

Е. О. Туманова

Московский городской университет управления  
Правительства Москвы им. Ю. М. Лужкова

**АРХЕТИПИЧНЫЕ МЕТАФОРЫ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ  
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ  
(на примере политической афористики)**

Метафора занимает центральное место в процессе политической коммуникации, влияя на массовое сознание и в случаях открытой пропаганды, и при реализации скрытой манипуляции. Метафорический репертуар политического дискурса весьма широк и многообразен, при этом в нем неизменно присутствуют универсальные архетипы, влияющие на подсознательном уровне на участников общения. К архетипичным метафорам, которые отвечают базовым человеческим потребностям, аккумулируют накопленные человечеством знания и опыт, традиционно относят метафоры природного цикла, пути, дихотомий «свет-тьма», «жара-холод», «болезнь-здравие». Целью исследования стало изучение возможности развертывания метафоры в политическом жанре малого объема на примере лозунгов и агитационных политических плакатов партий Германии. Цель обуславливает теоретическую значимость работы, так как позволяет подтвердить новую лингвистическую гипотезу о возможности развертывания метафоры в жанрах политического дискурса малого объема на примере политических афоризмов. Основными методами исследования, помимо метода сплошной выборки политических афоризмов, стали метод лингвистического анализа и методы лингвокультурологического анализа, а также сравнительно-исторический метод. В политических афоризмах как политических жанрах малого объема представлены различные архетипичные метафоры, которые служат целям обращения к традиционным ценностям, выражения преемственности политических взглядов, ответной реакции оппонентов и убеждения адресатов в объективности и честности своих намерений. Представители различных партий Германии обращаются в процессе предвыборной борьбы к архетипичным метафорам, связанным с универсальными концептами жизни, воздуха и пути. С одной стороны, в политических афоризмах представлены обещания лучшей жизни, с другой стороны, каждая партия пытается указать на то, что избранный ею курс является единственно верным, способным привести к успеху и процветанию. Анализу подвергались материалы предвыборных кампаний раз-

личных партий, а также проводилось сопоставление политических плакатов в диахронном аспекте, что подтверждало желание руководителей партийной ячейки не только закрепиться на политической арене, но и воздействовать на подсознательном уровне на восприятие реципиентами, обращаясь к базовым для них ценностям. Результатом исследования становится обоснование выдвинутой теории о возможности развернуть метафору в малом политическом жанре, что может стать основой для дальнейших научных исследований.

**Ключевые слова:** политический дискурс; политический афоризм; цитата; метафора; архетипичная метафора

## 1. Введение

Наше языковое сознание напрямую зависит от политического дискурса, который связан со всеми областями нашей жизнедеятельности и во многом определяет наше мировоззрение. Ни политика, ни политический режим не существуют вне коммуникации, именно поэтому особое место в лингвистических исследованиях занимают работы, посвященные изучению «языка политики». Язык политики представляет не только научный интерес, но и является предметом повседневных дискуссий, цитаты политиков становятся афоризмами, подвергаются переосмыслению и дальнейшей трансформации. Причины данного явления кроются в стремлении политиков максимально обобщенно представлять свои мысли, воздействуя на своих избирателей и массовую аудиторию.

Настоящая статья строится на изучении языка политики с позиции бихевиоризма, на основании которого лексика рассматривается не в аспекте взаимосвязи между словами и обозначаемыми ими явлениями, а как связь между словами и людьми, которые эти слова создают, используют и изменяют (KLAUS 1971: 122).

Для политического дискурса характерно отсутствие четких границ. Мы предлагаем характеризовать политический дискурс как модель, состоящую из четырех оболочек, где центральное место принадлежит политической коммуникации как инструменту борьбы за власть, в приядерной зоне находится академический политический дискурс, в ближней периферии располагается публичный политический дискурс, а периферия включает дискурс реципиентов политических сообщений (ТУМАНОВА

2023: 930). Опираясь на предложенную модель политического дискурса как метадискурса, мы рассматриваем политическую афористику как одну из составляющих политического дискурса. Политическими афоризмами являются фразовые высказывания, которые связаны с политической коммуникацией или представляют собой рефлексии значимых политических событий, а также часто употребляются в речи. К политическим афористическим высказываниям следует отнести цитаты известных политиков, слоганы, лозунги, девизы политических партий, выступающие прецедентными единицами национальной языковой системы.

Политическая афористика состоит из многочисленных суждений о политике, именно поэтому она выступает «знаковым феноменом», образуя подсистему взаимосвязанных в общем политическом контексте знаков. Регулярная воспроизводимость политических афоризмов в речи свидетельствует об их прецедентном характере (ШЕЙГАЛ 2000: 203).

Особое влияние на восприятие афористических изречений оказывают лежащие в их основе стилистические фигуры, среди которых центральное место занимает метафора. Благодаря своей наглядности и иллюстративному потенциалу метафоры способны создавать экспрессию, которая служит оценке и реализации персуазивной функции (MIKULOVÁ 2007: 18).

Метафора способна выполнять функцию зеркала национального сознания, выступая основой политической жизни и корреляции между различными сферами нашего бытия. В процессе политической коммуникации происходит трансформация языковой картины политического мира реципиента. В лингвистике выделяются два способа воздействия на массовое сознание: открытая пропаганда и скрытая манипуляция. В обоих случаях воздействия метафора занимает первое место (БУДАЕВ & ЧУДИНОВ 2006: 66). Предполагается, однако, что в пределах малых политических жанров, в том числе политических афоризмов, недостаточно пространства для развертывания метафоры по сравнению с политическими текстами среднего и крупного объема (*ibid.*: 109).

С одной стороны, метафора представляет собой «естественный путь творческого мышления» (ЧУДИНОВ 2006: 122), когда говорящий в силу определенных намерений предпочитает завуали-

ровать свои мысли, придавая им образность и некую неопределенность. Метафора занимает промежуточное место, являясь связующим звеном между сказанным и несказанным (недосказанным). Сила метафорического воздействия, ее «голубая кровь», объясняется стремлением к достижению равновесия между известной условностью и особой значимостью метафорической концептуализации мира (ibid.: 126). С другой стороны, авторы осознанно отклоняются от привычного языкового стандарта и используют метафоры в своей речи, стремясь привлечь внимание публики, обратиться к размышлениям, что, в свою очередь, приводит к более глубокому пониманию смысла и ощущению образа (ibid.).

Исследование метафорического репертуара, используемого в своей речи представителями власти, позволяет распознать подсознательные механизмы их деятельности и их подлинное отношение к происходящим событиям (БУДАЕВ & ЧУДИНОВ 2006: 5). Описание метафор, содержащихся в политическом дискурсе, способствует тем самым выявлению скрытых установок участников политической коммуникации и определяет силы дискурсивного воздействия на восприятие послания.

В целом риторическое направление в исследованиях в рамках политической лингвистики возникло задолго до когнитивного. Первопроходцем в изучении метафорики в политической коммуникации и основоположником риторического направления политической лингвистики признан М. Осборн (OSBORN 1967).

Метафорическая картина мира характеризуется традиционностью и стабильностью, что обеспечивается за счет того, что «арсенал политических метафор имеет устойчивое ядро, которое сохраняется с глубокой древности» (АНИКИН & al. 2015: 5).

Политические метафоры в национальном политическом дискурсе Германии, с одной стороны, реализуют тенденции к сохранению национальной культурной самобытности, с другой — стремятся к взаимодействию с системами политических метафор других стран.

Диахронный анализ политической метафорики указывает на константное взаимодействие ее двух ключевых свойств: архетипичности и вариативности (ibid.: 9).

Универсальные архетипы, которые лежат в основе человеческого взаимопонимания, активно распространяясь в речи, проникают в сознание участников социума, лишая их способности критически осмыслять происходящее (КАРАСИК 2003: 43).

С позиции когнитивистики архетип представляет собой первоосновной метаконцепт. А. Г. Лошаков описывает понятие «метаконцепт» как «лингвоментальную структуру декларативного (теоретического) и операционного знания», содержащую в себе ценностный и регулятивный компоненты и способную «задавать сеть смысловых координат, схем, правил, соответствующий эмоциональный модус для осмысления текстовой информации» (ЛОШАКОВ 2008: 16). Благодаря метаконцептам происходит «концентрация смыслов» и связанных с ними понятий, а также их соподчинение «максимальной смысловой установке» текстового послания (ibid.: 16).

Метаконцепт обладает следующими свойствами: атемпоральностью, универсальностью, интернационализмом, пластичностью, сознательным и бессознательным употреблением (БОРОДУЛИНА & МОРДОВИНА 2022: 482). Он служит переходу от примитивного и интуитивного восприятия информации к ее более рациональному изучению, языковой рефлексии и актуализации релевантных прецедентов в сознании носителей культуры.

Набор метафорических моделей соответствует базовым национальным культурным концептам. Достаточную силу для манипулятивного воздействия, т. е. возможность реализовать аргументативную функцию, имеют только те метафоры, которые согласуются с основными концептуальными прототипами общества (ЛАКОФФ 1990).

В политической коммуникации вне зависимости от времени, культуры и географического положения участники общения непременно обращаются к архетипичным метафорам, т. е. метафорам, опирающимся на универсальные архетипы (OSBORN 1967: 121). Образы природного цикла, пути, дихотомий «свет-тьма», «жара-холод», «болезнь-здравие» создают основу для политического воздействия и убеждения адресата.

В основе анализа архетипичности политических метафор лежат ключевые принципы теории концептуальной метафоры, в

соответствии с которыми метафоризация происходит на уровне подсознания и зависит от физиологического восприятия человеком окружающего его мира. Благодаря физиологической общности и общим закономерностям мышления объясняется универсализм метафорики для разных культурных общностей (ОРЛОВА & ДАРМАЕВА 2018: 90).

Выявляя особенности функционирования архетипичных метафор в политическом дискурсе, Осборн, основатель теории неизменных архетипичных метафор, назвал шесть базовых постулатов: 1) авторы чаще обращаются к архетипичным метафорам по сравнению со свежими метафорами; 2) данные метафоры характеризуются универсальностью и не подвластны влиянию времени или культурных особенностей; 3) архетипичные метафоры зафиксированы в накопленном человечеством опыте; 4) анализируемые метафоры отвечают базовым человеческим потребностям; 5) архетипичные метафоры воздействуют на большинство реципиентов; 6) в ключевых и значимых исторических политических обращениях чаще всего встречаются именно архетипичные метафоры (OSBORN 1967: 116).

Описывая функциональные особенности афоризмов как типа и жанра текста, И. Г. Ольшанский и О. В. Мелькова отмечают «связь и определенный параллелизм афористических выражений с жанром эссе», которые кроются в критической направленности и политической заостренности обоих жанров (ОЛЬШАНСКИЙ & МЕЛЬКОВА 2009: 75). Очевидным различием обоих жанров выступает объем: афоризм кратко передает основную идею эссе, а эссе является развернутым афоризмом. Именно на наличии обоснованной ранее возможности развертывания самого политического афоризма, а тем самым и содержащейся в его структуре метафоры мы строим настоящее исследование, что подчеркивает его теоретическую и практическую значимость.

Гипотезой настоящего исследования служит предположение о том, что развертывание метафоры возможно в политических афоризмах как разновидности жанра политического дискурса малого объема.

## **2. Характеристика материала и методов исследования**

В работе были использованы методы эмпирического и лингвистического анализа, а также методы описания и обобщения. Предметом изучения стали устойчивые фразовые единства политических деятелей современной Германии. Исследуемые политические афоризмы охватывают программные лозунги, в том числе представленные на предвыборных политических плакатах.

В отобранных для анализа лозунгах присутствуют апелляции к известным и ранее популярным политическим афоризмам, что позволяет характеризовать их как особую разновидность свехтекста (ШЕЙГАЛ 2000: 217).

Методом сплошной выборки была определена группа политических афоризмов, лаконичность формы и глубина содержания которых обеспечены за счет использованных в их структуре метафорических образов, в частности, умелого обращения авторов высказываний с архетипичными метафорами.

Система ценностей любой культуры создает ее уникальный облик и формирует ее центральное ядро, которое в самой незначительной степени может подвергаться изменениям в различные временные эпохи. Данные культурные ценности играют важнейшую роль в развитии всего общества и отдельных его членов (УФИМЦЕВА 2017: 116). В связи с этим слова в любом языке могут рассматриваться в разных аспектах, или разделах лингвистической науки, начиная с морфологии, семантики, этимологии и заканчивая лингвокультурологией, социологией, прагматикой и т. д. В рамках отраслевых исследований происходит изучение взаимосвязей между словами в контексте и анализ возможностей изменения их воздействия в речи.

На восприятие высказывания непосредственно влияет политическая картина мира реципиента (ЧУДИНОВ 2006: 92); именно с учетом ее национальных особенностей в Германии проводилась интерпретация результатов эмпирического исследования.

## **3. Результаты исследования и их обсуждение**

Политические лозунги относятся к особому жанру политической афористики; им отводится центральное место в политическом дискурсе, поскольку они являются важнейшим инструментом борьбы за власть (ТУМАНОВА 2021: 179). Лозунги явля-

ются оценочными высказываниями ввиду того, что они направлены на изменение мнения адресата послания в свою пользу. В лозунговых формулах могут довольно быстро и эффективно формироваться новые и укрепляться существующие идеологические установки. С лингвистической точки зрения объяснить использование политических лозунгов в целях борьбы за власть можно их краткой и ясной формой, которая оказывает особое эмоциональное воздействие и целенаправленное влияние на политическую картину мира реципиента.

Усилению эмотивной и персуазивной функции служат в первую очередь лингвостилистические средства, среди которых метафора фигурирует чаще всего в формулировках политических лозунгов, позволяя наглядно передавать связанные идеологические представления в предельно сжатой языковой форме (Ольшанский & Мелькова 2009: 180).

### *3.1. Архетипичная метафора жизни*

Наглядным примером обращения к архетипичной метафоре служит лозунг предвыборной кампании партии Христианско-демократического союза (ХДС) во главе с Ангелой Меркель «Mehr Wachstum. Mehr Arbeit» (см. Рис. 1). В основе афоризма лежит риторическая фигура повторения — анафора, а высказывание характеризуется обращением к метафоре роста, которая олицетворяет Германию и позволяет рассматривать все государство в целом как живой организм, способный расти и развиваться.



Рис. 1. Предвыборный плакат ХДС (2005 г.)



Эта сентенция довольно часто встречается в заголовках статей, посвященных оценке экономического развития Германии и действиям правительства:

Mehr Wachstum, mehr Arbeit: Aufschwung in Deutschland soll anhalten (Der Tagesspiegel, 31.01.2018)

Deutschland: mehr Wachstum, mehr Arbeit. Die Prognosen der führenden deutschen Wirtschaftsforscher sind für Deutschland sehr gut. (dw.com, 07.04.2011)

Mehr Wachstum, mehr Arbeit. Aufschwung voraus (n-tv.de, 19.04.2007)

Заголовок — это самая сильная позиция в тексте. Политический афоризм, основная идея которого передается метафорой, оказывает в заглавии публикации сильнейшее влияние на читателей и усиливает «текстовое напряжение» (ЧУДИНОВ 2006: 161). В данной позиции метафора позволяет определить метафорическую модель, или систему метафор, всего текстового сообщения, так как «заголовок во многом предопределяет читательские ожидания в отношении содержания текста и его метафорической системы» (ЧУДИНОВ 2006: 172). Согласно концепции Чудинова (2006) о трех эффектах взаимодействия метафоры в заголовке с основным текстом, представленные нами примеры заголовков статей с отсылкой к сентенции о росте реализуют эффект оправданного ожидания. Читатель заведомо представляет себе содержание публикации, но созданный метафорической цитатой яркий образ побуждает его к ознакомлению со всем сообщением.

На примере представленного политического лозунга «Mehr Wachstum. Mehr Arbeit» антропоморфная метафора разворачивается до метафорической модели «Государство — это организм». Данная модель является одной из древнейших в политическом дискурсе, так как восходит к Библейскому тексту и используется в работах ведущих мировых мыслителей Ф. Сиднея, Б. Барнса, Ф. Бэкона, Т. Гоббса (БУДАЕВ & ЧУДИНОВ 2006: 99).

Главный политический лозунг Вилли Брандта был также построен на основе этой модели. В своем интервью по случаю падения Берлинской стены федеральный канцлер сказал: «Jetzt wächst zusammen, was zusammengehört». В лаконичном изречении две

Германии (Восточная и Западная) рассматриваются как единый живой организм. В день празднования тридцатилетия со дня падения Берлинской стены Хайко Йозеф Маас, на тот момент являвшийся министром иностранных дел ФРГ в коалиционном правительстве Ангелы Меркель, открыл свое выступление именно политической цитатой Брандта.<sup>1</sup> Маас является членом СДПГ, которую в свое время представлял Брандт, и реализует свое стремление укрепиться на политической арене путем демонстрации приверженности политическим традициям своей партии.

Представленный пример цитирования является одним из возможных приемов интертекстуального использования афористики как средства аргументации в политической полемике. Речь идет об апелляции к авторитету выдающихся политических деятелей путем цитирования их изречений, что позволяет политикам подтвердить собственные мысли и закрепить идеи и убеждения в сознании реципиентов (ШЕЙГАЛ 2000: 221).

К архетипичной метафоре жизни обращается партия коммунистов Австрии (КПА) в своих программных плакатах, указывая на свою способность гарантировать избирателям «хорошую» (достойную) жизнь: «Ein gutes Leben für alle» (см. Рис. 2). В своей программе партия дает следующее пояснение лозунгу:

Soziale Sicherheit war früher einmal durchaus selbstverständlich. Kaum jemand musste Angst haben den Arbeitsplatz zu verlieren, aus der Wohnung delogiert zu werden oder keine Pension zu erhalten. Der neoliberale Turbokapitalismus, bei welchem der Finanzmarkt alles dominiert, und ein ihm willfährige Politik haben aber Solidarität, gesellschaftlichen Zusammenhalt und soziale Sicherheit zerstört. Damit die Superreichen noch reicher und mächtiger werden. Wir meinen hingegen, dass ein gutes Leben für alle möglich und auch finanzierbar ist.<sup>2</sup>

В этом сообщении ключевыми лексемами, выражающими основной посыл лозунга, являются солидарность, сплоченность, социальное обеспечение, финансирование и хорошая жизнь.

---

<sup>1</sup> Maas, Heiko. (2020) Damit zusammenwächst, was zusammengehört. <https://www.auswaertiges-amt.de/de/newsroom/maas-deutsche-einheit/240210>.

<sup>2</sup> KPÖ Oberösterreich. Materialien. Landtags- und Gemeinderatswahl 2015. <https://ooe.kpoe.at/mediagallery/media.php?f=0&sort=0&s=20150731212716645>.



Рис. 2. Агитационный плакат КПА (2015 г.)

Ранее метафорическое представление о жизни легло в основу политического лозунга Христианско-социального союза Германии (ХСС) 1982 г. «Leben und leben lassen», звучавшее как призыв к восприятию жизни в качестве неотъемлемого блага и наслаждению этим процессом, ведь спокойная и гармоничная жизнь для многих является не только заветной мечтой, но и целью.

Анализ представленной метафоры жизни и опрос знакомых нам носителей немецкого языка показали, что глагол *leben* несет в себе не только очевидную семантику существования, противопоставляемую семантике смерти, но и целый ряд связанных с качеством и комфортом жизни лексем. К ним относятся дериваты от лексемы *Leben*:

- условия жизни *Lebensbedingung* / *Lebensgestaltung* и опасность для жизни *Lebensgefahr*;
- перспективы, возможности жизни *Lebensaussicht* / *Lebenschance* / *Lebensmöglichkeit*;
- стоимость жизни *Lebenshaltung* / *Lebenshaltungskosten* / *Lebenskosten* и ее индекс *Lebenshaltungsindex*;
- качество *Lebensqualität* и уровень жизни *Lebensstandard* / *Lebensniveau*;
- продукты питания *Lebensmittel* и средства существования *Lebensunterhalt*;
- продолжительность жизни *Lebensdauer* / *Lebenserwartung* / *Lebenszeit*;
- порядок жизни *Lebensordnung* и жизненное пространство *Lebensraum*;

- жизненная ситуация *Lebenslage / Lebenssituation* и положение в жизни *Lebensstellung*;
- жизненная потребность *Lebensbedarf*;
- радость жизни *Lebensfreude*;
- жизненный идеал *Lebensideal*.

Таким образом, мы наблюдаем, насколько широкое значение заключает в себе метафора жизни как процесса в политическом дискурсе, формируя вокруг себя семантическое поле взаимосвязанных концептов.

### *3.2. Архетипичная метафора пути*

Следующим ярким примером выступает обращение к архетипичной метафоре пути, продвижению к намеченной цели.

В 2008 г. ХСС, представляющий интересы федеральной земли Бавария в Бундестаге, выбрал своим лозунгом «*Klarer Kurs — starkes Bayern*», рассматривая политику как движение к определенной цели. В этом движении значение имеет ясность поставленных задач и намеченной цели: чем яснее путь, тем выше шансы достичь цели. Скрытое в этом политическом афоризме указание на то, что сильная Бавария как федеральная земля с развитой и стабильной экономикой возможна только при движении в направлении, выбранном ХСС, рассматривается как манипуляция с целью борьбы за власть.

Позднее этот политический лозунг был заимствован ХДС в вариации «*Starke Basis. Klarer Kurs. #teamCDU*» (см. Рис. 3), где четкость и ясность выбранного курса реализуются благодаря сильной основе, т. е. идеологии и успешной деятельности консервативной партии Германии на политической арене.

Упомянутый афоризм стал девизом 34-го съезда ХДС в день избрания нового Федерального исполнительного комитета на цифровой партийной конференции в 2022 г. В девизе, по мнению представителей партии, отражается основное пожелание к новому составу комитета, подразумевающее активную роль избранного комитета и энергичное продвижение интересов партийного большинства.<sup>3</sup> Перед принятием резолюций от его

---

<sup>3</sup> KPV. Kommunalpolitische Vereinigung der CDU und CSU Deutschlands. *Starke Basis. Klarer Kurs.* <https://kpv.de/blog/starke-basis-klarere-kurs>.

членов ожидается согласование с филиалами и ассоциациями. Выбранный комитетом курс описывается в другом лозунге — «Über die Rathhäuser und Kreistage zu neuer Kraft!»



Рис. 3. Девиз 34-го съезда ХДС (2022 г.)

Метафора, заложенная в лексеме *Kurs*, представляет собой яркий пример архетипа в немецкоязычной политической картине мира. Лозунг «Fester Kurs für die Republik! Wählt Otto Braun» (см. Рис. 4) появился на политическом плакате СДПГ перед выборами в Палату представителей Пруссии. Отто Браун был кандидатом от СДПГ в первом туре выборов рейхспрезидента в 1925 г., но по стратегическим причинам не стал переизбираться во втором туре.

Плакат был выполнен художником Фрицем Готфридом Кирхбахом и представлен на выставке в Историческом музее Ганновера по случаю 150-летия немецкой социал-демократии в 2013 г.



Рис. 4. Предвыборный плакат СДПГ (1925 г.)

Метафора пути реализуется на политическом плакате также посредством лексемы *Weg*. Именно она легла в основу известного антикоммунистического плаката ХДС на выборах в Бундестаг в 1953 г. В верхней части плаката изображен человек в фуражке с советской символикой и застывшим открытым гипнотизирующим взглядом, а в нижней части — вертикальные красные и черные линии, исходящие от лица мужчины. Лозунг внизу плаката гласит: «*Alle Wege des Marxismus führen nach Moskau! Darum CDU*» (см. Рис. 5). Подобное расположение на плакате позволяет рассмотреть в человеке в форменной фуражке монументальный образ милитаристского общества. ХДС изображается как единственный носитель надежды в борьбе с коммунистическим режимом.



**Рис. 5.** Предвыборный плакат ХДС (1953 г.)

В 1990 г. представители СДПГ обратились к архетипичной метафоре и использованному ранее образу пути в своих предвыборных плакатах с изображением Оскара Лафонтена в качестве кандидата на пост канцлера Германии и лозунгом «*Der neue Weg. SPD ökologisch, sozial, wirtschaftlich stark*» (см. Рис. 6, 7). Выбранный метафорический образ напрямую связан с программой партии, представляющей новую концепцию и траекторию действий в объединенной Германии в области экологического, социального и экономического развития.



Рис. 6, 7. Предвыборные плакаты СДПГ (1990 г.)

Ответом оппонентов — партии ХДС — стал плакат с использованием лозунга «Der Weg ist frei! Die Einheit kommt. Wir sind ein Volk! CDU» (см. Рис. 8). Лозунг был ориентирован не на отдельные шаги или аспекты концепции по развитию страны, а на общий путь развития для единого народа. Метафора открытого пути связана с открытием границ, падением Берлинской стены и подписанием 31 августа 1990 г. Договора об объединении Германии.



Рис. 8. Предвыборный плакат ХДС (1990 г.)

### 3.3. Архетипичная метафора воздуха

К архетипичным метафорам относится метафора воздуха. Одним из примеров обращения к ней в политическом дискурсе является лозунг «Frischer Wind für Bayern» народной партии Баварии Свободные избиратели (см. Рис. 9). Согласно представленному на официальном сайте партии описанию, ее приоритеты заключаются в том, чтобы «дать людям чувство принадлежности и дома».<sup>4</sup> С одной стороны, партия апеллирует к базовым человеческим ценностям, с другой — в программе отмечается необходимость нового, нестандартного подхода к решению насущных проблем и укреплению экономики Баварии.

В своем предвыборном лозунге «Frischer Wind für Bayern» партия представляет новое видение развития федеральной земли. В метафорическом словосочетании отражается стремление партии к обновлению, возможно, и к омоложению.



Рис. 9. Предвыборный плакат партии «Свободные избиратели» (2008 г.)

Эпитет *frisch* указывает на новые идеи, современные решения и творческий подход. Метафора «*frischer Wind*» ассоциативно связана со словосочетанием *frische Luft*, предоставляя жителям возможность почувствовать себя полными сил и заряженными энергией. Обращение к топониму *Bayern* в слогане, с одной стороны, указывает на географическое расположение партии; с другой стороны, представители партии эксплицитно указывают,

<sup>4</sup> Freie Wähler. Präambel: Stabilität, Sicherheit, Freiheit — die Kraft der Mitte! <https://www.freiewaehler.eu/unsere-politik/wahlprogramm>.



что первостепенное значение для них имеет Бавария и местная политика. Скрытая в лозунге экологическая метафора демонстрирует стремление Свободных избирателей к изменениям и преобразованиям, которые будут проводиться с уважением к баварским традициям и культуре.

В 2022 г. партия Зеленые / Союз 90 предлагает избирателям серию встреч для представления своей политической концепции, обращаясь к метафоре ветра; при этом невербально транслируется идея развития ветряных электростанций в Германии через изображение на обоих представленных плакатах нескольких ветроэлектрических установок. На первом плакате жителям предлагается подключиться к онлайн-мероприятию под девизом «Auf frischen Wind setzen» (см. Рис. 10).



**Рис. 10.** Приглашение на онлайн-лекцию от партии Зеленых (2022 г.)

На втором плакате использованный ранее партией Свободных избирателей лозунг трансформируется за счет добавления лексемы *endlich*, указывая на возможность проведения изменений и трансформаций, обещанных ранее другими партиями (см. Рис. 11). Имплицитно политический афоризм «*Endlich frischer Wind für Bayern*» указывает на то, что предыдущие обещания не были выполнены и реализованы в отличие от политики партии Зеленых / Союза 90.



Рис. 11. Приглашение на семинар от партии Зеленых / Союз 90 (2022 г.)

#### 4. Заключение

Проведенный анализ политических лозунгов разных партий Германии на отдельных этапах ее политической истории подтвердил тезис, что архетипичные метафоры занимают заметное место в немецкоязычной политической афористике. Архетипичные метафоры жизни, воздуха, пути по-прежнему являются актуальными и позволяют обращаться к национальным культурным ценностям, к истории страны. Политические афоризмы, в основе которых лежат архетипичные метафоры, используются в качестве прецедентных текстов, становясь видом сверхтекста и подвергаясь дальнейшим трансформациям. Таким образом, между представителями разных партий и избирателями в синхронном и диахронном аспектах возникает некий диалог, а политический плакат становится частью политических дебатов оппонентов. Архетипичные метафоры в составе политических афоризмов опровергают суждение о том, что в малых политических текстах невозможно разворачивать целые метафорические модели. Крылатые выражения и политические афоризмы существуют в контексте конкретной исторической ситуации, принадлежат известным политическим деятелям и являются, по сути, равноценными единицами политического дискурса вне зависимости от их объема.

#### Список литературы / Zitierte Literatur / References

Аникин Е. Е., Будаев Э. В., Чудинов А. П. Архетипы и инновации в диахронической динамике метафорических систем в политической коммуникации // Вестник ВГУ. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 1. С. 5—11. [Anikin, Yevgeniy E.;

- Budayev, Eduard V. & Chudinov, Anatoliy P. (2015) Arkhetipy i innovatsii v diakhronicheskoy dinamike metaforicheskikh sistem v politicheskoy kommunikatsii (Archetypes and Innovation in the Diachronic Dynamics of Metaphorical Systems in Political Communication). *Proceedings of Voronezh State University*, 1, 5—11. (In Russian)].
- Бородулина Н. Ю., Мордовина Т. В. Концепт дом как архетип осмысления картины мира // Преподаватель XXI век. 2022. № 4. Ч. 2. С. 481—490. [Borodulina, Nataliya Ju. & Mordovina, Tatyana V. (2022) Kontsept dom kak arkhetip osmysleniya kartiny mira (The Concept of Home as an Archetype of Worldview Comprehension). *Prepodavatel XXI vek*, No. 4, part 2, 481—490. (In Russian)].
- Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политическом интердискурсе. Екатеринбург: Уральский гос. педагогический ун-т, 2006. [Budayev, Eduard V. & Chudinov, Anatoliy P. (2006) *Metafora v politicheskoy interdiskurse* (Metaphor in Political Interdiscourse). Yekaterinburg: Urals State Pedagogical University. (In Russian)].
- Карасик В. И. Архетипические концепты в общении // Прямая и непрямая коммуникация / ред. В. В. Дементьев. Саратов: Колледж, 2003. С. 39—52. [Karasik, Vladimir I. (2003) Arkhetipicheskiye kontsepty v obshhenii (Archetypal Concepts in Communication). In: Dementyev, Vadim V. (ed.) *Pryamaya i nepryamaya kommunikatsiya* (Direct and Indirect Communication). Saratov: Kolledzh, 39—52. (In Russian)].
- Лошаков А. Г. Метаконцепты и метатексты в аспекте концепции сверхтекста // Вестник Вятского гос. ун-та. 2008. № 3 (2). С. 14—18. [Loshakov, Aleksandr G. (2008) *Metakontsepty i metateksty v aspekte kontseptsii sverkhsteksta*. (Metaconcepts and Metatexts in the Aspect of Ultratext Conception). *Herald of Vyatka State University*, 3 (2), 14—18. (In Russian)].
- Ольшанский И. Г., Мельникова О. В. Афористика как объект филологических исследований // Вестник Московского гос. лингвистического ун-та. 2009. Вып. 559. С. 63—80. [Ol'shanskiy, Igor G. & Mel'nikova, Oksana V. (2009) Aforistika kak obyekt filologicheskikh issledovaniy (Aphorism as an Object of Philological research). *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 559, 63—80. (In Russian)].
- Орлова Е. А., Дармаева С. Н. Театральная метафора в немецком политическом медиадискурсе // Филология: научные исследования. 2018. № 1. С. 89—95. [Orlova, Yelena L., Darmayeva, Sayana N. (2018) Teatral'naya metafora v nemetskom politicheskom mediadiskurse (Theatrical Metaphor in German Political Media Dis-

- course). *Philology: Scientific Researches*, 1, 89—95. (In Russian)].
- Туманова Е. О. Вербализация идеологем в лозунгах ГДР // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер.: Гуманитарные науки. 2021. № 1. С. 178—181. [Tumanova, Yekaterina O. (2021) *Verbalizatsiya ideologem v lozungakh GDR* (Verbalization of Ideologemes in the Political Slogans of the GDR). *Modern Science: actual problems of theory and practice*, 1, 178—181. (In Russian)].
- Туманова Е. О. Политический дискурс как метадискурс в таксономии дискурсивных практик (лингвистический аспект) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. № 3. С. 925—931. [Tumanova, Yekaterina O. (2023) *Politicheskiy diskurs kak metadiskurs v taksonomii diskursivnykh praktik* (lingvisticheskiy aspekt) (Political Discourse as a Meta-Discourse in the Taxonomy of Discursive Practices (Linguistic Aspect)). *Philology. Theory & Practice*, 3, 925—931. (In Russian)].
- Уфимцева Н. В. Содержание ценности «жизнь» в языковом сознании при межкультурном сопоставлении // Вопросы психолингвистики. 2017. № 4 (34). С. 116—123. [Ufimtseva, Nataliya V. (2017) *Soderzhaniye tsennosti "zhizn" v yazykovom soznanii pri mezhkul'turnom sopostavlenii* (The Content of Value "Life" in Language Consciousness in Cross-Cultural Comparison). *Journal of Psycholinguistics*, 4 (34), 116—123. (In Russian)].
- Чудинов А. П. Политическая лингвистика. М.: Флинта: Наука, 2006. [Chudinov, Anatoliy P. (2006) *Politicheskaya lingvistika* (Political Linguistics). Moscow: Flinta; Nauka. (In Russian)].
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. доктора филол. наук: 10.02.01. Волгоград: Волгоградский гос. педагогический ун-т, 2000. [Sheygal, Yelena I. (2000) *Semiotika politicheskogo diskursa* (The Semiotics of Political Discourse). Advanced PhD thesis in Philology. Volgograd: Volgograd State Pedagogical University. (In Russian)].
- Klaus, Georg. (1971) *Sprache der Politik*. Berlin: VEB Deutscher Verlag der Wissenschaften.
- Lakoff, George. (1990) *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago; London: Chicago Press University.
- Mikulová, Anna. (2007) Expressivität. Persuasion, Metaphorik in der Sprache bioethischer Diskurse. In: Europäisches Zentrum für Föderalismus-Forschung. (ed.) *Occasional Papers. Sprache und Politik im vereinten Europa*, 34, 5—20.
- Osborn, Michael. (1967) The Evolution of the Theory of Metaphor in Rhetoric. *Western Speech*, 31, 121—131.

Yekaterina O. Tumanova  
Moscow Metropolitan Governance University

### **Archetypal Metaphors in German-Language Political Discourse (exemplified by Political Aphorisms)**

Metaphor is central to the process of political communication, influencing the mass consciousness both in cases of overt propaganda and covert manipulation. The metaphoric repertoire of political discourse is quite broad and diverse, but it invariably includes universal archetypes that influence the subconscious level of participants in communication. The archetypal metaphors that respond to basic human needs and capture the accumulated knowledge and experience of mankind traditionally include the metaphors of the natural cycle, navigation, light-dark, heat-cold, disease-health dichotomies. The aim of the study was to investigate the possibility of deploying metaphors in the low-volume political genre on the example of slogans and propaganda political posters of German parties. The aim determines the theoretical significance of the work, as it allows confirming a new linguistic hypothesis on the possibility of deploying metaphor in low-volume political discourse genres, using political aphorisms as an example for it. The main methods of research, in addition to the method of continuous sampling of political aphorisms, are the method of linguistic analysis and methods of linguocultural analysis, as well as the comparative-historical method. In political aphorisms, as political genres of small volume, various archetypal metaphors are presented, which serve the purpose of addressing traditional values, expressing the continuity of political views, responding to opponents and convincing recipients of the fidelity and honesty of their intentions. Representatives of various parties in Germany turn to archetypal metaphors related to the universal concepts of life, air and navigation in the course of their electoral struggle. On the one hand, political aphorisms present promises of a better life; on the other hand, each party tries to point out that its chosen course is the only correct one that can lead to success and prosperity. The materials of different parties' election campaigns are analyzed, and political posters are compared in diachronic aspect, which confirms the desire of party cell leaders not only to gain a foothold in the political arena, but also to influence the subconscious level of recipients' perception by appealing to the basic values for them. The result of the study is the substantiation of the theory put forward about the possibility of deploying metaphor in the small political genre, which may become the basis for further scientific research.

**Keywords:** political discourse; political aphorism; quote; metaphor; archetypal metaphor

*Для цитирования:*

Туманова Е. О. Архетипичные метафоры в немецкоязычном политическом дискурсе (на примере политической афористики) // Русская германистика: Ежегодник Российского союза германистов. 2023. № XX. С. 276—297. DOI: 10.47388/2782-2605/lunn2023-20-276-297.

*To cite this Article:*

Tumanova, Yekaterina O. (2023) Arkhetipichnyye metafory v nemetskoyazychnom politicheskom diskurse (na primere politicheskoy aforistiki) (Archetypal Metaphors in German-Language Political Discourse (exemplified by Political Aphorisms)). *Russkaya germanistika: Yezhegodnik Rossiyskogo soyuza germanistov* (Germanic Philology in Russia: Yearbook of the Russian Union of Germanists), 20, 276—297. (In Russian). DOI: 10.47388/2782-2605/lunn2023-20-276-297.

*Статья поступила в редакцию 14.04.2023; принята к публикации 30.05.2023*

*The article was submitted 14.04.2023; accepted for publication 30.05.2023*