von Alenmann U. Die Entstehung und Entwicklung der deutschen Parteien [Electronic resource] / U. Von Alenmann // Bundeszentrale für politische Ausbildung. – 2018. – Mode of access: <https://www.bpb.de/politik/grundfragen/parteien-in-deutschland/202312/entstehung-und-entwicklung-bis-1933>.

233. Werner E. Mini-Partei schillert online [Electronic resource] / E. Werner // Moz.de. – 2017. – Mode of access: <https://www.moz.de/lokales/eberswalde/mini-partei-schillert-online-48724104.html>.

234. Wir erwarten von Thomas Kemmerich, dass er das Amt unverzüglich niederlegt [Electronic resource] // Spiegel online. – 2020. – Mode of access: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/thueringen-die-fdp-hat-sich-von-faschisten-ins-amt-waehlen-lassen-a-12efca47-e6ab-4d93-9e4b-e74a6c849f9e>.

235. Wischhusen A. FDPler und Ex-AfDler gründen Fraktion in Eimsbüttel [Electronic resource] / A. Wischhusen // Eimsbütteler Nachrichten. – 2019. – Mode

of access: <https://www.eimsbuetteler-nachrichten.de/fdpler-und-ex-afdler-gruenden-fraktion-in-eimsbuettel/>.

236. Woerlein A. Junge SPDler wollen in den Bundestag [Electronic resource] / A. Woerlein // Rhein-Neckar-Zeitung. – 2020. – Mode of access: https://www.rnz.de/nachrichten/heidelberg_artikel,-heidelberg-junge-spdler-wollen-in-den-bundestag-_arid,517946.html.

237. ZPF heute. Die FDP umbenennen, um das Image aufzupolieren [Electronic resource] // Facebook. – 2014. – Mode of access: https://www.facebook.com/ZDFheute/photos/a.275406990679/10152520169615680/?type=3&comment_id=10152520935820680.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Имена политических партий и объединений Федеративной Республики Германии

Алфавитный индекс

В настоящем алфавитном индексе представлены имена политических

партий и объединений Федеративной Республики Германии, зарегистрированные в соответствии с Законом о политических партиях от 24.07.1967 (6 параграф, пункт 3) по состоянию на 20 июля 2017 года. Наименования партий расположены в соответствии с алфавитным порядком немецкого языка. Список имен партий взят с официального сайта Руководителя Федеральными выборами ФРГ [Bundeswahlleiter]. Германские политонимы даются в переводе автора. Следует отметить, что перевод германских политонимов как безэквивалентной лексики в некоторых случаях вызывает определенные трудности, обусловленные морфологическими и грамматическими особенностями немецкого языка. Большинство имен партий переведены методом калькирования — данный способ передачи позволил сохранить соотношение содержания и формы при переводе. В случаях, если в русском языке удалось выявить устоявшееся соответствие для германского политонима, то оно и указывалось в качестве перевода. Кроме того, в представленном алфавитном индексе у наименований партий сохранено их графическое оформление (написание со строчной / прописной буквы, наличие знаков пунктуации).

№	Название партии <i>Name</i>	Сокращенное обозначение <i>Kurzbezeichnung</i>	Перевод на русский язык
1	Ab jetzt...Demokratie durch Volksabstimmung	-	Отныне...Демократия путем всенародного голосования
2	Achtsame Demokraten	Die Achtsamen	Внимательные демократы
3	Allianz Deutscher Demokraten	ADD	Альянс немецких демократов
4	Allianz für Menschenrechte, Tier- und Naturschutz	Tierschutzallianz	Альянс защиты прав человека, защиты животных и природы
5	Alternative für Deutschland	AfD	Альтернатива для Германии

6	Anarchistische Pogo- Partei Deutschlands	APPD	Анархистская Пого-партия Германии (*По́го – танец, который появился в 70-ые годы на панк-сцене)
7	Anti Homophobie Partei	AHP	Антигомофобная партия
8	Arbeiter-Arbeiterinnen Partei Deutschland	APD	Партия рабочих Германии
9	ARMINIUS - Bund des deutschen Volkes	ARMINIUS - Bund	ARMINIUS – Союз германского народа (*Арминий – вождь германского племени херусков)
10	Artikel 3	Art. 3	Статья 3 (*Третья статья Основного закона Федеративной Республики Германии относится к первому разделу (основные права граждан) и гарантирует равенство перед законом, равноправие между женщинами и мужчинами, запрещает дискриминацию и какие-либо привилегии на основании определенных особенностей человека.)
11	AUFBRUCH C	AUFBRUCH C	Прорыв C (*C – Christlich – христианский)
12	Aus dem Lande stammende Deutsche	Autochthone	Рожденные в Германии
13	Basis-Politik- Deutschland	BASPO	Основа-Политика-Германия
14	Bayernpartei	BP	Партия Баварии
15	bergpartei, die überpartei	B*	партия горы, вне партии
16	BürgerInnengutachten Partei	BGP	Партия общественного мнения
17	Bund für Gesamtdeutschland	BGD	Союз всей Германии
18	Bündnis 21/RRP	Bündnis 21/RRP	Союз 21/ Партия пенсионеров

		<i>(RRP – Die Rentnerinnen- und Rentner-Partei)</i>	
19	BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN	GRÜNE	СОЮЗ 90/ЗЕЛЕНЫЕ
20	Bündnis C – Christen für Deutschland	Bündnis C	Союз С – Христиане для Германии (<i>*C – Christlich - христианский</i>)
21	Bündnis für Innovation & Gerechtigkeit	BIG	Союз за Инновацию & Справедливость
22	BUNTe Partei Deutschland	BUNTe	Разноцветная партия Германии
23	Bürgerbewegung pro Deutschland	pro Deutschland	Гражданское движение за Германию
24	Bürgerbewegung PRO NRW	PRO NRW <i>(NRW - Nordrhein-Westfalen – Федеративная земля Германии Северный Рейн-Вестфалия)</i>	Гражданское движение за Северный Рейн-Вестфалию
25	Bürgerrechtsbewegung Solidarität	BüSo	Движение за гражданские права Солидарность
26	Christlich Demokratische Union Deutschlands	CDU	Христианско-демократический союз Германии
27	Christlich-Soziale Union in Bayern e.V.	CSU	Христианско-социальный союз в Баварии (общественное объединение)
28	Das Volk	-	Народ
29	DEMOKRATIE IN BEWEGUNG	DiB	ДЕМОКРАТИЯ В ДВИЖЕНИИ
30	DEMOKRATISCHE MITTE DEUTSCHLANDS <i>ökologisch ökonomisch sozial</i>	DMD	ДЕМОКРАТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ГЕРМАНИИ
31	Demokratischer Frühling	-	Демократическая весна
32	DER DRITTE WEG	III. Weg	ТРЕТИЙ ПУТЬ

33	Der Neue Ansatz e.V.	DNA	Новая концепция (общественное объединение)
34	deutsche demokratische partei	ddp	германская демократическая партия
35	Deutsche Kommunistische Partei	DKP	Германская коммунистическая партия
36	DEUTSCHE KONSERVATIVE	Deutsche Konservative	Германская консервативная
37	Deutsche Mitte	DM	Германский центр
38	Deutsche Nationalversammlung	DNV	Германское национальное собрание
39	DEUTSCHE PARTEI	DP	ГЕРМАНСКАЯ ПАРТИЯ
40	Deutsche Soziale Union	DSU	Немецкий социальный союз
41	Deutsche Zentrumsartei – Älteste Partei Deutschlands gegründet 1870	ZENTRUM	Германская партия центра – самая старая партия Германии, основана 1870 г.
42	Die Bürger	-	Граждане
43	die Bürgerlobby	BL	Гражданское лобби
44	DIE EINHEIT	DIE EINHEIT	ЕДИНСТВО
45	Die europäische Bürgerpartei	EBP	Европейская гражданская партия
46	Die Europapartei	EUP	Партия Европы
47	Die Gerechte Partei Deutschlands	DGPD	Справедливая партия Германии
48	Die Gerechten Demokraten	Die Ge De	Справедливые демократы

49	DIE LINKE	DIE LINKE	Левые
50	DIE MITTE	MITTE	ЦЕНТР
51	Die Partei DIE BIKER	DIE BIKER	Партия Байкеры
52	Die Rechte	DIE RECHTE	Правые
53	DIE REFORMER	REFORMER	Реформаторы
54	DIE REPUBLIKANER	REP	Республиканцы
55	DIE SENIORENPARTEI DEUTSCHLANDS (DIE SENIORENPARTEI)	-	ПАРТИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ ГЕРМАНИИ (ПАРТИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ)
56	Die Violetten	DIE VIOLETTEN	Фиолетовые
57	Direktdemokratische Volkspartei	DVP	Народная партия прямой демократии
58	Europäische Liga sozialer Angelegenheiten (ELSA)	ELSA	Европейская лига социальных вопросов (ELSA)
59	Familien-Partei Deutschlands	FAMILIE	Семейная партия Германии
60	Feministische Partei DIE FRAUEN	DIE FRAUEN	Феминистская партия ЖЕНЩИНЫ
61	Freie Bürger-Initiative/ Freie Wähler	FBI/ Freie Wähler	Свободная гражданская инициатива / Свободные избиратели
62	Freie Demokratische Partei	FDP	Свободная демократическая партия
63	FREIE UNION	FREIE UNION	СВОБОДНЫЙ СОЮЗ
64	FREIE WÄHLER	FREIE WÄHLER	СВОБОДНЫЕ ИЗБИРАТЕЛИ

65	Freie Wähler Deutschland	FWD	Свободные избиратели Германии
66	FREIES MANDAT	FM	СВОБОДНЫЙ МАНДАТ
67	Frühling-in-Deutschland e.V.	FRÜHLING	Весна-в-Германии Общественное объединение
68	Gesundheitspartei	GSP	Партия здоровья
69	Glitzerkollektiv	-	Блестящий коллектив
70	Graue Panther	Graue Panther	Серая пантера
71	Hier und Jetzt - Die Zukunft	HJZ	Здесь и сейчас – Будущее
72	Humanistische Friedenspartei	HFP	Гуманистическая партия мира
73	HUMANWIRTSCHAFT SPARTEI	HUMANWIRTSCHAFT	Партия гуманной экономики
74	Immigranten und Deutsche Partei	IDPD	Иммигранты и германская партия
75	INITIATIVE146	INI146	Инициатива 146 (*146 – номер статьи Основного закона Германии)
76	Integrale Partei Deutschlands	Integrale	Единая партия Германии
77	Kommunistische Partei Deutschlands	KPD	Коммунистическая партия Германии
78	Liberales Demokraten – die Sozialliberalen-	LD	Либеральные демократы – Социал-либералы
79	Liberal-Konservative Reformer	-	Либерально-консервативный реформаторы
80	Liste Eltern Deutschland	LED	Реестр родителей Германии
81	Magdeburger Gartenpartei	MG	Магдебургская садовая партия

82	Menschenrechtsvereinigung zur Förderung der Grund- und Menschenrechte in Europa	MGM	Правозащитная ассоциация продвижения основных прав и прав человека в Европе
83	Menschliche Welt	MENSCHLICHE WELT	Мир человека
84	Mieterpartei	MIETERPARTEI	Партия квартирантов
85	Nationaldemokratische Partei Deutschlands	NPD	Национал-демократическая партия Германии
86	Neue Liberale – Die Sozialliberalen	-	Новые либералы – Социал-либералы
87	Neue Nationale Partei	NNP	Новая национальная партия
88	Ökologisch-Demokratische Partei	ÖDP	Эколого-демократическая партия
89	Ökologische Linke	ÖkoLinX	Экологическая партия левых
90	PAN - die Parteilosen	PAN	PAN – Беспартийные
91	Partei Bibeltreuer Christen	PBC	Партия верных Библии христиан
92	Partei der Bedrängten	PdB	Партия стесненных
93	Partei der Humanisten	Die Humanisten	Партия гуманистов
94	Partei der Vernunft	PDV	Партия разума
95	Partei der Wähler	PdW	Партия избирателей
96	Partei deutscher demokratischer Realisten	DIE REALISTEN	Партия германских демократических реалистов
97	Partei für Arbeit, Rechtsstaat, Tierschutz, Elitenförderung und	Die PARTEI	Партия труда, правового государства, защиты животных, поддержки элит и базовой

	basisdemokratische Initiative		демократической инициативы
98	Partei für Franken	DIE FRANKEN	Партия Франконии (*Франкония (нем. <i>Franken</i>) — историческая область на юго-востоке Германии, на территории которой сейчас находятся три административных округа федеральной земли Бавария, а именно Нижняя Франкония, Средняя Франкония и Верхняя Франкония.)
99	Partei für Gesundheitsforschung	Gesundheitsforschung	Партия исследования здоровья
100	Partei für Nachhaltige Erneuerung in Umweltfragen, Politik und Gesellschaft	PNE	Партия постоянного обновления в вопросах окружающей среды, политики и общества
101	PARTEI MENSCH UMWELT TIERSCHUTZ	Tierschutzpartei	ПАРТИЯ ЧЕЛОВЕК ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА ЗАЩИТА ЖИВОТНЫХ
102	Partei Zukunft für Deutschland	ZFD	Партия Будущее для Германии
103	Piratenpartei Deutschland	PIRATEN	Партия пиратов Германии
104	PROJEKT OFFENE SCHERE	POS	ПРОЕКТ РАСКРЫТЫЕ НОЖНИЦЫ
105	Revolutionär Sozialistischer Bund / Vierte Internationale	RSB	Революционная социалистическая лига / Четвертый интернационал
106	Sächsische Volkspartei	SVP	Саксонская народная партия
107	Sozialdemokratische Partei Deutschlands	SPD	Социал-демократическая партия Германии
108	Sozialistische Gleichheitspartei, Vierte Internationale	SGP	Партия социалистического равенства, Четвертый интернационал

10 9	Sozialliberale Bürger Partei	SBP	Партия социал-либеральных граждан
11 0	Sozialliberales Forum	SLF	Социал-либеральный форум
11 1	Südschleswigscher Wählerverband	SSW	Союз южношлезвигских избирателей
11 2	UNABHÄNGIGE für bürgernahe Demokratie	UNABHÄNGIGE	НЕЗАВИСИМЫЕ за за понятную гражданам демократию
11 3	Union der Menschlichkeit	U.d.M.	Союз Человечества
11 4	VERA	VERA	ВЕРА
11 5	Werte Sicherheit Wohlstand	WSW	Ценности Безопасность Благосостояние
11 6	Zukunftsgerichtete Demokratische Partei	ZDP	Демократическая партия, ориентированная на будущее

* - примечание автора