

Е. В. Дзюба
Екатеринбург, Россия

З. М. Дударева
Стерлитамак, Россия

И. М. Никулина
Екатеринбург, Россия

**РОССИЙСКИЕ И НЕМЕЦКИЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЛОЗУНГИ
КАК ОБЪЕКТ СЕМАНТИЧЕСКОГО, ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОГО И ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ
(рецензия на публикацию «Дайте миру шанс! Словарь современных политических лозунгов России и Германии»)**

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена анализу весьма успешной попытки многоаспектного изучения политических лозунгов, предпринятой научным коллективом (С. Г. Шулежкова, А. А. Осипова, Щ. Е. Чернова, Н. В. Позднякова, А. Н. Михин, Х. Вальтер) и реализованной в виде «Словаря современных политических лозунгов». В статье перечисляются современные направления изучения политического лозунга / слогана: «констатирующее», историко-фактуальное, нормативное, эстетическое, переводческое, интертекстуальное, лингвосемантическое, аксиологическое, хронологическое, лингвистическое и др. Подчеркивается место данной публикации в ряду других исследований, объектом которых является политический лозунг. Делается акцент на специфике авторского подхода к рассмотрению названного малого жанра политической коммуникации, который заключается, во-первых, в определении лозунгов, призывов, здравиц и т. п. как устойчивых словесных комплексов, характерные особенности которых роднят данные языковые феномены с фразеологизмами в их широком понимании; во-вторых, в стремлении представить полиаспектное описание современных политических лозунгов, которые рассматриваются как собственно лингвистические единицы, что позволяет представить их лексикографическое описание, как знаки-символы, имеющие определенную «генетическую», историческую и лингвокультурологическую специфику, как единицы, выступающие элементами креолизованных текстов, как феномены, обладающие высоким воздействующим потенциалом. Отмечается, что рецензируемое издание представляет собой первое исследование, которое предлагает всестороннее описание политических лозунгов с акцентом на семанτικο-лексикографическом, историко-культурном и лингвопрагматическом аспектах, что «Словарь...» имеет большие перспективы, так как открывает широкие возможности многостороннего изучения лозунга в разных национальных политических дискурсах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс; политический дискурс России и Германии; политический лозунг; политический слоган; словарь политических лозунгов; устойчивые выражения.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ: Дзюба Елена Вячеславовна, доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры межкультурной коммуникации и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т. Космонавтов, д. 26, к. 285; e-mail: elenacz@mail.ru.

Дударева Зайтуна Мухтаровна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка, Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета; 453103, Россия, Башкирия, г. Стерлитамак, пр-т Ленина, 49; e-mail: dudarevazm@mail.ru.

Никулина Ирина Михайловна, бакалавр 4 года обучения Института филологии, культурологии и межкультурной коммуникации, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, д. 26, к. 285; e-mail: irinanikulina1995@mail.ru.

В последние десятилетия политические лозунги многократно становились объектом лингвистических исследований в России и за рубежом, что позволяет сделать некоторые обобщения в отношении возможных подходов к описанию данного лингвистического феномена. Так, Ян Кэ, представивший обширный обзор работ китайских исследователей о политических лозунгах, выделяет модели описания данного малого жанра политической коммуникации [Ян Кэ 2010: 76—77]. С опорой на обозначенные Ян Кэ модели можно выделить направления изучения политического лозунга, среди которых следует отметить:

- критическое, нацеленное на критику и коррекцию лозунгов, тиражируемых в СМИ;
- «констатирующее», представляющее тенденцию к собиранию массивов лозунгов, собранных по определенным регионам и темам, но не предполагающее анализ и обсуждение материала;

- историко-фактуальное, оценивающее степень отражения в лозунге исторических событий;
- нормативное направление, ориентированное на оценку соответствия языкового материала правилам словоупотребления;
- эстетическое направление, рассматривающее лозунги как средство демонстрации «языкового мастерства», проявление стремления к достижению эстетических эффектов (выразительности и экспрессивности);
- переводческое, нацеленное на изучение языковых и культурных особенностей лозунгов с точки зрения теории и практики перевода;
- интертекстуальное, определяющее диалогические связи лозунга с другими политическими текстами разных жанров и разных исторических периодов.

Вероятно, этот перечень следовало бы расширить, например, за счет лингвосемантического направления, изучающего ло-

зунг как часть поликодового (в том числе креолизованного) текста [Вайс 2008; Левин 1998; Саудов 2011 и др.]; *аксиологического* направления, описывающего отраженную в лозунгах систему ценностей той или иной эпохи [Мирошниченко 2008], и др. Исследователи, внимание которых сосредоточено на жанре политического лозунга (в иной терминологии — слогана [1]), рассматривают данные единицы в разных аспектах: *содержательно-идеологическом* и одновременно *хронологическом* [Лассвелл, Якобсон 2007], *лингвистическом* [Вальтер, Мокиенко 2015 и др.], *инструментальном*, при котором лозунги рассматриваются как языковое средство идеологического воздействия, как тактический прием, средство речевой агрессии и манипулирования массовым сознанием, [Ачкасова, Мельник 2016; Балахонская 2016; Баранов, 1993; Баргхорн; Будаев 2008; Копнина 2017; Горбачева 2015; Руженцева 2004], как средство [Енина 1999; Меликян 2013] и т. д.

Достойное место в ряду исследований по изучению малых жанров политической коммуникации занимает работа «Дайте миру шанс! Словарь современных политических лозунгов России и Германии», подготовленная коллективом авторов: С. Г. Шулежковой, А. А. Осиповой, Щ. Е. Черновой, Н. В. Поздняковой, А. Н. Михиным и Х. Вальтером (далее Словарь). В данном Словаре предпринят полиаспектный подход к описанию политических лозунгов, призывов, здравниц, девизов, активно используемых в современном коммуникативном пространстве различными политическими партиями и общественными движениями России и Германии. Языковым феноменам, избранным авторами, дается комплексное описание: политические лозунги здесь рассматриваются как собственно лингвистические единицы (в частности — «устойчивые словесные комплексы»), что позволяет представить их лексикографическое описание; каждая единица снабжается подробным историческим и лингвокультурологическим комментарием, содержащим сведения о происхождении лозунга и его участии в организации креолизованного текста, о его «бытовании» и сферах тиражирования, специфике его оформления и воздействующем потенциале и т. д.

Издание состоит из следующих содержательных частей: вступительная статья «Лозунг — „визитная карточка“ политиков, партий и общественных движений» (автор — С. Г. Шулежкова); основная часть, предлагающая полиаспектное описание 200 российских и 50 немецких лозунгов, расположенных в алфавитном порядке; список лите-

ратуры, указатель (общий перечень) рассмотренных единиц.

Во вступительной статье к Словарю С. Г. Шулежкова дает общие сведения о теории изучения лозунгов как малого жанра политической коммуникации: предлагает данные разными исследователями определения термина *лозунг* (ср.: «...это фраза, которая в краткой и яркой форме передает руководящую идею, актуальную задачу или требование (А. П. Чудинов); «...это краткая и емкая фраза (способная выполнять задачу привлечения внимания), содержащая основную идею, которую необходимо донести до „электората“ (Х. Вальтер) и под.); перечисляет основные характеристики лозунга, описанные лингвистиками (агитационная функция лозунгов; их «зажигающая» форма, способная возбуждать психику и стимулировать определенное политическое поведение массы людей; их категоричность). С. Г. Шулежкова также отмечает специфику выбранного авторами Словаря подхода, которая заключается в трактовке лозунга как устойчивого словесного комплекса (УСК), обладающего такими свойствами, которые позволяют поставить данные единицы в один ряд с фразеологическими в их широком понимании. К таким свойствам авторы Словаря относят следующие: устойчивость компонентного состава и грамматической структуры, постоянство семантики, закрепленной за данным УСК; в речевом потоке они всегда выполняют предикативную функцию, а значительная часть лозунгов представляет собой крылатые выражения, поскольку их значения «отягощены памятью о породившем их источнике» [Шулежкова 2016: 3]. Х. Вальтер подчеркивает также, что лозунг представляет собой синтаксически законченное толкование и равен структуре предложения [Вальтер 2015: 20] [2].

Во вступлении описана структура словарной статьи, которая включает следующие части (или зоны):

- *унициальную*, представляющую лозунг в его нормативной, исходной форме с указанием его возможных вариантов;
- *источниковедческую*, содержащую информацию о времени возникновения лозунга, его авторе(-ах), названии источника (при необходимости), обстоятельствах и сферах популяризации, принадлежности политическим партиям/течениям и т. п.;
- *семантическую*, в которой предлагается жанровое и дискурсивное описание УСК;
- *иллюстративную*, предъявляющую примеры контекстов с использованием актуальной единицы;

– *заключительную*, отсылающую «к фразеологическим, эптологическим, паремнологическим и цитатным справочникам», фиксирующим тот или иной УСК.

В качестве примера рассмотрим первую в Словаре статью *А ты стал участником народной инициативы?* В *инициальной* части представлена сама формулировка лозунга и предъявлен креолизованный текст, элементами которого становятся сам лозунг, логотип политической партии (КПРФ) и изображение энергичного «молодого человека на фоне транспарантов с возможными законопроектами», который призывает граждан России «стать реальным субъектом законодательного процесса» [Словарь... 2016: 7]. В следующей (*источниковедческой*) части словарной статьи подчеркивается источник материала (интернет-портал «Народная инициатива»), а также происхождение данного плаката и лозунга (в России этот призыв является трансформацией лозунга со знаменитого плаката Д. Моора 1920 г. «Ты записался добровольцем?»). Однако Н. В. Позднякова, автор разбираемой словарной статьи, отмечает более глубокие корни данного лозунга, восходящие к военной истории Великобритании (1914 г.), США (1917 г.), Италии (1917 г.), Германии (1919 г.). *Семантическая* часть представлена описанием способов воздействия данного креолизованного текста на воспринимающего (общая структура плаката, «сверлящий взгляд», графически выделенное местоимение *Ты*, вопросительное предложение, преобразованное в призыв). Автором подчеркиваются и различия между оригиналом и представленной вариацией креолизованного текста. В *иллюстративной* и *заклучительной* частях приводятся примеры конкретных текстов, в которых встречается рассматриваемая единица, и делается ссылка на источник языкового материала.

Авторы публикации отмечают один из интересных аспектов бытования политического лозунга. Нередко подобные обращения к массовой аудитории являются составляющими креолизованного текста, его вербальными элементами. В Словаре это особенно отчетливо проявилось в отношении двух статей, открывающих русскоязычную и немецкоязычную части и наглядно представляющих поликодовые тексты, элементом которых являются лозунги. В остальных случаях лексикографическое описание УСК и изображения, их сопровождающие, размещены отдельно (плакаты представлены в виде цветных вклеек, никаким образом не упорядоченных). Вероятно, не все лозунги функционируют в структуре креолизованных

текстов, но изображения, сопровождающие многие лозунги, на наш взгляд, можно было бы включить в структуру словарных статей для удобства читательского восприятия. К сожалению, не объясняется в Словаре тот факт, что некоторые лозунги, представленные как элементы плакатов в «цветном приложении», не получили своего лексикографического описания. Например, обращение «Образование — это бизнес, это услуга, это роскошь, это ПРАВО!» представлено в «плакатном варианте», но не включено в общий перечень УСК (см. рис.). Некоторые лозунги в «цветной вклейке» дублируются (это касается, например, плаката «Мы — граждане России!»).

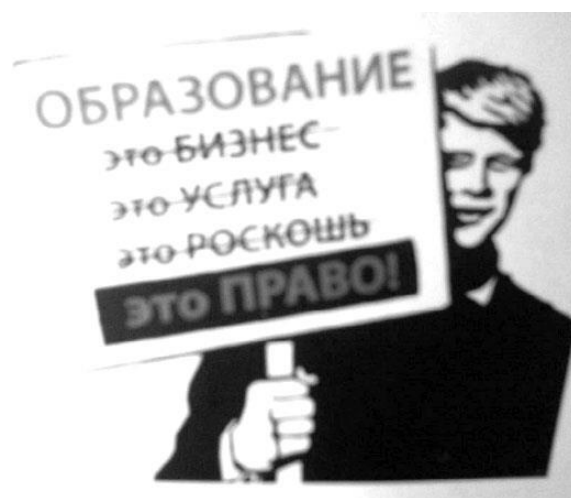


Рис. Образование — это бизнес, это услуга, это роскошь, это ПРАВО!

Вне всяких сомнений, Словарь представляет собой весьма интересное и полезное для широкого круга специалистов исследование, которое необходимо продолжать. Позволим себе высказать некоторые предположения и поставить некоторые вопросы, которые могли бы способствовать развитию данной концепции. Действительно ли все представленные в Словаре УСК можно уподоблять фразеологическим единицам, ведь у значительной части фразеологизмов степень подверженности трансформациям весьма ограничена. Описанный выше призыв *А Ты стал участником народной инициативы?* является, по замечанию Н. В. Поздняковой, вариацией известного в России лозунга *Ты записался добровольцем?* (1920 г.), который, в свою очередь, возник под влиянием английского лозунга *Ты нужен своей стране!* (1914 г.), американского слогана *Ты нужен в армии Соединенных Штатов* (1917 г.), немецкого варианта *Ты должен вступить в имперское ополчение* (1919 г.). В связи с этим возникает вопрос, действи-

тельно ли мы можем говорить об устойчивом словесном комплексе, тяготеющем к фразеологизмам, или эти трансформации взаимодействуют как прецедентные феномены и устойчивы лишь относительно. С другой стороны, нельзя не учесть и справедливое, на наш взгляд, мнения Л. Г. Ефановой: «ФЕ (фразеологические единицы) обладают набором свойств, делающих возможными изменения в структуре и семантике этих единиц без разрушения их целостности и в то же время определяющих особое место фразеологизмов в системе языка. ...Грамматическая расчлененность делает возможными разнообразные структурные и комбинаторные изменения в их составе, в то время как свойства воспроизводимости и устойчивости вместе с присущей фразеологии в целом системной консервативностью и невосприимчивостью к языковым изменениям препятствует, по крайней мере в узуальном употреблении, таким изменениям» [Ефанова 2015: 123]. Трансформации выделенных авторами Словаря УСК реализуются в виде инверсивных конструкций (ср.: *Дорогу — молодым!* и *Молодым — дорогу!*), усечений (ср.: *Мы едины!* и *Пока мы едины, мы непобедимы!*), в виде лексико-синтаксических преобразований (ср.: *КПРФ — курс на народовластие!* и *Наш курс — труд, народовластие, социализм*) и т. д. Таким образом, с одной стороны, политические лозунги (УСК) допускают трансформации (иногда значительные), что позволяет им функционировать как прецедентные феномены, но, с другой стороны, они сохраняют узнаваемость, вероятно, за счет относительной устойчивости морфологического и синтаксического строения, воспроизводимости в определенном лексико-грамматическом составе, за счет комплекса таких свойств, как синтаксическая членимость и смысловая цельность.

Не менее интересным, на наш взгляд, является вопрос расположения материала в словаре политических лозунгов. Очевидно, что алфавитный порядок предъявления языковых феноменов привычен для лексикографии, однако современные составители словарей ищут и иные подходы к группировке и лексикографическому описанию отобранных единиц. В данном случае алфавитный порядок, на наш взгляд, делает менее заметными, менее выпуклыми многие интересные факты, ведь существуют:

– лозунги исторические, сохранившиеся в неизменном виде (ср.: *Мы за мир!*; *Броня крепка [и танки наши быстры]!*), трансформированные, о которых шла речь выше, и современные (ср.: *Денег нет, но вы держитесь!*);

– лозунги с устойчивой структурой, особенно авторские (ср.: *Никто не забыт и ничто не забыто!* — Ольга Берггольц), и лозунги, способные к разного рода трансформациям;

– лозунги, отражающие разные стороны общественной жизни, например, связанные с военными событиями, внутренней политической борьбой, международными отношениями и т. д.

– лозунги, отражающие фундаментальные категории, например, СВОИ — ЧУЖИЕ, ср., с одной стороны: *Вместе мы сила!*; *Мы непобедимы!* и под.; с другой стороны: *Фашизм не пройдет!*; ИГИЛ — раковая опухоль мира! (ИГИЛ — организация, запрещенная в РФ. — прим. ред.) и др.

Некоторые вопросы после знакомства со Словарем остаются открытыми: например, чем объясняется сосредоточенность авторов именно на российских и германских лозунгах, каковы глубинные связи такого сопоставления; какие содержательные факторы определяют значительный перевес русскоязычного материала в сравнении с немецкоязычным (соотношение 200 к 50).

Безусловно, попытки представить перечень политических лозунгов уже предпринимались (ср. работы А. Зайцева, М. Судаевой [Зацев 2007; Судаева 2013]), однако можно утверждать, что рецензируемый Словарь действительно представляет собой первое исследование, которое предлагает всестороннее описание политических лозунгов с акцентом на семантико-лексикографическом, историко-культурном и лингвопрагматическом аспектах. Очевидно, что Словарь имеет большие перспективы, так как открывает широкие возможности многостороннего изучения лозунга в разных национальных политических дискурсах.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1]. А. П. Чудинов отмечает: «Современные специалисты по организации политических кампаний предпочитают использовать не традиционные обозначения „лозунг“ и „призыв“, а пришедшее из английского языка слово „слоган“. При этом иногда пытаются обнаружить некоторые смысловые различия между рассматриваемыми идеологемами. ...Анализ специальной литературы показывает, что слово „слоган“ часто используется как общее наименование для любой яркой, запоминающейся фразы (или ее компонента), в том числе такой, которая не является собственно лозунгом, то есть не передает основную идею, а просто привлекает внимание к лозунгу или закрепляет его в сознании. К числу таких „слоганов-нелозунгов“ специалисты по теории рекламы причисляют заголовки, завер-

шающие текст эхо-фразы, саунд-байты. ... Ярким примером могут служить зарубежные слоганы: „Лейборизм не работает“ (Великобритания, консерваторы); „Социализм слишком дорог“ (Австрия, правые); „Сердце всегда будет биться слева“ (левые, Франция) и др. „Большинство получит большинство“ (центристы, Франция). Удачные слоганы появились в последние годы в России: „Голосуй или проиграешь!“, „Выбирай сердцем!“ (Б. Ельцин); „Ваша судьба — в ваших руках“ (Г. Зюганов); „Нам здесь жить“ (Е. Дарькин); „Наш дом Россия: не допустим революций“ (В. Черномырдин) и т. д. ... Слоган может быть предъявлен автономно (например, написан на транспаранте или даже на заборе) и в составе текста (например, в листовке, телепередаче или газетной статье). В последнем случае он должен быть выделен шрифтом, цветом, месторасположением и/или другими средствами. Это позволяет слогану реализовать свои основные функции: привлечь внимание, вызвать интерес, предложить идею, закрепить ее в сознании адресата» [Чудинов 2003: 46—47].

[2]. «Лозунг» используется авторами Словаря как гипероним по отношению к разнообразным конструкциям, обладающим перечисленными свойствами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Языковые игры времен перестройки (феномен политического лозунга) // Русистика. 1993. № 2.
2. Баргхорн Ф. К. Советский образ Соединенных Штатов: преднамеренное искажение // Лингвистическая советология / А. П. Чудинов, Э. В. Будаев. С. 184—199. URL: <http://politlinguist.ru/materials/mono.pdf>.
3. Вайс Д. Паразиты. Падаль. Мусор. Образ врага в советской пропаганде // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 16—22.
4. Вальтер Х. Лозунг: пароль к истории // Публицистический арсенал общественных движений России и Германии. — Магнитогорск : Магнитогорский Дом печати, 2015. С. 6—22.
5. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Язык лозунга: социолингвистическая стратификация // Вестн. Кемеров. гос. ун-та. Филология. 2015. № 4 (64). Т. 4. С. 56—61.
6. Горбачева Е. Н. Стратегическая перформативность в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2015. № 3 (53). С. 102—106.
7. Дайте миру шанс! Словарь современных политических лозунгов России и Германии. — Магнитогорск : Магнитогорский Дом печати, 2016. 300 с.
8. Енина Л. В. Современные российские лозунги как свертхтекст : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 1999.
9. Енина Л. В. Современные российские лозунги как свертхтекст : дис. ... канд. филолог. наук. — Екатеринбург, 1999. 235 с.
10. Ефанова Л. Г. Фразеологические трансформации в речи и тексте // Вестн. Томск. гос. пед. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. Филология. 2005. Вып. 3 (47). С. 123—127.
11. Жданова Л. А. Ключевые слова в лозунгах политических партий // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования : материалы 2-й Междунар. конф. / сост. М. В. Володина. — М., 2008.
12. Зайцев А. Мудрость красных вождей. SMS-ки, манифесты, лозунги, идеологические заклипания. — М. : АСТ, 2007. 160 с.
13. Лассвелл Г., Блюменсток Д. Методика описания лозунгов // Политическая лингвистика. 2007. № 3 (23).
14. Лассвелл Г., Якобсон С. Первомайские лозунги в Советской России (1918—1943) // Политическая лингвистика. 2007. № 1 (21).
15. Левин Ю. И. Семиотика советских лозунгов // Поэтика. Семиотика : избр. тр. / Ю. И. Левин. — М., 1998.
16. Меликян В. Ю. «Православие или смерть!»: речевая агрессия как способ решения задач духовного просвещения общества // Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия : материалы 3-й Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. В. Ю. Меликян. — Ростов н/Д : Дониздат, 2013. Вып. 3. С. 137—145.
17. Мирошниченко А. А. Конструирование предвыборного лозунга: идеологемы и ценности // *Slowo i tekst*. — Katowice : Wydawnictwo UŚ, 2008. Т. 1 : Funkcjonowanie języka.
18. Руженцева Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2004.
19. Садуов Р. Т. Политический дискурс Барака Х. Обамы в преломлении лингвокультурного и семиотического аспектов // Политическая лингвистика. 2011. № 3 (37). С. 147—161.
20. Садуов Р. Т. Феномен политического дискурса Барака Х. Обамы: лингвокультурологический и семиотический анализ. — Уфа : РИЦ БашГУ, 2012. 136 с.
21. Судаева М. Лозунги. — М. : База, 2013. 144 с. (Б-ка журнала «База»).
22. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2003. С. 46—47.
23. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2006. 254 с.
24. Шулежкова С. Г. Лозунг — «визитная карточка» политиков, партий и общественных движений // Дайте миру шанс! Словарь современных политических лозунгов России и Германии. — Магнитогорск : Магнитогорский Дом печати, 2016. С. 3—9.
25. Ян Кэ Исследование лозунгов и слоганов в Китае в последние десятилетия // Политическая лингвистика. 2010. Вып. 4 (34). С. 75—80.

E. V. Dziuba, I. M. Nikulina
Ekaterinburg, Russia

Z. M. Dudareva
Sterlitamak, Russia

RUSSIAN AND GERMAN POLITICAL SLOGANS AS OBJECT OF SEMANTIC, LEXICOGRAPHIC AND LINGUO-PRAGMATIC DESCRIPTION

(a review of the paper "Give Peace a Chance! A Dictionary of Contemporary Political Slogans in Russia and Germany")

ABSTRACT. This is a review of a paper "Give Peace a Chance! A Dictionary of Contemporary Political Slogans in Russia and Germany" written by S.G. Shulezhkova, A.A. Osipova, Sch. E. Chernova, N.V. Pozdnyakova, A.N. Mikhin, and H. Valter. The paper introduces poly-aspect approach to the description of political slogans, appeals, perorations and mottoes that are frequently used in contemporary communication by different political parties and civic movements in Russia and Germany. Political slogans are described as linguistic units, which makes it possible to give their lexicographic description; each unit has a detailed historical and linguo-cultural comment that tells about its origin and the usage in creolized texts, its format and persuasive potential, etc. The dictionary entry includes the following: historiography (information about the time of slogan's appearance, its authors, the name of the source, the spheres of usage, and belonging to political parties); illustrative part (the example of contexts when the slogan is used); and conclusion (it gives references to "phraseological, eptologic, paroemiological and quotation catalogues). Although the paper may be of some use to the experts in the field, there are some

critical remarks: in the paper there is no ground for comparison of Russian and German slogans; it seems doubtful to equal slogans and phraseology (slogans, functioning as precedent phenomena may undergo transformation, while most phraseological units cannot be transformed). It is possible to structure the material in non-alphabetic order.

KEYWORDS: political discourse; political discourse of Russia and Germany; political slogan, dictionary of political slogans; set-expressions.

ABOUT THE AUTHORS: Dziuba Elena Vyacheslavovna, Doctor of Philology, Associate Professor, Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

Dudareva Zaituna Mukhtarovna, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of Department of the Russian Language, Sterlitamak branch of Bashkir State University, Sterlitamak, Russia.

Nikulina Irina Mikhailovna, Bachelor Degree Student, Institute of Philology, Culturology and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

REFERENCES

1. Baranov A. N. Yazykovye igry vremen perestroyki (fenomen politicheskogo lozunga) // *Rusistika*. 1993. № 2.
2. Barghorn F. K. Sovetskii obraz Soedinennykh Shtatov: prednamerennoe iskazhenie // *Lingvisticheskaya sovetologiya* / A. P. Chudinov, E. V. Budaev. S. 184—199. URL: <http://politlinguist.ru/materials/mono.pdf>.
3. Vays D. Parazity. Padal'. Musor. Obraz vruga v sovetskoy propagande // *Politicheskaya lingvistika*. 2008. № 1 (24). S. 16—22.
4. Val'ter Kh. Lozung: parol' k istorii // *Publitsisticheskii arsenal obshchestvennykh dvizheniy Rossii i Germanii*. — Magnitogorsk : Magnitogorskiy Dom pechati, 2015. S. 6—22.
5. Val'ter Kh., Mokienko V. M. Yazyk lozunga: sotsiolingvisticheskaya stratifikatsiya // *Vestn. Kemerov. gos. un-ta. Filologiya*. 2015. № 4 (64). T. 4. S. 56—61.
6. Gorbacheva E. N. Strategicheskaya performativnost' v politicheskom diskurse // *Politicheskaya lingvistika*. 2015. № 3 (53). S. 102—106.
7. Dayte miru shans! Slovar' sovremennykh politicheskikh lozungov Rossii i Germanii. — Magnitogorsk : Magnitogorskiy Dom pechati, 2016. 300 s.
8. Enina L. V. Sovremennye rossiyskie lozungi kak sverkhtekst : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg, 1999.
9. Enina L. V. Sovremennye rossiyskie lozungi kak sverkhtekst : dis. ... kand. filolog. nauk. — Ekaterinburg, 1999. 235 s.
10. Efanova L. G. Frazelogicheskie transformatsii v rechi i tekste // *Vestn. Tomsk. gos. ped. un-ta. Ser.: Gumanitarnye nauki. Filologiya*. 2005. Vyp. 3 (47). S. 123—127.
11. Zhdanova L. A. Klyuchevye slova v lozungakh politicheskikh partiy // *Yazyk sredstv massovoy informatsii kak ob"ekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya : materialy 2-y Mezhdunar. konf. / sost. M. V. Volodina*. — M., 2008.
12. Zaytsev A. Mudrost' krasnykh vozhdey. SMS-ki, manifesty, lozungi, ideologicheskie zaklinaniya. — M. : AST, 2007. 160 s.
13. Lassvell G., Blyumenshtok D. Metodika opisaniya lozungov // *Politicheskaya lingvistika*. 2007. № 3 (23).
14. Lassvell G., Yakobson S. Pervomayskie lozungi v Sovetskoy Rossii (1918—1943) // *Politicheskaya lingvistika*. 2007. № 1 (21).
15. Levin Yu. I. Semiotika sovetskikh lozungov // *Poetika. Semiotika : izbr. tr. / Yu. I. Levin*. — M., 1998.
16. Melikyan V. Yu. «Pravoslaviye ili smert'!»: rechevaya agressiya kak sposob resheniya zadach dukhovnogo prosveshcheniya obshchestva // *Yazyk i pravo: aktual'nye problemy vzaimodeystviya : materialy 3-y Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. / otv. red. V. Yu. Melikyan*. — Rostov n/D : Donizdat, 2013. Vyp. 3. S. 137—145.
17. Miroshnichenko A. A. Konstruirovaniye predvybornogo lozunga: ideologemy i tsennosti // *Slowo i tekst*. — Katowice : Wydawnictwo UŚ, 2008. T. 1 : Funkcjonowanie języka.
18. Ruzhentseva N. B. Diskreditiruyushchie taktiki i priemy v rossiyskom politicheskom diskurse / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2004.
19. Saduov R. T. Politicheskii diskurs Baraka Kh. Obamy v prelomlenii lingvokul'turnogo i semioticheskogo aspektov // *Politicheskaya lingvistika*. 2011. № 3 (37). S. 147—161.
20. Saduov R. T. Fenomen politicheskogo diskursa Baraka Kh. Obamy: lingvokul'turologicheskii i semioticheskii analiz. — Ufa : RITs BashGU, 2012. 136 s.
21. Sudaeva M. Lozungi. — M. : Baza, 2013. 144 s. (B-ka zhurnala «Baza»).
22. Chudinov A. P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii : monogr. / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2003. S. 46—47.
23. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie. — M. : Flinta : Nauka, 2006. 254 s.
24. Shulezhkova S. G. Lozung — «vizitnaya kartochka» politikov, partiy i obshchestvennykh dvizheniy // *Dayte miru shans! Slovar' sovremennykh politicheskikh lozungov Rossii i Germanii*. — Magnitogorsk : Magnitogorskiy Dom pechati, 2016. S. 3—9.
25. Yan Ke Issledovanie lozungov i sloganov v Kitae v poslednie desyatletiya // *Politicheskaya lingvistika*. 2010. Vyp. 4 (34). S. 75—80.