

Санкт-Петербургский государственный университет

Анализ оценочной лексики в масс-медийных немецкоязычных текстах  
дискурса предвыборной кампании в США (2016 год)

Выпускная квалификационная работа

соискателя на степень бакалавра

Растворцевой Александры Николаевны

Научный руководитель:

доцент к.ф.н. Манёрова Кристина Валерьевна

Рецензент:

доцент к.ф.н. Ковтунова Елена Анатольевна

Санкт-Петербург

2017

## Содержание

Generating Table of Contents for Word Import ...

### Введение.

Во второй половине XX – начале XXI века невозможно не заметить стремительного развития средств массовой информации. Помимо печати, радио, телевидения появляются и новейшие компьютерные информационные технологии. Мировое информационное пространство становится глобальным и это оказывает огромное влияние на производство и распространение слова и медиалингвистику. Данные процессы требуют разработки новых способов практического исследования языка СМИ.

Как известно, медиатексты являются одной из самых распространённых сфер современного употребления языка. Новые корпуса текстов создаются и передаются по различным каналам СМИ. Несомненно, огромный вклад в постоянный рост массива медиаречи вносит коммуникация в мировой сети Интернет.

Аксиологический аспект современного немецкого политического дискурса в целом, и дискурса предвыборной кампании, в частности, тесно связан с категорией оценки, отражающей аксиологические категории или оценочные модальности: понятия, используемые для характеристики объекта с точки зрения определенной системы ценностей. Оценка в СМИ выражается с помощью комплекса вербальных, в первую очередь, лексических и стилистических средств.

Предвыборная кампания в США 2016 года – тема «номер один» в немецких СМИ, ее широкое освещение и оценивание кандидатур будущих президентов отражает внешнеполитический курс ФРГ. Поэтому лексические единицы с ярко выраженной оценочной семантикой (напр.: *der umstrittene Kandidat*, *der gefährliche Kandidat*, *Provokation*, *die ganze Welt entsetzen*) являются средством, формирующим и регулирующим политические установки немецкого читателя, манипулирующим его мнением.

Цель работы: провести анализ немецкой оценочной лексики разных семантических и структурных типов, используемой при освещении предвыборной кампании США 2016 в немецких масс-медийных текстах. В рамках достижения цели были поставлены и решены следующие задачи:

1. Осуществить выборку немецких медийных материалов, освещающих события предвыборной кампании в США за указанный период и относящихся к заявленному в теме дискурсу.

2. Выявить и проанализировать лексические и стилистические средства положительной и отрицательной оценки в медиатексте, которые могут употребляться: лексемы, с четко неодобрительной коннотацией значения; паронимические совпадения; лексемы с мелиоративной оценкой; окказионализмы; единицы вторичной номинации (метафора); фразеологизмы; аллюзия; метонимический перенос (синекдоха); стилистические средства: ирония, гипербола, уравнивающие контекстуальные сравнения.

3. Провести анализ аксиологических категорий «хорошо» - «нейтрально» - «плохо», используемых в дискурсе предвыборной кампании, выраженных лексическими средствами, используемыми немецкими СМИ при освещении предвыборных кампаний кандидатов. Овладеть компетенциями анализа современного медиадискурса и его оценочных вербальных средств в ходе исследования, выявления и эвалюации лексических и стилистических средств, влияющих на формирование общественного мнения, создание портрета политика.

Материалом для работы послужили статьи с немецких сайтов [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de), <http://www.zeit.de>, [www.focus.de](http://www.focus.de), [www.manager-magazin.de](http://www.manager-magazin.de), <http://www.bild.de>, <http://www.stern.de>. Общее количество статей составило 47. Их главной темой являлся дискурс предвыборной кампании в США 2016 года.

В качестве методов исследований были использованы:

- метод сплошной выборки;
- метод многоуровневого анализа дискурса (DIMEAN);
- метод семного анализа;
- метод словообразовательного анализа;
- метод стилистического анализа.

Для исследовательской части материалы по дискурсу предвыборной кампании были взяты из Интернета, поскольку язык статей Интернета во многом отличается от языка статей печатных изданий. В основном были выбраны новостные статьи. Важнейшим отличием является то, что объем статьи электронного издания меньше, чем печатного. Это объясняется тем, что человек, который заходит на интернет-сайт с целью узнать основные новости, обычно желает вкратце узнать всё самое важное и интересное, а значит и оценка, которая создается в рамках такой статьи, должна быть передана ясными и убедительными языковыми средствами.

Теоретической базой исследования послужили работы Е.М.Вольф, О.И.Москальской, М.П.Брандес, Т. Шиппан, Е.И. Шейгал, И.И. Чернышевой, М.Д. Степановой, Т.Г. Добросклонской, Г.Я.Солганика.

Работа состоит из Введения, двух Глав, Заключения, Библиографии и Приложения. Общий объем составляет 81 страница. В Приложении приводятся примеры статей о двух кандидатах - источники материала в работе.

## Глава 1. Языковые средства выражения оценки в публицистических текстах.

### §1.1. Язык СМИ в функционально-стилистическом аспекте.

Выбор источника примеров в работе обоснован следующими факторами. Язык Интернета представляет собой многоуровневую мультимедийную систему, впитавшую в себя достижения всех традиционных СМИ. Язык СМИ является универсальной знаковой системой, с помощью которой формируется картина окружающего мира как в индивидуальном, так и в массовом сознании.

Согласно Т.Г. Добросклонской<sup>1</sup>, к языку СМИ относятся тексты, которые создаются и распространяются средствами массовой информации. Это внутриязыковая система, характеризующаяся определенным набором лингвостилистических свойств и признаков. Данная система предполагает наличие вербальных и аудиовизуальных компонентов, которые являются особенными для каждого из средств массовой информации.

Согласно Е.И. Шейгал<sup>2</sup>, СМИ являются основной средой обитания политической коммуникации, которая рассчитана на широкий круг адресатов. В другой работе, а именно в статье «Язык СМИ и политика в семиотическом аспекте»<sup>3</sup> Е.И. Шейгал приводит высказывание В. 3. Демьянкова<sup>4</sup>, в котором он сравнивает политический дискурс СМИ с рестораном быстрого питания Макдональдсом, опираясь на то, что такой дискурс должен перевариваться аудиторией с такой же быстротой, как и

---

<sup>1</sup> Добросклонская Т.Г. «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь)» – М.: Флинта: Наука, 2008. с.18

<sup>2</sup> Шейгал Е.И. «Семиотика политического дискурса». Монография. Волгоград, Волгоградский государственный педагогический университет, 2000. с.31

<sup>3</sup> Шейгал Е.И. «Язык СМИ и политика в семиотическом аспекте». Язык СМИ и политика: коллективная монография / Г. Я. Солганик. Язык СМИ и политика. — М. Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012. с.126

<sup>4</sup> Демьянков В. 3. «Интерпретация политического дискурса в СМИ» // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М. Н. Володина. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. с. 116-133

фастфуд. Эффект дискурса должен также проявляться быстро, чтобы была возможность манипулировать сознанием людей.

Согласно М.Н. Володиной<sup>5</sup>, сознанием читателя масс-медийных источников можно манипулировать, если регулярно использовать негативный или позитивный контекст. При таком воздействии адресату внедряется соответствующее отношение к фактам, людям и событиям, их негативная оценка. Т. Г. Добросклонская<sup>6</sup> разделяет подобную точку зрения, говоря, что восприятие человеком окружающего мира отчетливо зависит от того, каким этот мир представлен в средствах массовой информации. Язык СМИ быстрее всего отражает социально - идеологические изменения в обществе, передает идеологическую модальность, формирует новые понятия, которые отражают концептуальные различия в национально - культурных и политических медиадискурсах.

Говоря о характере воздействия предвыборного политического дискурса на потенциальных избирателей, А.А. Федосеев<sup>7</sup> выделяет два основных вида: скрытое и явное. При скрытом воздействии субъект действует на объект тайно с целью манипулирования сознанием. Такая манипуляция успешна только при условии, что она останется незаметной. Действуя открыто, субъект показывает свои истинные цели, а объект в праве свободно осуществить свой выбор. В нашей работе выявлено, что преобладает явная манипуляция сознанием читателя, с использованием прагматических и лексических средств языкового воздействия.

---

<sup>5</sup> Володина М.Н. «Язык массовой информации – основное средство информационного воздействия на общественное сознание»// «Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования». Москва, МГУ, 2001. с.13

<sup>6</sup> Добросклонская Т.Г. «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь)» – М.: Флинта: Наука, 2008. с.22-23

<sup>7</sup> Федосеев А.А. «Метафора как средство манипулирования сознанием в предвыборном агитационном дискурсе». Текст: автореф. Дисс.канд.филол.наук А.А.Федосеев Челябинск, 2004. с.21.

В статье Солганика Г.Я. «О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ)»<sup>8</sup> говорится о том, что о чем бы ни писал автор, он все равно проявляет себя как человек социальный. Соответственно, в каждом сообщении может содержаться как открытая защита или опровержение каких-либо положений с использованием средств интеллектуального или эмоционального воздействия, так и сдержанное рассуждение, анализ.

Согласно Е.И. Шейгал<sup>9</sup>, именно СМИ являются ареной, на которой заочно происходит противостояние кандидатов, возрастающее по мере приближения президентских выборов. По мнению В.З. Демьянкова<sup>10</sup>, общественное предназначение политического дискурса состоит в том, чтобы внушить гражданам необходимость «политически правильных» действий и оценок и побудить их таким образом к действию и «верному» выбору. Следовательно, одной из главных функций языка СМИ при освещении предвыборных кампаний является создание портрета политика.

Статус языка СМИ как самостоятельного явления закрепляется в 90-е гг. XX века. Тогда же появляются исследования, в которых он рассматривается как отдельная языковая подсистема и изучается с точки зрения всестороннего комплексного подхода.

В языке СМИ существует функционально-стилевая разнородность, и это отражает универсальность тематики, подвижность текста в смысле его взаимодействия со всеми прочими сферами речеупотребления. Важнейшей особенностью языка СМИ составляют конструктивное единство и функционально-стилистическое разнообразие.

---

<sup>8</sup> Солганик Г.Я. «О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (Языка СМИ)» // «Язык современной публицистики». М., ФЛИНТА, НАУКА, 2005. с.13-31

<sup>9</sup> Шейгал Е.И. «Семиотика политического дискурса». Волгоград, Волгоградский государственный педагогический университет, 2000, с.46

<sup>10</sup> Демьянков В.З. «Политический дискурс как предмет политологической филологии». - 2002 [Электронный ресурс] URL: <http://philology.ru/linguistics1/demyankov-02.htm> (Дата обращения: 11.03.17 )

Исследованием сферы речеупотребления языка масс медиа занимается медиалингвистика. Существует такое понятие, как *особая концепция медиатекста*<sup>11</sup>, которая присутствует практически во всех исследованиях медиаречи. Ее суть состоит в том, что при переносе в сферу масс медиа ключевое определение текста как «*объединённой смысловой связью последовательности знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и целостность*»<sup>12</sup>, получает значительно более широкий СМЫСЛ.

Новости представляют собой тексты, в которых наиболее полно реализуется одна из самых главных функций языка, а именно сообщение, и очень важная функция массовой коммуникации – информативная.

Важной составляющей языка современных средств массовой информации является информационно-аналитический жанр. Аналитические обзоры событий, политический комментарий, тексты, выражающие мнение и оценку, представляют собой обязательный компонент продукции любого СМИ, например, подзаголовок из статьи Mensch Hillary, содержащей лексические средства оценки (выделенные курсивом лексемы): *Wie sie es macht, macht sie's verkehrt: Hillary Clinton soll im US-Wahlkampf Gefühle zeigen - aber bloß nicht zu viele. Sie soll perfekt sein, aber nicht zu glatt. Sie soll dem Motzer Trump die Stirn bieten - aber nicht zu laut werden. Wie unfair.*<sup>13</sup>

Информационно-аналитические тексты в наиболее полной степени реализуют интерпретационную или идеологическую функцию массовой коммуникации. Соответственно, роль элементов морфосинтаксиса, способствующих реализации функции воздействия, «работая» на создание

---

<sup>11</sup> Термин «медиатекст» впервые употреблён в работе Т.Г.Добросклонской «Вопросы изучения медиатекстов», М., МГУ, 2000.

<sup>12</sup> Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990, с.507

<sup>13</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-das-interview-in-humans-of-new-york-und-die-frauenfrage-a-1111757.html> (gesehen am: 13.12.16.)

аналитической части, комментария, на выражение мнения и оценки возрастает. Наличие оценочного компонента является неотделимой частью подобных текстов.

Лингвистические способы выражения мнения и оценки в разнообразны. Это могут быть как прямые эксплицитные способы, так и имплицитные.

Следовательно, существует целый ряд лексических средств:

- слова и словосочетания с оценочным значением:

*Schlechteste Imagewerte<sup>14</sup>, unbeliebtesten Kandidaten<sup>15</sup>*

- с отрицательными или положительными коннотациями:

*rassistisch, homophob, sexistisch, fremdenfeindlich oder islamfeindlich<sup>16</sup>  
erfrischend, auf seine Art ehrlich<sup>17</sup>*

- идеологически-модальная лексика:

*Er ist ein Rassist, sie ist eine Lügnerin<sup>18</sup>*

- стилистические приемы: сравнения, метафоры, анафоры, аллюзии и пр.:

*es sei ihre Lieblingsbeschäftigung, sich in ihren Clinton-Kokon zurückzuziehen<sup>19</sup>*

- особое синтаксическое построение фразы: порядок слов, вопросы, повторяющиеся синтаксические конструкции, восклицательные:

---

<sup>14</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-hillary-clinton-in-umfrage-fast-so-unbeliebt-wie-donald-trump-a-1110331.html> (gesehen am: 13.12.16.)

<sup>15</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/us-wahlkampf-hillary-clinton-donald-trump-unbeliebt> (gesehen am: 13.12.16.)

<sup>16</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-hillary-clinton-geht-unterstuetzer-von-donald-trump-hart-an-a-1111773.html#ref=recom-plista> (gesehen am: 13.12.16.)

<sup>17</sup> <http://www.zeit.de/campus/2016-11/usa-wahl-junge-nichtwaehler> (gesehen am: 13.12.16.)

<sup>18</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/usa-wahlen-wahlkampf-american-short-stories> (gesehen am: 13.12.16.)

<sup>19</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahlkampf-hillary-clinton-braucht-einen-neuen-politikstil-a-1119105.html> (gesehen am: 13.12.16.)

Sie muss mindestens *doppelt so viel erklären* wie ein Mann in derselben Rolle, wird *doppelt so kritisch bewertet*, anhand *doppelt so vieler Kriterien*.<sup>20</sup> – синтаксический и лексический параллелизм.

Среди названных средств стоит выделить идеологически-модальную лексику, то есть слова и словосочетания, обладающие определенными политико-оценочными коннотациями. Метафора позволяет создать в медиатекстах яркие, часто культуроспецифичные образы, соединяет в себе реализацию функции воздействия на уровне языка с реализацией интерпретационной функции массовой коммуникации. Сравнения и метафоры также являются средствами передачи отношения автора к предмету сообщения. Вопросительные и восклицательные предложения (экскламативы) усиливают эффект воздействия, способствуя выражению мнения и оценки, например:

*Für viele Amerikaner war es schon schwer, einen Schwarzen zu wählen, und jetzt soll eine Frau kommen?*<sup>21</sup>

Механизм функционирования СМИ предполагает помимо отражения окружающей действительности ее интерпретацию, комментарий, оценку, способствующую созданию определенного идеологического фона. В результате многократного повторения тех или иных медиа интерпретаций происходит создание устойчивых образов, которые, в свою очередь, могут содержать как позитивный, так и негативный оценочный компонент.

Интерпретационные свойства медиа текстов являют собой основу для выделения категории идеологической модальности, которая придает тексту определенную идеологическую окраску.

---

<sup>20</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-das-interview-in-humans-of-new-york-und-die-frauenfrage-a-1111757.html> (gesehen am: 13.12.16.)

<sup>21</sup> <http://www.zeit.de/campus/2016-11/usa-wahl-junge-nichtwaehler/komplettansicht> (Gesehen am: 13.12.16.)

Тексты массовой информации являются на сегодняшний день одной из самых распространенных форм существования языка. Их способность отражать окружающую действительность, формировать идеологический фон и организовывать информационное пространство оказывает непосредственное влияние на состояние культурно-информационной среды.

Согласно И.В. Анненковой<sup>22</sup>, медиатексты представляют собой ярко выраженные прозаические тексты. Направление содержания этого текста - дискурса определяет риторическая модальность. Центром любого текста является автор - посредник между «элитой» и «массами», именно на основе его риторической позиции, мировоззрения в сознании масс формируется та или иная картина мира. Соответственно, она не может быть объективной и целостной.

Согласно Д.В. Шапочкину<sup>23</sup>, политический дискурс наиболее сильно влияет на общественное сознание. Он направлен на формирование картины лучшего устройства мира, что ярко демонстрируют его подтип «дискурс предвыборной кампании» в виде предвыборных текстов кандидатов. Рассмотрим его подробнее.

### §1.2. Воздействие масс-медиа на языковые процессы.

Согласно Т.Г.Добросклонской<sup>24</sup>, при оценке воздействия современных масс-медиа на языковые процессы, можно выделить три уровня анализа: геолингвистический, интерлингвистический, интралингвистический.

---

<sup>22</sup> Анненкова И. В. «Язык СМИ и политика в риторическом аспекте (на примере предвыборных кампаний 2007-2008 гг.)» // Язык СМИ и политика: коллективная монография / Под ред. Г. Я. Солганика. – М. : Изд-во Моск. ун-та; Ф-т журн. МГУ имени И. В. Ломоносова, 2011. [Электронный ресурс] URL: <http://lib.sale/jurnalistika-knigi/yazyk-smi-politika-ritoricheskom-aspekte-71572.html> (дата обращения: 18.03.17)

<sup>23</sup> Шапочкин Д.В. «Политический дискурс: когнитивный аспект», Монография, Издательство Тюменского государственного университета, Тюмень, 2012, с.56

<sup>24</sup> Добросклонская Т.Г. «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь)» – М.: Флинта: Наука, 2008. – с 7-8.

Геолингвистический уровень предполагает анализ воздействия СМИ на состояние и развитие общей лингвокультурной ситуации в мире и в регионах. Здесь важны такие показатели, как, например, передел языковых сфер влияния и т.п. В нашей работе это информирование и влияние на немецкоязычную аудиторию через СМИ. А Германия, в свою очередь, является ключевым государством при формировании общеевропейской внешней политики. Предвыборная кампания в США массивно освещается в немецких СМИ. В ходе кампании был выбран явный фаворит, который, однако, проиграл - Хилари Клинтон. Оценки, связанные с ее предвыборной кампанией и кампанией ее соперника Дональда Трампа, ярко выражает поляризацию.

На интерлингвистическом уровне исследуются вопросы взаимодействия и взаимовлияния языков, рассматриваются механизмы и способы заимствований, функциональные стили и сферы речеупотребления, которые наиболее подвержены влиянию других языков. В нашей работе ключевым компонентом воздействия является лозунг Трампа *MAGA* на английском: *Make Amerika Great Again*, транслируемого и обсуждаемого в немецких СМИ.

При исследовании интралингвистического уровня внимание сосредоточено на: тенденциях к размыванию чётких стилевых границ, распространение норм разговорного стиля в основном корпусе медиаречи (напр.: новости, информационная аналитика, комментарий), ошибочном речеупотреблении (напр.: неправильное ударение, грамматические ошибки и неверная сочетаемость), снижение речевой нормы за счет употребления сниженной и ненормативной лексики и т.п.

В нашей работе важен анализ средства создания образа кандидата в президенты США за счет употребления стилистически не нейтральной лексики.

§1.3. Дискурс предвыборных кампаний как разновидность политического дискурса.

К определению термина «политический дискурс» существует два подхода: в широком смысле <sup>25</sup> это все речевые акты, используемые в политических дискуссиях, а также правила публичной политики, проверенных опытом. Исходя из данного определения, политический дискурс включает такие формы общения, в которых к сфере политики относится хотя бы одно из составляющих: субъект, адресат, содержание сообщения.

При узком подходе к определению этого термина его определяют как разновидность дискурса, целью которого является завоевание, сохранение и осуществление политической власти. Дискурс определяется Г. Штраусом, У. Хассом, Г. Харрасом<sup>26</sup> как совокупность устных, письменных, монологических или диалогических речевых и текстовых продуктов, которые в совокупности являются когерентными.

В параграфе будут рассмотрены жанры политического дискурса, его функции и свойства, отдельно представлены функции дискурса предвыборных кампаний.

Классификацию жанров политического дискурса можно найти в работе Е.И Шейгал<sup>27</sup>. Автор выделяет два варианта дифференциации:

- 1) по субъектно-адресным отношениям;
- 2) по характеру ведущей интенции.

---

<sup>25</sup> Баранов, А. Н. «Парламентские дебаты: традиции и новации» / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. М. : Знание, 1991, с.42

<sup>26</sup> Strauss G., Hass U., Harras G. Brisante Wörter. Von Agitation bis Zeitgeist. Ein Lexikon zum öffentlichen Sprachgebrauch. de Gruyter. Berlin. New York, 1989, с. 603

<sup>27</sup>Шейгал Е.И. «Семиотика политического дискурса». Волгоград, Волгоградский государственный педагогический университет, 2000, с.313

Наибольший интерес представляют собой речи лидеров партий и их сторонников. Обращения используются для того, чтобы вызвать ту или иную эмоцию у избирателей, речь содержит элементы аналитики.

В античный период рождаются поединки ораторов, которые стали прототипом современных дебатов и теледебатов. Цель дебатов - победа над соперником в глазах аудитории.

Тексты рекламных роликов партий и кандидатов в президенты представляют собой монолог лидера партии. Особую распространенность получили рисованные видеоролики. Они дешевы в производстве и привлекают внимание аудитории.

Для следующей группы - щитов и растяжек на улицах городов характерна вербальная краткость при ярком визуальном сочетании текста и фона.

Информационные заметки, интервью, репортажи. Подобные материалы необходимы для PR-кампаний, так как именно они помогают создать иллюзию объективности восприятия партии или политика в глазах массовой аудитории.

На сегодняшний день речи политиков очень невыразительны, политические партии не имеют своей уникальной политической позиции и убедительных аргументов. Предвыборные речи в основном лишь пестрят идентичными обещаниями, что ослабляет силу риторического воздействия на аудиторию. Самым распространенным методом является так называемая «приманочная речь», которая может быть сокращена до слогана. Аргументы к логосу в ней либо неубедительны, либо отсутствуют вообще, так как основными являются аргументы к пафосу.

В этом аспекте можно оценить и лозунги (крылатое слово)- соединения, маркирующие дискурс. Согласно В. Беш, А. Беттен, О. Райхман и С.

Зондерегер<sup>28</sup>, лозунги обыкновенно партийны и остаются биполярными лексическими структурами. Пример: лозунг Дональда Трампа: «Make Amerika Great Again».

Согласно Н.В. Воржцовой<sup>29</sup>, в политическом дискурсе можно увидеть разнообразие жанров, классификация которых осуществляется по следующим критериям:

Официальность/неофициальность политической коммуникации (пресс-конференции, законы, указы, публичные политические дискуссии/ разговоры, слухи);

Субъектно-адресные отношения (общественно-институциональная коммуникация, коммуникация институт-гражданин, коммуникация между агентами в институтах);

Событийная локализация (отнесенность дискурса к тому или иному событию);

Функциональность (ритуальные: инаугурация, ориентационные: указы, агональные: предвыборные дебаты).

В работе А.А. Филинского<sup>30</sup> в качестве основной функции политического дискурса определяется его использование в качестве инструмента политической власти, т.е. борьбы за власть, овладения властью, ее сохранения и т.д. Прецедентные тексты являются основой политического дискурса, в котором выражены идеологемы и структуры, которые относятся к категории интертекста.

А.А. Филинский выделяет следующие свойства политического дискурса:

---

<sup>28</sup> Besch W. Betten A. Reichmann O. Sonderegger S. Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage 1. Teilband Walter de Gruyter Berlin/ New York 1998, с. 101.

<sup>29</sup> Воржцова Н.В. «Предвыборный дискурс и его жанры» Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2(10) 2010. С 109-111.

<sup>30</sup> Филинский А.А. «Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг». Тверь 2002. с. 55.

1. Конвенциональность семантических форм (клише, идиомы, термины). Это способствует упрощению схем интерпретации политических реалий.

Приведем примеры из нашего материала:

*Trump kam nicht aus dem Nichts. Es hat Warnsignale gegeben*<sup>31</sup>.

*Und obwohl auch Trump wie fast alle Populisten die Macht der großen Banken kritisiert..*<sup>32</sup>

2. Институциональность является неперенным атрибутом политической коммуникации, так как политические субъекты - представители различного рода институтов. Примером могут служить следующие высказывания журналистов о Хиллари Клинтон:

*Die Demokratin tritt am 8. November gegen den Republikaner im Rennen um das Weiße Haus an*<sup>33</sup>.

*Kaum jemand ist besser qualifiziert für das Präsidentenamt als die ehemalige Senatorin von New York, Außenministerin und First Lady.*<sup>34</sup>

3. Идеологичность – свойство, основанное на связи политики и идеологии. Идеология - это система социальных представлений, групповых знаний, верований и мнений, основанная на групповых ценностях, нормах и интересах.

*Trump saß die ganze Zeit, verbreitete Unwahrheiten und machte Propaganda für Wladimir Putin*<sup>35</sup>.

---

<sup>31</sup> <http://www.zeit.de/2016/33/demokratie-klassenduenkel-rassismus-populismus> (Gesehen am: 18.12.16.)

<sup>32</sup> <http://www.zeit.de/2016/36/donald-trump-marine-le-pen-wirtschaftspolitik-steuern>(Gesehen am: 18.12.16.)

<sup>33</sup> <http://www.zeit.de/feature/kandidaten-us-praesidentschaftswahl-2016> (gesehen am: 18.12.16.)

<sup>34</sup> <http://www.zeit.de/feature/kandidaten-us-praesidentschaftswahl-2016> (gesehen am: 18.12.16.)

<sup>35</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-das-interview-in-humans-of-new-york-und-die-frauenfrage-a-1111757.html>(gesehen am: 18.12.16.)

В работе А.А. Филинского представлены также функции дискурса предвыборных кампаний. Для нашей работы важно, выявить лексические средства, осуществляющие реализацию функций дискурса, например:

- манипулятивная - трансформация дискурсивной реальности или создание новых различных дискурсивных практик (например, гиперболизации, эвфимизации или элиминирования информации).

Из нашего материала можно привести следующие примеры:

*Trump ist ein Alpha-Tier, er schlägt sich auf die Brust, ballt die Fäuste*<sup>36</sup>. (о Д. Трампе)

- ориентирующая:

*demokratische Herausforderin*<sup>37</sup> (о Х. Клинтон)

- функция социального контроля:

*Kandidatin für das weltoffene Amerika*<sup>38</sup>. (о Х. Клинтон)

- функция легитимизации власти:

*Kaum jemand ist besser qualifiziert für das Präsidentenamt als die ehemalige Senatorin von New York, Außenministerin und First Lady*<sup>39</sup> (о Х. Клинтон)

- функция воспроизводства власти:

*Clinton lieferte in ihren Antworten mehr Details als der Republikaner Trump. Clinton würde damit den Kurs Obamas fortsetzen*<sup>40</sup>. (о Х. Клинтон)

<sup>36</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/matt-wuerker-interview> (gesehen am: 18.12.16.)

<sup>37</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/us-wahl-donald-trump-wahlkampf-aufruestung> (gesehen am: 18.12.16.)

<sup>38</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-gegen-donald-trump-die-100-millionen-show-a-1113890.html> (gesehen am: 18.12.16.)

<sup>39</sup> <http://www.zeit.de/feature/kandidaten-us-praesidentschaftswahl-2016> (gesehen am: 18.12.16.)

<sup>40</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/us-wahl-donald-trump-wahlkampf-aufruestung> (gesehen am: 18.12.16.)

- функция социальной солидаризации и дифференциации:

*Laut aktuellen Umfragen liegt Hillary Clinton eindeutig vorne.<sup>41</sup> (о Х. Клинтон)*

- агональная функция:

*Wir haben die Wahl zwischen Testosteron und Östrogen, zwischen Krawall und Kooperation<sup>42</sup>. (об обоих кандидатах)*

*Die Demokratin ihren republikanischen Rivalen vorerst hinter sich gelassen hat<sup>43</sup>. (об обоих кандидатах)*

Даже первичный анализ функций помогает сориентироваться в дискурсе предвыборной кампании: в немецких СМИ именно Х. Клинтон представляла собой желаемого кандидата, через ее кандидатуру репрезентированы следующие функции:

- ориентирующая;
- функция социального контроля;
- функция легитимизации власти;
- функция воспроизводства власти;
- функция социальной солидаризации.

Основной задачей лингвистического анализа политического дискурса является выявление механизмов сложных взаимоотношений между властью, познанием, речью и поведением.

Т. ван Дейк<sup>44</sup> определяет критическую лингвистику и критический анализ дискурса как «единую перспективу при осуществлении языкового, семиотического и дискурсивного анализа».

---

<sup>41</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/hillary-clinton-us-wahl-umfrage-statistik> (gesehen am: 18.12.16.)

<sup>42</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/matt-wuerker-interview> (gesehen am: 19.12.16.)

<sup>43</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/hillary-clinton-us-wahl-umfrage-statistik> (gesehen am: 19.12.16.)

<sup>44</sup> Dijk T. A. van, Kintsch W. Strategies in text comprehension. – New York: St. Martin's Press, 1983. с. 245

Критический анализ дискурса занимается структурными отношениями власти и контроля, изучением социального неравенства, выраженного в языке и дискурсе. Язык является средством доминирования и социальной силы и служит для законодательного закрепления отношений организованной власти.

Согласно О. Л. Михалевой<sup>45</sup>, политическое соперничество подразумевает наличие трех составляющих политической коммуникации: говорящий (адресант), слушающий/соперник (прямой адресат) и народ (адресат-наблюдатель). При этом организующим механизмом Е. И. Шейгал<sup>46</sup> называет базовую семиотическую триаду, которая состоит из: ориентации (формулирование и разъяснение политической позиции), интеграции (поиск и сплочение сторонников) и агональности (борьба с соперником).

Наша работа посвящена анализу оценочной лексики предвыборной кампании в США, важному ее компоненту. Согласно О. В. Гайковой<sup>47</sup>, выборы президента Соединенных Штатов являются устоявшимся ритуалом, который состоит из определенной последовательности действий. Соответственно, предвыборная кампания состоит из трех основных пунктов:

- «театральное действие»: «актеры-политики» и «зрители-избиратели»;
- «спортивная борьба», кандидаты на пост президента являются своего рода «спортсменами», играющими за свою политическую партию, а избиратели в данном случае «болельщики» или «фанаты»;
- «политическая торговля»: «продавцы-избиратели» и «покупатели-кандидаты».

По этой причине выбор вербальных средств оценки безусловно важен.

---

<sup>45</sup> Михалева О.Л. «Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия». М: Книжный дом «Либроком», 2009. с. 35

<sup>46</sup> Шейгал Е.И. «Семиотика политического дискурса» Монография. Волгоград, Перемена 2000. с. 273

<sup>47</sup> Гайкова О.В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации. Волгоград 2003, Российская государственная библиотека, 2003. [Электронный ресурс] URL: <http://libed.ru/knigi-nauka/436516-1-predviborniy-diskurs-kak-zhanr-politicheskoy-kommunikacii-na-materiale-angliyskogo-yazika-dissertaciya-soiskanie.php> (дата обращения: 12.03.17 )

#### §1.4. Выражение оценки в средствах массовой информации.

Оценка в СМИ может создаваться с помощью обширного спектра средств: вербальных, визуальных, аудитивных. Языковые средства создания оценки относятся к вербальным средствам, оценочная лексика является доминирующим элементом при формировании общественного мнения в публицистических текстах масс-медиа. Елена Михайловна Вольф<sup>48</sup> приводит следующую классификацию частнооценочных значений, предложенную Ниной Давидовной Артюновой:<sup>49</sup>

Сенсорные оценки:

- сенсорно-вкусовые (вкусный, приятный);
- психологические: эмоциональные (радостный) и интеллектуальные (интересный, банальный).

Сублимированные или абсолютные оценки:

- эстетические (красивый, прекрасный);
- этические (добрый, порочный).

Рационалистические оценки:

- утилитарные (полезный, вредный);
- нормативные (правильный, здоровый);
- телеологические (эффективный, удачный).

Из материала исследовательской части берутся следующие примеры:

- интеллектуальные: zu einstudiert;
- эстетические: Hosenanzug;
- этические: ehrlich; Lügnerin, korrupt;

---

<sup>48</sup> Вольф Е.М. «Функциональная семантика оценки», М, «Наука», 1985. с.27

<sup>49</sup> Артюнова Н.Д. «Аксиология в механизмах жизни и языка». – В кн.: «Проблемы структурной лингвистики», 1982, М.: Наука, 1984 с.224-240.

- утилитарные: schwammig formuliert;
- нормативные: der Richtige für den Job;
- телеологические: verstörend.

По своей природе язык СМИ является оценочным. Елена Михайловна Вольф<sup>50</sup> выделяет два фактора оценки: субъективный и объективный. Соответственно, каждое суждение предполагает как субъект суждения, от которого исходит оценка, так и объект, к которому она относится. Для субъективного аспекта автор выделяет такие характерные глаголы, как «scheinen», «halten», «gelten». Если объективный компонент ориентируется на собственные свойства предметов или явлений, на основе которых выносятся оценка, то субъективный компонент предполагает положительную или отрицательную оценку.

Оценка может быть высказана как от одного определенного лица, так и от «общего мнения». В оценке особое место занимает субъект «автор текста», позиция которого хорошо заметна в высказываниях с глаголами «казаться», «слыть» и т.д., где он отделяется от оценки, принадлежащей одному из актантов или «общему мнению». При этом «Общее мнение» выступает, прежде всего, в неопределенно-личных конструкциях (местоимение «man») и в конструкциях с формами безличного пассива.

*Es sind schlicht Momente, in denen man das Gefühl bekommt, es sei ihre Lieblingsbeschäftigung, sich in ihren Clinton-Kokon zurückzuziehen und vor den Augen der Nation ein Rollenspiel aufzuführen<sup>51</sup>.*

---

<sup>50</sup> Вольф Е.М. «Функциональная семантика оценки», М, «Наука», 1985.с.22

<sup>51</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahlkampf-hillary-clinton-braucht-einen-neuen-politikstil-a-1119105.html> (gesehen am: 24.12.16.)

В работе «Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность» под редакцией А. В. Бондарко<sup>52</sup> можно найти классификацию основных типов модальных значений. К нашей работе относится следующий пункт: эмоциональная и качественная оценка содержания высказывания, выражаемая лексически (ср. *ehrlich, korrupt, Lügnerin, Rassist*), просодически (восклицательными предложениями), а также с помощью междометий.

Модальные слова, такие как *vielleicht, eventuell, sicherlich* служат для того, чтобы выразить градус уверенности высказывания и разграничить область между абсолютной уверенностью и невозможностью. Термин «модальные слова» распространён довольно широко среди таких авторов, как В. Г. Адмони, Г. Хельбиг и Й. Буша, Е. Хенштель и Х. Вейдт.

Таким образом, можно сказать, что оценка в различных публицистических текстах может быть выражена лексико-стилистическими и грамматическими средствами.

---

<sup>52</sup> Бондарко А.В. Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность, Ленинград, «Наука», 1990, с.68.

### Краткие выводы:

Обзор существующей литературы и подходов к изучению оценочных средств показал следующие результаты. Язык СМИ является наиболее часто используемым средством формирования картины окружающего мира в индивидуальном и массовом сознании реципиента. С помощью различных приемов возможна скрытая или явная манипуляция сознанием читателя. Политический дискурс предназначен для того, чтобы побудить граждан совершить «политически правильное» действие и сделать «верный» выбор, при этом лингвистические способы выражения мнения и оценки могут также быть выражены эксплицитно или имплицитно. Воздействие масс-медиа на языковые процессы изучается на трех уровнях:

- геолингвистическом - рассматривается воздействие СМИ на мировую и региональную лингвокультурную ситуацию;

- интерлингвистическом - изучаются взаимодействие и взаимовлияние языков, различные способы заимствований, функциональные стили, сферы речеупотребления;

- интралингвистическом - исследуются тенденции к размыванию стилевых границ, распространению разговорного стиля, ошибочному речеупотреблению, снижению речевой нормы за счет употребления сниженной и ненормативной лексики.

Дискурс предвыборных кампаний является разновидность политического дискурса. К определению термина «политический дискурс» существует несколько подходов. Изучением политического дискурса занимаются многие исследователи. В нашей работе рассмотрены две классификации жанров политического дискурса, его свойства. Также важную роль играют функции дискурса предвыборных кампаний и составляющие политической коммуникации.

Оценка в СМИ имеет два фактора – субъективный и объективный. Частнооценочные значения классифицированы Н. Д. Арутюновой, основные типы модальных значений можно найти в работах А. В. Бондарко.

## Глава 2. Анализ лексических средств оценки в освещении дискурса предвыборной кампании США 2016 г.

Ход исследования выявил многогранность выбора лексических средств оценки, используемых в немецкоязычных СМИ при освещении дискурса предвыборной кампании США 2016 г. Среди лексических средств были выделены следующие группы:

### §2.1. Лексические средства оценки первичной номинации

Лексические средства создания оценки могут быть как средствами первичной номинации (яркие, оценочные лексемы разной частеречной принадлежности, которые, согласно своему значению или коннотации, уже содержат сему оценки в основном значении), так и средствами вторичной номинации (лексемы, развившие оценочное значение в результате семантической деривации или идиоматизации).

Для анализа оценочной лексики в нашей работе комплексно используется классификация частнооценочных значений Н. Д. Арутюновой, классификация метафоры Г. Н. Складневской, и, как основная, новая многоуровневая модель дискурсивного анализа DIMEAN. Данная модель разработана Й. Шпицмюллером и И. Х. Варнке и подразумевает многоуровневый анализ лингвистического дискурса, в том числе, и лексических единиц разной структуры.

Политический дискурс на сегодняшний день связан со многими сферами жизни. С его помощью осуществляется манипуляция сознанием общества и изменение состава политической элиты в конкретной стране. Для достижения данных целей необходимо, среди прочего, использование определенных языковых средств при освещении политических процессов, в частности, предвыборных кампаний.

Модель DIMEAN позволяет провести анализ дискурса на разных уровнях участия языковых средств: транстекстуальный уровень, уровень

акторов и интратекстуальный уровень. В нашей работе особое внимание уделено лексическим составляющим политического дискурса, используемым в качестве оценочных средств, а именно: метафоре, риторическим фигурам и тропам, именам собственным, именам нарицательным, ключевым словам.

Согласно утверждениям Й. Шпицмюллера и И. Х. Варнке<sup>53</sup>, слова – это не только основные элементы нашего освоения и формирования мира, но и базовые компоненты различных выражений. Следовательно, они являются важной составляющей лингвистического анализа дискурса.

Лексические сочетания, состоящие из одного или нескольких слов, являются определяющими семантики текста и предопределяющими элементами анализа интратекстуального дискурса. Авторы выделяют несколько классов, сосредотачивая внимание на существительных, которые в основном относятся к средствам первичной номинации. В освещении дискурса предвыборной кампании в США 2016 эти лексемы частотны. Мы назовем их первичными номинациями с оценочным потенциалом:

1. *Nomina propria*: имена собственные в дискурсивном анализе понимаются как многообразие выражения транстекстуальных контекстов. Это относится как к антропонимам, так и к топонимам. Эти примеры, однако, нечасты. Само имя кандидата может выступать как средство имплицитной оценки.

Напр.: *korrupte Hillary*<sup>54</sup> – негативная оценка Хиллари Клинтон со стороны Дональда Трампа, который подчеркивает, что ее политическая деятельность построена на коррупции.

---

<sup>53</sup> Spitzmüller J, Warnke Ingo H. Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse. Berlin: Walter de Gruyter, 2011, с.140-141

<sup>54</sup><http://www.stern.de/politik/us-wahl/hillary-clinton-hat-ihre-chance-auf-die-us-praesidentschaft-versaut-7141774.html> (gesehen am: 28.12.16)

noch mal *ein Clinton* im Weißen Haus<sup>55</sup> – негативная оценка Хиллари Клинтон дается на основе неодобряемой многими избирателями деятельности ее мужа Билла Клинтона, занимавшего пост президента Соединенных Штатов Америки с 1993 по 2001 год.

1. *Nomina apprelativa, collectiva*: наряду с именами собственными нарицательные и собирательные имена заслуживают особого внимания. Семантическая функция объединения в классы нарицательных и собирательных имен соответствует принципу генерализации высказывания. «Аппелятивы» появляются в работах по лингвистическому дискурсу как аналитически доступные единства.

Из нашей работы можно привести следующий пример:

Хиллари Клинтон:

- нейтральная оценка:

*Rivalin* Hillary Clinton<sup>56</sup> – Х. Клинтон рассматривается нейтрально, как соперница Д.Трампа

- негативная оценка Х. Клинтон и ее деятельности:

*faule Kompromisse und fette Fehler*<sup>57</sup>(о Клинтон) – за время своей политической деятельности Х.Клинтон шла на сомнительные компромиссы и совершала серьезные ошибки.

Дональд Трамп:

- негативная оценка:

---

<sup>55</sup> <http://www.zeit.de/campus/2016-11/usa-wahl-junge-nichtwaehler> (gesehen am: 28.12.16)

<sup>56</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/us-wahlkampf-hillary-clinton-donald-trump-skandale> (gesehen am: 28.12.16)

<sup>57</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-das-interview-in-humans-of-new-york-und-die-frauenfrage-a-1111757.html> (gesehen am: 28.12.16)

*Der schrille Motzke*<sup>58</sup> – Дональда Трампа называют «пронзительным горлопаном». Motzke является распространенным словом в Берлинском урбанолекте.

*Gegen den schrillen Motzke Donald Trump und seine "Wer lauter brüllt, hat immer recht"-Strategie hat jeder Kandidat Probleme, dem es um Argumente und Fakten geht. Clinton hat es besonders schwer.*

*Irrationalist*<sup>59</sup> – Дональда Трампа считают нерациональным с точки зрения его политики.

*Wahlkampf weitgehend auf Vorurteilen und Paranoia aufgebaut*<sup>60</sup> – подчеркивается, что Д. Трамп выстраивает свой политический курс на предвзятых и паранойе.

*ein Hetzer*<sup>61</sup> - Д. Трампа также называют провокатором, исходя из его поведения и предвыборных речей.

Und es ist verheerend, dass ein Rassist mit faschistischen Tendenzen kurz davor steht, die Macht in diesem Land zu übernehmen, ein Mann, der an den Hass, die Gier und die niedrigsten Instinkte appelliert, ein Hetzer, der Menschen gegeneinander ausspielt und Verlierer verabscheut und nur das Recht des Stärkeren kennt, ein autoritärer, narzisstischer, manischer, manipulativer und gefährlicher Lügner, dem alles zuzutrauen ist.

---

<sup>58</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-das-interview-in-humans-of-new-york-und-die-frauenfrage-a-1111757.html> (gesehen am: 28.12.16)

<sup>59</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-donald-trump-wie-der-sieger-aussieht-a-1119975.html> (gesehen am: 20.02.17)

<sup>60</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-schwaecht-aussage-ueber-trump-anhaenger-ab-a-1111808.html> (gesehen am: 20.02.17)

<sup>61</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-donald-trump-wie-der-sieger-aussieht-a-1119975.html> (gesehen am: 20.02.17)

ein autoritärer, narzisstischer, manischer, manipulativer und gefährlicher *Lügner*, dem alles zuzutrauen ist<sup>62</sup> – большое количество негативных эпитетов, а также существительное «лжец» указывают на крайне негативную оценку данного кандидата.

-положительная оценка:

leidenschaftlicher *Philanthrop*<sup>63</sup> – оценка дана Дональдом Трампом в отношении самого себя, подразумевается благотворительная деятельность бизнесмена.

Donald Trump beschreibt sich selbst als leidenschaftlichen Philanthropen

Как видно из примеров, нейтральное нарицательное существительное может развивать оценочную семантику в сочетании с определением, ср. *künstliche Kandidatin, faule Kompromisse*.

2. Ключевое слово<sup>64</sup>: в данном случае это единства, которые выражают идеалы какой-либо группы или определенной эпохи, маркируют привычки мышления с точки зрения дискурса и их контекстуальное и коннотативное значение является доминантным.

Примером может служить *Null-Toleranz-Politik*<sup>65</sup> - политику Дональда Трампа называют «политикой нулевой толерантности», исходя из его

---

<sup>62</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-donald-trump-wie-der-sieger-aussieht-a-1119975.html> (gesehen am: 20.02.17)

<sup>63</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/donald-trump-wohltaetigkeit-spenden-us-wahl> (gesehen am: 20.02.17)

<sup>64</sup> «Unter Schlüsselwörtern verstehen wir Herrmanns und Liebert Worteinheiten, die das Selbstverständnis und die Ideale einer Gruppe oder einer Epoche ausdrücken, die Denkgewohnheiten diskursbestimmend markieren und deren kontextuelle und konnotative Bedeutung dominant ist». Spitzmüller J, Warnke Ingo H. Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse. Berlin: Walter de Gruyter, 2011, с.142

<sup>65</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/donald-trump-republikaner-us-wahl-illegale-einwanderer-harte-hand> (gesehen am: 20.02.17)

заявлений о выселении мигрантов с территории США и об ограничении возможностей для проникновения нелегальных мигрантов в США.

Дональд Трамп:

-негативная оценка:

Trump findet er "*verstörend*"<sup>66</sup>– Д. Трампа считают сбивающим с толку, так как в его предвыборных речах встречались парадоксальные заявления.

- нейтральная оценка:

*Kontrahent*<sup>67</sup>– Д. Трамп как соперник Х. Клинтон в борьбе за пост президента США.

Hillary Clinton liegt schon jetzt mit 272 Stimmen vor ihrem Kontrahenten Donald Trump

-позитивная оценка:

Trump sei *der Richtige* für den Job im Weißen Haus<sup>68</sup> – так как Дональд Трамп является успешным в сфере бизнеса и управления, некоторые избиратели считают его самым подходящим кандидатом на пост в Белом доме.

Хиллари Клинтон:

- негативная оценка:

ihre Politik als Außenministerin *käuflich* war<sup>69</sup> – политика Х.Клинтон на посту госсекретаря была продажной.

---

<sup>66</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/paul-wolfowitz-us-wahl-hillary-clinton-donald-trump> (gesehen am: 20.02.17)

<sup>67</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/hillary-clinton-us-wahl-umfrage-statistik> (gesehen am: 20.02.17)

<sup>68</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/usa-ex-ku-klux-klan-anfuhrer-david-duke-donald-trump-unterstuetzung> (gesehen am: 20.02.17)

<sup>69</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/us-wahlkampf-hillary-clinton-donald-trump-skandale> (gesehen am: 20.02.17)

sie wirkt *wirklich langweilig*<sup>70</sup> – по сравнению с внешним видом и поведением Д.Трампа Х.Клинтон кажется скучной.

Clintons TV-Auftritte in den Vorwahlen wirkten häufig *blutleer und wenig kreativ*<sup>71</sup> – публичные выступления Х.Клинтон не производили особого впечатления ни на журналистов, ни на избирателей, так как они зачастую выглядели «обескровленными, вялыми» и малокреативными.

*zu einstudiert*<sup>72</sup> – Х. Клинтон производит впечатление слишком заумной, заученной женщины, что также не воспринимается как положительная черта.

- позитивная оценка:

*die effektivere Wahlkampfmaschine*<sup>73</sup> – во время борьбы двух основных кандидатов предвыборная «машина» Х.Клинтон работала эффективнее, чем Д.Трампа.

*Kandidatin für das weltoffene Amerika*<sup>74</sup> – в данном случае говорится о том, что Х. Клинтон, заняв должность президента должна была взять курс на открытую для мира Америку. Здесь можно увидеть отсылку к заявлению Трампа о строительстве стены на границе с Мексикой и о его политических планах по вопросу мигрантов.

---

<sup>70</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/matt-wuerker-interview> (gesehen am: 20.02.17)

<sup>71</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-gegen-donald-trump-die-100-millionen-show-a-1113890.html> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>72</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-gegen-donald-trump-die-100-millionen-show-a-1113890.html> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>73</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-hillary-clinton-sich-sorgen-machen-muss-a-1119510.html> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>74</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-gegen-donald-trump-die-100-millionen-show-a-1113890.html> (gesehen am: 25.02.17)

3. Следующий пункт анализа оценочной лексики Шпитцмюллер и Варнке<sup>75</sup> обозначают как «Stigmawörter», что на русский язык можно перевести как эмблема, ярлык или клеймо. Подобные слова являются типом ключевых слов и как бы вешают ярлык на человека, закрепляя за ним то или иное свойство, определенную черту характера или соответствующий образ.

Согласно В.Беш, А.Беттен, О.Райхман и С.Зондерегер<sup>76</sup>, понятие «Stigmawort» в политическом дискурсе наглядным образом обозначает точку зрения или позицию партии. Зачастую данный термин понимается как обозначение для любого слова или лозунга, которое «клеят» человека, предмет или обстоятельство.

- Ярко выраженная негативная коннотация:

*Protz, Agitator, Rassist*<sup>77</sup> – данные слова встречаются очень часто в различных статьях о предвыборной кампании Дональда Трампа. В них мы видим ярко выраженную оценку без какого-либо метафорического переноса.

*Null-Toleranz-Politik*<sup>78</sup> – оценка политики, которую проводит Дональд Трамп и отсылка к словам о борьбе с беженцами и иммигрантами.

---

<sup>75</sup> «Sofern mit Wörtern eine Abwertung von Referenten erfolgt, etwa eine pejorative Kennzeichnung von Konzepten differenter Gruppen, spricht man von „Stigmawörtern“. Mit diesen werden Personen, Gegenstände, Sachverhalte irgendwie „stigmatisiert.“» Spitzmüller J, Warnke Ingo H. Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse. Berlin: Walter de Gruyter, 2011. c.144.

<sup>76</sup> Besch W. Betten A. Reichmann O. Sonderegger S. Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage 1. Teilband Walter de Gruyter Berlin/New York. 1998. c.101

<sup>77</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-donald-trump-wie-der-sieger-aussieht-a-1119975.html> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>78</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/donald-trump-republikaner-us-wahl-illegale-einwanderer-harte-hand> (gesehen am: 25.02.17)

*Lügnerin*<sup>79</sup> – основное «клеймо», закрепившееся за фигурой Хиллари Клинтон.

*korrupt, käuflich, künstlich*<sup>80</sup> – в отношении Хиллари Клинтон также использовались негативные прилагательные, характеризующие ее личность. Исходя из ее неестественного поведения на публике, ее часто называли «искусственной». Афера с перепиской закрепила за ней такие слова как «коррупцированная» и «продажная».

4. Окказионализмы – выражения, возникающие сиюминутно. По своей семантике это контекстуально и прагматически обусловленные новые образования слов, которые обозначают либо недостаточно охваченных референтов, либо выражают позицию говорящего/пишущего. Для подобных слов характерно редкое или даже однократное использование. Т. Шиппан<sup>81</sup> определяет окказионализмы как языковые образования, идентифицируемые нами как слова, при том, что они не являются частью лексического состава языка, а появляются в тексте единожды, окказионально.

Пример: *die ultimative Mommy-Kandidatin, der ultimative Daddy-Kandidat*<sup>82</sup> – данные окказиональные выражения о Х. Клинтон и Д. Трампе, появившиеся в одной из статей, вновь показывают борьбу двух полов – мужского и женского – вводя понятия кандидат – мама и кандидат – папа.

## §2.2. Лексические средства оценки вторичной номинации.

В этом параграфе будут рассмотрены риторические тропы и фигуры. К центральным риторическим средствам оформления высказываний относятся

<sup>79</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/usa-wahlen-wahlkampf-american-short-stories> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>80</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/wahlkampf-usa-wahltag-hillary-clinton-donald-trump> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>81</sup> Schippan Th. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen, Niemeyer, 2003. с. 95

<sup>82</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/matt-wuerker-interview> (gesehen am: 25.02.17)

тропы и фигуры. Метафора является формой переноса значения – как аллегория, антономасия, гипербола, катахреза, литота, метонимия, перифраза, синекдоха и т.п. Тропы определяют как фигуры, при которых слово заменяет другое. Фигуры структурируют выражения с точки зрения риторики. В работе тропы классифицированы отдельно.

### 2.2.1. Метафоры.

Метафора является часто используемым в языке риторическим средством. К.Коль<sup>83</sup> называет следующие функции метафоры:

- функция наглядности – метафоры способствуют «инсценировке» текста
- функция эмотивности - с помощью метафор можно вызвать эмоции у адресата
- функция стимуляции – метафоры могут побудить к действию (данная функция зачастую применяется в рекламе)
- функция заполнения - метафоры могут заполнять пробелы в лексической составляющей языка

Неоднозначность значения в значительной мере передается с помощью метафор. Поэтому Кёллер<sup>84</sup> справедливо описывает метафоры как «противоречивые предикации или оценочные нелепости». В общем и целом под метафорой, согласно классической риторике, понимают заменяющий принцип, при котором «с помощью использования семантики какой-либо лексемы констатируются схожие черты между двумя областями» (Т.

---

<sup>83</sup> Kohl, K. Poetologische Metaphern: Formen und Funktionen in der deutschen Literatur // K.Kohl. – Berlin: DeGruyter, 2007. с. 66-71

<sup>84</sup> Köller W. Perspektivität und Sprache. Zur Struktur von Objektivierungsformen in Bildern, im Denken und in der Sprache. Berlin/New York: de Gruyter. 2004. с.150.

Ширрен<sup>85</sup>). М. П. Брандес<sup>86</sup> определяет метафору как полифункциональное средство вторичной номинации, которое возникает на основе внешнего сходства оригинала и объекта номинации. Н.Д. Арутюнова в статье «Тождество или подобие?»<sup>87</sup> говорит о том, что метафора субъективна и основывается на сближении признаков, которые занимают разное место в моделях сопоставляемых объектов.

Метафоры могут встречаться в словарных формах или фразах. Лексемные метафоры основывают свое переносное значение в основном только с помощью контекстуализации, используя неметафорические выражения в пропозициях, на что указывают авторы Й. Шпицмюллер и И. Варнке<sup>88</sup>, беря во внимание различие между метафорической и неметафорической частью выражения М. Блэка<sup>89</sup>: фокус – метафоризованная часть высказывания, он находится в рамках, которые включают остальные компоненты. М. Блэк подчеркивает, что только будучи вместе элементы делают высказывание метафорическим.

Г.Н. Скляревская<sup>90</sup> определяет метафору как средство вторичной косвенной номинации, в котором сохраняется семантическая двуплановость и образного элемента. Метафоры могут обладать различной коннотацией, но при этом выступать в роли оценочных средств. В нашем материале выделены

---

<sup>85</sup> Schirren T. Tropen im Rahmen der klassischen Rhetorik. In: Fix/Gardt/Knape 2009. с. 1485- 1498.

<sup>86</sup> Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник. — 3-е изд., перераб. и доп.— М: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004. с.370

<sup>87</sup> Григорьев В.П. Проблемы структурной лингвистики. Ежегодник. М.: Наука, 1983. с.9

<sup>88</sup> Spitzmüller J, Warnke Ingo H. Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse. Berlin: Walter de Gruyter, 2011. с.153

<sup>89</sup> Black, M. Die Metapher. In: Anselm Haverkamp (Hg.): *Theorie der Metapher*. Studienausgabe. 2., um ein Nachw. zur Neuausg. u. einen bibliogr. Nachr. erg. Aufl. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1996. с. 55- 79

<sup>90</sup> Скляревская Г.Н. Метафора в системе языка. Санкт-Петербург: Наука, 1993. с.12

следующие метафоры, имеющие коннотативные признаки и характеризующие обоих кандидатов:

#### 2.2.1.1. Метафоры с нейтральной коннотацией:

*Clinton-Kokon*<sup>91</sup> – О Хилари Клинтон говорят, что её любимым занятием является спрятаться в «Клинтон- кокон», сравнивая ее с гусеницей.

Es sind schlicht Momente, in denen man das Gefühl bekommt, es sei ihre Lieblingsbeschäftigung, sich in ihren Clinton-Kokon zurückzuziehen und vor den Augen der Nation ein Rollenspiel aufzuführen.

В словаре Дуден<sup>92</sup> дается следующая дефиниция этой лексемы: *Gespinst*, mit dem besonders bestimmte Insekten ihre Eier umhüllen bzw. in das sie sich selbst bei der Verpuppung einspinnen. Таким образом, Х.Клинтон закрывается в кокон, чтобы оградиться от внешнего мира, вопросов и, тем самым, избегая необходимости на них отвечать. В данном случае, опираясь на классификацию метафорических переносов Г.Н. Складневской<sup>93</sup>, можно считать, что дана психологическая характеристика Х. Клинтон.

*Haudegen* – В данном речь идет о том, что был создан покемон, которого назвали . Внешне, а особенно своей прической, он напоминает Дональда Трампа, которого здесь называют «воякой».

Sein Aussehen (eines neuen Pokémon) und vor allem seine Frisur erinnern nämlich stark an den amerikanischen Präsidentschaftsbewerber und Haudegen Donald Trump.

#### 2.2.1.2. Метафора с ярко выраженной негативной коннотацией:

<sup>91</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahlkampf-hillary-clinton-braucht-einen-neuen-politikstil-a-1119105.html> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>92</sup> <http://www.duden.de/rechtschreibung/Kokon>

<sup>93</sup> Складневская Г.Н. Метафора в системе языка. Санкт-Петербург: Наука, 1993. с.90-91

*der ungebetene Gast*<sup>94</sup> – Дональда Трампа считают непрошеным гостем на празднике предвыборной кампании Хиллари Клинтон, или, если трактовать шире, вообще в качестве кандидата на пост президента США.

*...dann war Donald Trump der ungebetene Gast bei der demokratischen Königinnen-Party.*

*Bedrohung für die Pressefreiheit*<sup>95</sup>- Дональд Трамп имеет свои взгляды на внешнюю и внутреннюю политику США. Соответственно, придя к власти, он станет менять определенные законы, в том числе законы о деятельности СМИ. В данном случае оппоненты Трампа указывают на то, что произойдет ужесточение законодательства в отношении свободы массовой информации.

*Donald Trump als Präsident wäre eine Bedrohung für die Pressefreiheit*

*Korb der Bedauernswerten*<sup>96</sup> – Хиллари Клинтон заявила, что половина сторонников Дональда Трампа относятся к числу тех, кого можно лишь пожалеть. В данном случае можно сделать предположение, что данное выражение не случайно и слово Korb (корзина) несет в себе отсылку к корзине для голосования.

*Die Hälfte der Unterstützer des republikanischen US-Präsidentschaftskandidaten gehöre - "grob verallgemeinert" - in einen "basket of deplorables" - das lässt sich ungefähr mit einem "Korb der Bedauernswerten" übersetzen.*

### 3. Метафора с позитивной коннотацией:

---

<sup>94</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-donald-trump-wie-der-sieger-aussieht-a-1119975.html> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>95</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/medien-us-wahl-kandidaten-pressefreiheit> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>96</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-hillary-clinton-geht-unterstuetzer-von-donald-trump-hart-an-a-1111773.html#ref=recom-plista> (gesehen am: 25.02.17)

*Königin*<sup>97</sup> – Хиллари Клинтон неоднократно называют королевой, выделяя ее на фоне Трампа.

*...dann war Donald Trump der ungebetene Gast bei der demokratischen Königinnen-Party.*

*Alpha-Tier*<sup>98</sup> – зоометафора о Дональде Трампе. Согласно Г.Н. Складневской<sup>99</sup>, перенос животное – человек является одним из самых сильных экспрессивных средств. Если исходить из первоначального определения, альфа-самец – вождь, вождь, имеющий доступ к лучшей пище, власти и иным благам. Вожаком становился самый сильный, ловкий и выносливый самец. В современном понимании альфа - самец – мужчина в хорошей физической форме, уверенный в себе, целеустремленный, имеющий статус лидера, пользующийся успехом у женщин.

*Trump ist ein Alpha-Tier, er schlägt sich auf die Brust, ballt die Fäuste.*

Среди подтипов метафоры яркой оценочными характеристиками обладают персонификация и сравнение.

## 2. Персонификация с ярко выраженной негативной коннотацией:

*Perpetuum Mobile des Hasses*<sup>100</sup>– Дональда Трампа называют вечным двигателем ненависти, подчеркивая, что каких-либо позитивных эмоций он нести не может, лишь ненависть.

*Er ist ein Perpetuum Mobile des Hasses*

## 3. Сравнение с ярко выраженной негативной коннотацией:

<sup>97</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-donald-trump-wie-der-sieger-aussieht-a-1119975.html> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>98</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/matt-wuerker-interview> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>99</sup> Складневская Г.Н. Метафора в системе языка. Санкт-Петербург: Наука, 1993.. с.90

<sup>100</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-donald-trump-wie-der-sieger-aussieht-a-1119975.html> (gesehen am: 25.02.17)

*schlimmer als die Krätze*<sup>101</sup> – То, что Хиллари Клинтон является профессиональным политиком считается « на сегодняшний день хуже, чем чесотка».

Sie ist Berufspolitikerin, in Zeiten wie diesen ist das schlimmer als die Krätze.

*fast so unbeliebt wie Trump*<sup>102</sup> – Хиллари Клинтон практически также нелюбима избирателями, как и Дональд Трамп, что показывает практически безвыходное положение Америки: лидируют два кандидата, ни один из которых не является желанным президентом для Соединенных Штатов. Сравнение подразумевает обоих кандидатов.

4. Сравнение с ярко выраженной позитивной коннотацией:

*Ihre Wahlkampfmaschinerie läuft wie geschmiert*<sup>103</sup> – машина предвыборной кампании Хиллари Клинтон работает как по маслу. В данном случае можно говорить о том, что некоторые СМИ были уверены в победе Клинтон, благодаря хорошей организации предвыборных мероприятий.

5. Метонимия представляет собой прием вторичной знаковой номинации. Она основывается на реальной связи объекта номинации с тем объектом, название которого переносится на объект номинации.

*Hemingway der 140 Zeichen*<sup>104</sup> – Дональд Трамп уделяет достаточно много времени заметкам в Твиттере. Сообщение в этой социальной сети

---

<sup>101</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-das-interview-in-humans-of-new-york-und-die-frauenfrage-a-1111757.html> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>102</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-hillary-clinton-in-umfrage-fast-so-unbeliebt-wie-donald-trump-a-1110331.html> (gesehen am: 25.02.17)

<sup>103</sup> <http://www.bild.de/politik/ausland/us-wahlen/us-wahl-beginnt-47697546.bild.html> (gesehen am: 25.03.17)

<sup>104</sup> <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2016/05/populismus-politikwissenschaft-jan-werner-mueller-interview> (gesehen am: 05.03.17)

состоит из максимально 140 знаков. Поэтому пресса иногда ссылается на то, что сам Трамп иногда называет себя «Хэммингуэй 140 знаков».

*Östrogen - Testosteron, Kooperation – Krawall*<sup>105</sup> - метонимическое сравнение обоих кандидатов: Хиллари Клинтон – эстроген и сотрудничество, Дональд Трамп – тестостерон и беспорядки. Кандидаты противопоставлены друг другу сначала как гормоны – мужской и женский (метонимический перенос на основе внутренней связи *pars pro toto* с обозначаемым предметом), затем как мировой порядок, который возникнет в случае победы одного или другого кандидата. Если победу одержит Хиллари Клинтон – ее политика будет основана на сотрудничестве, если же Дональд Трамп – в мире начнутся беспорядки.

*Wir haben die Wahl zwischen Testosteron und Östrogen, zwischen Krawall und Kooperation*

2.2.8. Следующую группу составляют гиперболы с различными коннотациями. Термин «гипербола»<sup>106</sup> обозначает стилистический прием, используемый для увеличения свойств какого-либо предмета или явления, нередко в той степени, в какой они реально ими не обладают. Гипербола повышает эмфатичность высказывания.

2.2.9. Гипербола с ярко выраженной негативной коннотацией

*König der Schulden*<sup>107</sup> - Дональд Трамп освещается в прессе как человек, доходы и состояние которого неизвестны. Сам Дональд Трамп лишь подогревает эти споры, называя себя королем долгов, что незамедлительно цитируется в различных СМИ.

<sup>105</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/matt-wuerker-interview> (gesehen am: 05.03.17)

<sup>106</sup> Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник. — 3-е изд., перераб. и доп.— М: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М. 2004.с. 368

<sup>107</sup> <http://www.zeit.de/2016/36/donald-trump-marine-le-pen-wirtschaftspolitik-steuern> (gesehen am: 05.03.17)

"Ich liebe Schulden, ich bin der König der Schulden."

*alles in Gefahr bringen*<sup>108</sup>- Если Дональд Трамп добьется власти, то это поставит все под удар. В данном случае это цитата из речи Х. Клинтон, которая считает, что Дональд Трамп опасен как своими взглядами, так и своими действиями.

Ihrem republikanischen Gegenkandidaten Donald Trump warf sie Unberechenbarkeit vor. "Er könnte alles in Gefahr bringen", sagte Clinton.

#### 2.2.10. Гипербола с ярко выраженной позитивной коннотацией

*Kaum jemand ist besser qualifiziert für das Präsidentenamt*<sup>109</sup> – ради воздействия на избирателей в прессе подчеркивается, что лучшего кандидата, чем Хиллари Клинтон для Америки быть не может, так как никто не квалифицирован лучше, чем она.

Kaum jemand ist besser qualifiziert für das Präsidentenamt als die ehemalige Senatorin von New York, Außenministerin und First Lady

*hat die Hälfte aller Amerikaner beleidigt*<sup>110</sup> - высказывания Хиллари Клинтон о Трампе широко освещались прессой. В своих предвыборных речах Клинтон опиралась на резкие высказывания Трампа, как во время публичных выступлений, так и в Твиттере, и пыталась обратить на них внимание избирателей.

Trump hat die Hälfte aller Amerikaner beleidigt

---

<sup>108</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/hillary-clinton-wahlkampffinale-barack-obama> (gesehen am: 05.03.17)

<sup>109</sup> <http://www.zeit.de/feature/kandidaten-us-praesidentschaftswahl-2016> (gesehen am: 05.03.17)

<sup>110</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/hillary-clinton-wahlkampffinale-barack-obama> (gesehen am: 05.03.17)

*Millionen Amerikaner beleidigt*<sup>111</sup> – один из сторонников Дональда Трампа отреагировал на высказывание Хиллари Клинтон и написал, что она обидела миллионы американцев, что опять же, не могло не попасть на страницы статьи о предвыборных речах кандидатов.

Clinton habe Millionen Amerikaner beleidigt.

immun gegen Strafverfolgung, sie könnte sogar jemanden *vor Tausenden Augenzeugen* erschießen<sup>112</sup> - часть речи Дональда Трампа, в которой он опирается на теорию заговора и говорит, что Хиллари Клинтон обладает определенным иммунитетом перед уголовным преследованием. И даже если она расстреляет тысячи свидетелей, она не будет призвана к ответственности. В данном случае присутствует намек на то, что правительство США имеет предвзятое отношение к Трампу, оказывая явную поддержку Клинтон.

В примерах синекдоха содержит числительные.

Clinton sei immun gegen Strafverfolgung, sie könnte sogar jemanden vor Tausenden Augenzeugen erschießen und würde dafür nicht zur Verantwortung gezogen. "Sie wird geschützt", sagte Trump vor zehntausend Menschen in Pensacola im US-Bundesstaat Florida.

5. Аллегория<sup>113</sup> - является стилистическим приемом, направленным на придание образности абстрактным представлениям. Считается разновидностью метафорического выражения и персонификации.

Аллегория с ярко выраженной негативной коннотацией:

---

<sup>111</sup><http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-hillary-clinton-geht-unterstuetzer-von-donald-trump-hart-an-a-1111773.html#ref=recom-plista> (gesehen am: 05.03.17)

<sup>112</sup><http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-hillary-clinton-geht-unterstuetzer-von-donald-trump-hart-an-a-1111773.html#ref=recom-plista> (gesehen am: 05.03.17)

<sup>113</sup> Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник. — 3-е изд., перераб. и доп.— М: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М. 2004. с 372

*Dieb, der das Auto, das Haus und das Silberbesteck genommen hat, nun zum Abendessen einladen, damit er auch noch Tisch und Stühle mitnimmt*<sup>114</sup> – в данном случае Дональда Трампа сравнивают с вором, который не имеет совести и нацелен лишь на ограбление. Люди, которые хотят проголосовать за данного кандидата как бы «приглашают вора на ужин», чтобы он имел возможность забрать себе последнее.

#### 6. Оксюморон.

Согласно определению, данному М.П. Брандес<sup>115</sup>, под данным термином понимается комбинирование противоположных по значению лексических единиц:

*einen Minusrekord erreicht*<sup>116</sup> – имидж Хиллари Клинтон опустился настолько низко, что установил отрицательный рекорд. В данном случае можно увидеть комбинирование лексических единиц, являющихся противоположными по своему значению.

Hillary Clintons Imagewerte haben in den USA einen Minusrekord erreicht.

#### 7. Катахреза – употребление слов в переносном смысле, который противоречит буквальному:

- Яркая выраженная негативная коннотация:

*bösartiger Genie*<sup>117</sup> – Д. Трампа называют «злым гением»

Die Frisur ist Teil seines bösartigen Genies.

<sup>114</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-donald-trump-wie-der-sieger-aussieht-a-1119975.html> (gesehen am: 05.03.17)

<sup>115</sup> Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник. — 3-е изд., перераб. и доп. — М: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М. 2004. с. 380

<sup>116</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/us-wahlkampf-hillary-clinton-donald-trump-unbeliebt> (gesehen am: 05.03.17)

<sup>117</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/matt-wuerker-interview> (gesehen am: 05.03.17)

8. Антономасия (переименование)<sup>118</sup>- разновидность метафорического переноса, основывается на сходстве двух лиц: реального или мнимого. М.П. Брандес выделяет две группы:

- использование имени собственного в значении нарицательного существительного.

- употребление нарицательного существительного, прилагательного или их частей и комбинаций в функции имени собственного.

*Berufspolitikerin*<sup>119</sup> – метафорический перенос с имени Хиллари Клинтон на ее профессиональные качества.

sie ist Berufspolitikerin, in Zeiten wie diesen ist das schlimmer als die Krätze.

2.2.16. Эпитеты представляют собой определения, влияющие на выразительность слова. Согласно Н.А. Богатыревой и Л.А. Ноздриной<sup>120</sup>, эпитеты, как правило, характеризуют или оценивают. Зачастую от них зависит представление о чем-либо. Характеристика с помощью эпитетов может быть различной природы: они могут быть выражением объективности или субъективности. Для масс-медийных текстов наиболее частотным является выражение субъективности. В нашей работе эпитеты составили самую большую группу.

- Ярко выраженная негативная коннотация:

---

<sup>118</sup> Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник. — 3-е изд., перераб. и доп.— М: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М. 2004. с. 372

<sup>119</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-das-interview-in-humans-of-new-york-und-die-frauenfrage-a-1111757.html> (gesehen am: 05.03.17)

<sup>120</sup> Богатырева Н. А. Стилистика современного немецкого языка = Stilistik der deutschen Gegenwartssprache: Учеб. пособие для студ. лингв. вузов и фак. / Н. А. Богатырева, Л. А. Ноздрина. — М.: Издательский центр «Академия», 2005. с.130-131

*rassistisch, homophob, sexistisch, inkompetent, vulgär* – Дональда Трампа оценивают исходя из различных поступков, предшествующих его политическому пути, а также высказываний в ходе предвыборной кампании. Все эти эпитеты встречаются неоднократно и несут явную негативную коннотацию.

*Langweilig, zu einstudiert, häufig blutleer* – Хиллари Клинтон на фоне действий и речей Дональда Трампа остается как бы в тени и не привлекает такого бурного внимания со стороны СМИ. Она скорее кажется скучной, вялой и слишком заумной.

*die unbeliebtesten*<sup>121</sup> – Оба кандидата не пользуются особой любовью у жителей Америки – потенциальных избирателей. Указание на то, что эти два кандидата самые нежеланные, встречаются в немецких СМИ очень часто.

#### 17. Позитивная коннотация:

*professionell, staatsmännisch, ehrlich*<sup>122</sup> – позитивная оценка личности Дональда Трампа опирается на его профессиональные способности. Как уже говорилось, Трамп является успешным бизнесменом, что подразумевает его профессионализм в сфере организации и управления. Некоторые избиратели считают Трампа честным, так как в его предвыборных речах он часто говорил то, что не сказал бы ни один опытный политик – то, что думал. А это создает впечатление о честности кандидата.

---

<sup>121</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/us-wahlkampf-hillary-clinton-donald-trump-unbeliebt> (gesehen am: 10.03.17)

<sup>122</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/einwanderung-donald-trump-mexiko-grenze-us-wahl> (gesehen am: 10.03.17)

*gut organisiert*<sup>123</sup> – Хиллари Клинтон вела тщательную подготовку к публичным выступлениям и произвела впечатление на круг избирателей как хорошо организованный политик.

.. sei sie "*besser* auf diesen Job vorbereitet als jeder Präsident vor ihr – *besser als ich, besser als (ihr Ehemann) Bill*<sup>124</sup>...- Данная оценка принадлежит Б.Обаме, действующему во время предвыборной кампании президенту США. Повторение лексемы «лучше» позитивно воздействует на потенциальных избирателей. Подчеркивается, что кандидатура Клинтон является приоритетной для действующего правительства, так как она лучше всех подготовлена к тому, чтобы занять пост главы государства.

### §2.3. Многокомпонентные лексические средства оценки.

В многоуровневой модели дискурсивного анализа словосочетания выделены в отдельную группу *Mehrworteinheiten*. Сюда относятся как свободные словосочетания, так и устойчивые: фразеологизмы как оценочные средства вторичной номинации.

2.3.1. *Mehrworteinheiten* – сочетания лексических единиц, дающих определенную оценку:

- сочетания прилагательных, обозначающих политическую принадлежность, с оценочными лексемами:

*Kontrahent, republikanischer Rivale, konservativer amerikanischer Präsidentschaftskandidat, die demokratische Präsidentschaftskandidatin, demokratische Herausforderin* – В данном случае об обоих кандидатах говорят

<sup>123</sup><http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-warum-hillary-clinton-die-wahl-verlieren-koennte-a-1111517.html> (gesehen am: 10.03.17)

<sup>124</sup><http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/hillary-clinton-wahlkampffinale-barack-obama> (gesehen am: 10.03.17)

исходя из их политического статуса, не давая ярко выраженной позитивной или же негативной окраски.

- позитивная коннотация:

*der Richtige für den Job*<sup>125</sup> – Дональда Трампа как успешного бизнесмена некоторые считают самой подходящей кандидатурой на пост главы США.

Trump sei der Richtige für den Job im Weißen Haus.

*Außenministerin und First Lady*<sup>126</sup> – данный пример подчеркивает опыт Хиллари Клинтон в политической сфере деятельности, тем самым давая фигуре Клинтон положительную оценку.

Kaum jemand ist besser qualifiziert für das Präsidentenamt als die ehemalige Senatorin von New York, Außenministerin und First Lady

- негативная коннотация:

*gut bezahlte Reden*<sup>127</sup>- речи Х. Клинтон во время предвыборной кампании не раз называли «хорошо оплаченными» со стороны банков и спонсоров. Из-за подобных речей она потеряла большое количество потенциальных избирателей.

Doch mit der Nutzung ihres privaten E-Mail-Kontos für offizielle Zwecke und ihrer defensiven Haltung zu gut bezahlten Reden bei Großbanken und Großspendern hat Clinton bei den Wählern viel Vertrauen und Glaubwürdigkeit verspielt.

---

<sup>125</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/usa-ex-ku-klux-klan-anfuehrer-david-duke-donald-trump-unterstuetzung> (gesehen am: 10.03.17)

<sup>126</sup> <http://www.zeit.de/feature/kandidaten-us-praesidentschaftswahl-2016> (gesehen am: 10.03.17)

<sup>127</sup> <http://www.zeit.de/feature/kandidaten-us-praesidentschaftswahl-2016> (gesehen am: 12.03.17)

Clintons *mangelnde Authentizität*<sup>128</sup> – Х.Клинтон не хватает естественности, он выглядит искусственно.

Zudem könnten Clintons mangelnde Authentizität und ihre Glaubwürdigkeitsdefizite zum Problem werden.

..seine *harsche, kompromisslose Ablehnung* jeglichen Entgegenkommens gegenüber illegalen Einwanderern<sup>129</sup> – в данном случае снова встречается отсылка к политике Д. Трампа по отношению к мигрантам: он грубо и бескомпромиссно отказывается от какого-либо расположения к нелегальным переселенцам.

Trumps Erfolg beruht vor allem auf zwei Dingen: auf seinem Feldzug gegen das verhasste politische Establishment in Washington und auf seiner harschen, kompromisslosen Ablehnung jeglichen Entgegenkommens gegenüber illegalen Einwanderern

Er sagt *etwas Unverschämtes*<sup>130</sup> – Д.Трамп во время предвыборной борьбы показал, что он не привык тщательно подбирать выражения, даже готовясь к публичным выступлениям и позволял себе бесстыдные высказывания.

Er sagt etwas Unverschämtes, und wir greifen uns erschrocken an die Perlenkette wie feine Damen, wenn bei Tisch einer das Butter- mit dem Tafelmesser verwechselt.

*schlechter Scherz*<sup>131</sup> - над кандидатурой Дональда Трампа усмехались как над плохой шуткой – неохотно.

---

<sup>128</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-gegen-donald-trump-die-100-millionen-show-a-1113890.html> (gesehen am: 12.03.17)

<sup>129</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/donald-trump-us-wahl-clinton> (gesehen am: 15.03.17)

<sup>130</sup> <http://www.zeit.de/2016/33/demokratie-klassenduenkel-rassismus-populismus> (gesehen am: 15.03.17)

<sup>131</sup> <http://www.zeit.de/feature/kandidaten-us-praesidentschaftswahl-2016> (gesehen am: 15.03.17)

Die Kandidatur des Immobilienunternehmers und Reality-TV-Stars wurde noch Anfang des Jahres von vielen als PR-Gag und schlechter Scherz belächelt.

2.3.2. Фразеологические единицы являются частотным оценочным средством в масс-медийных текстах. Согласно определению Х. Бургера<sup>132</sup>, фразеологические единицы представляют собой устойчивые комбинации слов, известные говорящим на немецком языке как таковые (с возможными вариациями). В. Фляйшер<sup>133</sup> определяет их как устойчивые синтаксические конструкции, словосочетания. Использование фразеологизированных выражений в определенном контексте может приносить в высказывание оценочный элемент:

*von der Fahne gehen*<sup>134</sup>- данный фразеологизм означает, что Дональд Трамп может потерять своих избирателей, если он будет и дальше «шататься» в вопросе иммиграции

Sollte er in Sachen Einwanderung plötzlich weiter wackeln, würden ihm die rechten Anhänger von der Fahne gehen.

*den Nerv getroffen*<sup>135</sup>- Дональд Трамп задел нерв недовольных меньшинств.

Trump habe offenbar den Nerv der unzufriedenen Mittelklasse getroffen.

---

<sup>132</sup> Burger, H. Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen (Grundlagen der Germanistik (GrG), Band 36). Erich Schmidt Verlag GmbH & Co; 2. Auflage: 2003. с. 11

<sup>133</sup> Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. De Gruyter. 2. Aufl., 1997. с. 7

<sup>134</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/donald-trump-us-wahl-clinton> (gesehen am: 15.03.17)

<sup>135</sup> <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-2016-bernie-sanders-bietet-donald-trump-hilfe-an-a-1120638.html> (gesehen am: 15.03.17)

*Feines Gespür für einprägsame Formulierungen*<sup>136</sup> – Дональд Трамп имеет тонкое чутье на формулировки, которые легко запомнятся потенциальным избирателям.

Trump hat ein feines Gespür für einprägsame Formulierungen

### 2.3.3. Фразеологизм с ярко выраженной негативной коннотацией:

«*Wer lauter brüllt, hat immer recht*»-Strategie<sup>137</sup> – в данном случае есть отсылка к устойчивому словарному комплексу (modellierte Bildungen, по М.Д. Степановой и И.И. Чернышевой<sup>138</sup>) *Wer laut(er)..., hat immer recht (Unrecht)*, а также сравнение Дональда Трампа с ревущим зверем, давая ему скрытую нравственную характеристику по типу переноса животное - человек. Согласно Г.Н. Складневской<sup>139</sup>, подобные переносы направлены на дискредитацию предмета речи и обладают яркой окраской.

### 2.3.4. Лозунговые слова (Schlagwort)

Согласно В.Беш, А.Беттен, О.Райхман и С.Зондерегер<sup>140</sup>, лозунговые слова – это такие выражения, в которых сконцентрирована программа; выражения, которые представляют цели; выражения, которые актуальны и имеют значение для определенного общества или группы. В нашем случае это лозунговые выражения, получившие распространение среди круга избирателей Дональда Трампа.

<sup>136</sup><http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-gegen-donald-trump-die-100-millionen-show-a-1113890.html> (gesehen am: 15.03.17)

<sup>137</sup><http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-das-interview-in-humans-of-new-york-und-die-frauenfrage-a-1111757.html> (gesehen am: 15.03.17)

<sup>138</sup> Stepanova M.D., Chernyseva I.I. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Academia, M, 2003. с.214

<sup>139</sup> Складневская Г.Н. Метафора в системе языка. Санкт-Петербург: Наука, 1993. с. 90

<sup>140</sup> Besch W. Betten A. Reichmann O. Sonderegger S. Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage 1. Teilband Walter de Gruyter Berlin/ New York, 1998. с. 100-102

*In Trump we trust*<sup>141</sup> – отсылка на официальный национальный девиз США, фразу, которая печатается на долларовых купюрах. В данном случае можно судить о том, что Дональду Трампу удалось завоевать доверие избирателей. Стоит также отметить, что в Америке была выпущена серия серебряных и золотых монет с портретом Дональда Трампа и его слоганами «In Trump We Trust» и «Make America Great Again».

---

<sup>141</sup> <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/donald-trump-us-wahl-clinton> (gesehen am: 15.03.17)

## Краткие выводы:

В ходе анализа лексики выбранные средства были классифицированы по семантическому и структурному принципам на группы: средства первичной номинации, средства вторичной номинации и многокомпонентные лексические средства, всего 18 типов оценочной лексики. В нашей классификации был учтен принцип семантической деривации.

На основе проанализированного материала можно сделать выводы о том, что оба кандидата на пост главы Соединенных Штатов Америки не были желанными претендентами для избирателей и были показаны с разных точек зрения. Однако Хиллари Клинтон, все же, освещалась немецкоязычными средствами массовой информации как наиболее предпочтительный кандидат на пост президента: СМИ представляли Х. Клинтон как имеющую опыт в мире политики, обещающую продолжать курс, который вел Барак Обама, который, еще будучи президентом США, оказывал кандидатуре Х. Клинтон всестороннюю поддержку «.. sei sie "*besser auf diesen Job vorbereitet als jeder Präsident vor ihr – besser als ich, besser als (ihr Ehemann) Bill...*» При этом Дональд Трамп показан как неприятный, глупый, громкий человек, скандалист, с животными наклонностями: «*Und es ist verheerend, dass ein Rassist mit faschistischen Tendenzen kurz davor steht, die Macht in diesem Land zu übernehmen, ein Mann, der an den Hass, die Gier und die niedrigsten Instinkte appelliert, ein Hetzer, der Menschen gegeneinander ausspielt und Verlierer verabscheut und nur das Recht des Stärkeren kennt, ein autoritärer, narzisstischer, manischer, manipulativer und gefährlicher Lügner, dem alles zuzutrauen ist*». Очень редко можно было встретить в текстах дискурса позитивную оценку деятельности Д. Трампа. В основном, его называли агитатором, расистом, вечным двигателем ненависти, его победа на выборах казалась практически нереальной, ведь тогда, по мнению СМИ, на мировой арене воцарился бы хаос.

### Заключение:

В ходе выполнения работы были проанализированы масс-медийные тексты дискурса предвыборной кампании в США, освещающие двух основных кандидатов на пост главы государства – Дональда Трампа и Хиллари Клинтон. При анализе лексических средств были учтены три уровня воздействия СМИ на читательскую аудиторию: геолингвистический, интерлингвистический и интралингвистический. Это, на наш взгляд, является одним из факторов, влияющих на выбор потенциальной оценочной лексики. На основе анализа немецкоязычных текстов и классификации свойств политического дискурса А.А. Филинского, нами были установлено, что в статьях используются все три свойства дискурса: конвенциональность, институциональность и идеологичность.

Опираясь на классификацию функций политического дискурса А.А. Филинского, можно сказать, что для того, чтобы создать определенный образ политика у читателей, используются все выделенные функции: манипулятивная, ориентирующая, функция социального контроля, функция легитимизации власти, функция воспроизводства власти, функция социальной солидаризации и дифференциации, агональная функция. В нашей работе также выявлены следующие типы оценки, согласно классификации Н.Д. Арутюновой: интеллектуальная, эстетическая, этическая, утилитарная, нормативная, телеологическая.

В ходе выполнения работы были проанализированы следующие средства и составлена следующая авторская классификация лексических средств оценки:

1. лексические средства первичной номинации:

1.1. имена собственные (*nomina propria*),

1.2. имена нарицательные (*nomina appellativa*), имена собирательные (*collectiva*),

- 1.3.ключевые слова,
- 1.4.слова-клеймо,
- 1.5.окказионализмы;
2. лексические средства вторичной номинации:
  - 2.1.метафора,
  - 2.2.персонификации,
  - 2.3.сравнение,
  - 2.4.метонимия,
  - 2.5. гиперболо,
  - 2.6.аллегория,
  - 2.7.оксюморон,
  - 2.8.катахреза,
  - 2.9.антономасия,
  - 2.10. эпитет;
- 3.многокомпонентные лексические средства оценки:
  - 3.1.сочетания прилагательных,
  - 3.2 фразеологизмы,
  - 3.3.лозунговые слова, в нашем случае - лозунговые выражения.

Было установлено, что как первичные, так и вторичные средства номинации используются для создания определенной оценки, при этом журналисты ориентируются на когнитивные механизмы потенциальных читателей.

Классификация лексических средств производилась с опорой на модель классификацию частнооценочных значений Н.Д. Арутюновой, классификацию метафоры Г. Н. Складневской, многоуровневую модель дискурсивного анализа DIMEAN Й. Шпицмюллера и И.Х. Варнке.

Основной теоретической базой служили работы В.Беш, А.Беттен, О.Райхман и С.Зондерегер, И.И. Чернышевой, М.Д. Степановой, Н.А. Богатыревой и Л.А. Ноздриной, Т. Шиппан, М.П. Брандес.

Анализ аксиологической категории «хорошо» - «нейтрально» - «плохо» показал тенденцию к амбивалентности в немецких средствах массовой информации. В ходе предвыборной кампании ни один из кандидатов на пост президента Соединенных Штатов Америки не получил однозначной, последовательно реализуемой оценки в масс-медийных текстах дискурса. Оценка с помощью лексических средств изменялась в зависимости от хода кампании. СМИ освещали обоих кандидатов, опираясь на определенные события. Например, отношение к мигрантам на фоне глобальной угрозы международного терроризма могло рассматриваться как позитивная черта Дональда Трампа. А враждебное отношение Хиллари Клинтон к России вызывало отрицательную реакцию у некоторых избирателей. Также в интернет-статьях широко рассматривались речи кандидатов и их высказывания по отношению к друг другу.

Для того чтобы создать портрет политика, СМИ пользуются широким спектром средств: это могут быть как лексические средства различной номинации, так и медиаматериалы, например, фотографии, используемые в рамках функционирования мультимодального дискурсивного текста. В итоге создается многогранный портрет политика, так как исход выборов не определен, а читательская аудитория в Германии, следящая за ходом предвыборной кампании в США 2016 года, очень чувствительна к любому рода утаиваниям, сокрытию информации, подтасовкам и лжи (ср. нем. Lügenpresse). Поэтому кандидаты представлены открыто и в различных аспектах их деятельности.

После проведенного анализа материала был сделан предварительный вывод о философии западного мира, а именно о гибкости мышления, свойственной немецкоязычной читательской аудитории. В зависимости от

происходящих событий, а именно: удачных выступлений Х. Клинтон, или каких-либо неуместных высказываний Д. Трампа, освещение данных кандидатов в СМИ менялось, а портреты политиков получали все новые оттенки, создаваемые именно с помощью лексических средств оценки. Опыт окончания предвыборной кампании показывает, что, несмотря на очевидное предпочтение одного из кандидатов в СМИ Германии, а именно Х. Клинтон, победил в итоге кандидат, на которого не была сделана ставка: Дональд Трамп.

Перспектива дальнейшего исследования включает возможный анализ итогов и последствий предвыборной кампании в США 2016 года в аспекте ее освещения с использованием лексических средств радикальной, крайней оценки в немецких СМИ и в немецкоязычных странах.

#### Библиография:

1. Анненкова И.В. Язык СМИ и политика в риторическом аспекте (на примере предвыборных кампаний 2007-2008 гг.) // Язык СМИ и политика: коллективная монография / Г. Я. Солганик. Язык СМИ и политика. — М. Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012.
2. Арутюнова Н.Д. Аксиология в механизмах жизни и языка. — В кн.: Проблемы структурной лингвистики, 1982, М.: Наука, 1984.
3. Баранов, А. Н. Парламентские дебаты: традиции и новации / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. М.: Знание, 1991.
4. Богатырева Н. А. Стилистика современного немецкого языка = *Stilistik der deutschen Gegenwartssprache*: Учеб. пособие для студ. лингв. вузов и фак. / Н. А. Богатырева, Л. А. Ноздрина. — М.: Издательский центр «Академия», 2005.

5. Бондарко А.В. Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность, Ленинград, «Наука», 1990.
6. Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс: Учебник. — 3-е изд., перераб, и доп.— М: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004.
7. Володина М.Н. Язык массовой информации – основное средство информационного воздействия на общественное сознание// Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования. Москва, МГУ, 2001.
8. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки, М, «Наука», 1985.
9. Воржцова Н.В. Предвыборный дискурс и его жанры. Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2(10) 2010.
10. Гайкова О.В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации Волгоград 2003, Российская государственная библиотека, 2003. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://libed.ru/knigi-nauka/436516-1-predviborniy-diskurs-kak-zhanr-politicheskoy-kommunikacii-na-materiale-angliyskogo-yazika-dissertaciya-soiskanie.php>
11. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии. 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://philology.ru/linguistics1/demyankov-02.htm>
12. Демьянков В. З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М. Н. Володина. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003.
13. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) – М.: Флинта: Наука, 2008.
14. Михалева О.Л. «Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия». М: Книжный дом «Либроком», 2009.
15. Складаревская Г.Н. Метафора в системе языка. Санкт-Петербург: Наука, 1993.

16. Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (Языка СМИ). // Язык современной публицистики. М., ФЛИНТА. НАУКА. 2005.
17. Федосеев А.А. Метафора как средство манипулирования сознанием в предвыборном агитационном дискурсе. Текст: автореф. Дисс.канд.филол.наук А.А.Федосеев, Челябинск, 2004.
18. Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг. Тверь, 2002.
19. Шапочкин Д.В. «Политический дискурс: когнитивный аспект», Монография, Издательство Тюменского государственного университета, Тюмень, 2012
20. Шейгал Е.И. «Семиотика политического дискурса». Монография. Волгоград, Волгоградский государственный педагогический университет, 2000.
21. Шейгал Е.И. Язык СМИ и политика в семиотическом аспекте. // Язык СМИ и политика: коллективная монография / Г. Я. Солганик. Язык СМИ и политика. — М. Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012.
22. Г. Хельбиг, Й. Буша – Немецкая грамматика. Энциклопедия. Лангеншейдт, 2001.
23. Besch W. Betten A. Reichmann O. Sonderegger S. Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage 1. Teilband Walter de Gruyter Berlin/ New York, 1998.
24. Black, Max: Die Metapher. In: Anselm Haverkamp (Hg.): Theorie der Metapher. Studienausgabe.2., um ein Nachw. zur Neuausg. u. einen bibliogr. Nachrr. erg. Aufl. Darmstadt:Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1996.
25. Burger, H. Phraseologie: Eine Einführung am Beispiel des Deutschen (Grundlagen der Germanistik (GrG), Band 36). Erich Schmidt Verlag GmbH & Co;2. Auflage: 2003.

26. Dijk T. A. van, Kintsch W. Strategies in text comprehension. – New York: St. Martin's Press, 1983.
27. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache. De Gruyter. 2. Aufl., 1997.
28. Hentschel E., Weydt H. : Handbuch der deutschen Grammatik. 4. Auflage. De Gruyter, Berlin/Boston, 2013.
29. Kohl K. Poetologische Metaphern: Formen und Funktionen in der deutschen Literatur // K.Kohl. – Berlin: DeGruyter, 2007.
30. Köller W. Perspektivität und Sprache. Zur Struktur von Objektivierungsformen in Bildern, im Denken und in der Sprache. Berlin/New York: de Gruyter, 2004.
31. Schippan Th. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen, Niemeyer, 2003.
32. Schirren Th. Tropen im Rilimen der klassischen Rhetorik. In: Fix/Gardt/Knape, 2009.
33. Spitzmüller J, Warnke Ingo H. Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse. Berlin: Walter de Gruyter, 2011.
34. Strauss G., Hass U., Harras G.. Brisante Wörter. Von Agitation bis Zeitgeist. Ein Lexikon zum öffentlichen Sprachgebrauch. de Gruyter. Berlin. New York, 1989.

#### Словари:

1. Баранов А. Н. Немецко-русский и русско-немецкий словарь лингвистических терминов: с английскими эквивалентами / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский. - 2-е изд. - М.: АСТ-ПРЕСС ШКОЛА: АСТ-ПРЕСС МАРТ, 2006. - 496 с.

2. Москальская О.И. Большой немецко-русский словарь. В 3 томах. М.: Русский язык; Издание 8-е, 2002. - 1804 с.
3. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.

Интернет - источники:

1. <http://www.bild.de/you/2016/pokemon/pokemontrumpmexikaner-47720314.bild.html>
2. <http://www.bild.de/politik/ausland/us-wahlen/us-wahl-beginnt-47697546.bild.html>
3. <http://www.duden.de/rechtschreibung/Kokon>
4. <http://www.manager-magazin.de/politik/weltwirtschaft/trump-sexuelle-uebergriffe-a-1115749.html>
5. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/donald-trump-kleine-maedchen-verklagen-praesidentschaftskandidat-a-1111220.html#ref=recom-veeseo>
6. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/donald-trump-paul-ryan-spricht-sich-fuer-kandidatur-aus-a-1095603.html>
7. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/donald-trump-reist-nach-mexiko-und-trifft-praesident-enrique-pena-nieto-a-1110232.html>
8. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/donald-trump-und-republikaner-kritisieren-hillary-clinton-und-das-fbi-newsblog-zur-us-wahl-a-1120030.html>
9. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-das-interview-in-humans-of-new-york-und-die-frauenfrage-a-1111757.html>
10. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-gegen-donald-trump-die-100-millionen-show-a-1113890.html>
11. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-kreislaufprobleme-bei-9-11-feier-a-1111854.html>

12. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-schwaecht-aussage-ueber-trump-anhaenger-ab-a-1111808.html>
13. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/hillary-clinton-und-bernie-sanders-darum-ist-kalifornien-so-wichtig-a-1096295.html>
14. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/ob-hillary-clinton-oder-donald-trump-fuer-deutschland-wird-es-ungemuethlich-a-1119994.html>
15. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/trump-unterstuetzer-warnt-vor-taco-trucks-an-jeder-ecke-tacotruckoneverycorner-a-1110770.html>
16. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-hillary-clinton-geht-unterstuetzer-von-donald-trump-hart-an-a-1111773.html#ref=recom-plista>
17. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-hillary-clinton-in-umfrage-fast-so-unbeliebt-wie-donald-trump-a-1110331.html>
18. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-warum-hillary-clinton-die-wahl-verlieren-koennte-a-1111517.html>
19. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-vorwahlen-hillary-clinton-siegt-sanders-gibt-nicht-auf-a-1096403.html>
20. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-2016-bernie-sanders-bietet-donald-trump-hilfe-an-a-1120638.html>
21. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-die-amerikaner-haben-sich-kaputt-gewaehlt-kommentar-a-1093105.html>
22. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahlkampf-hillary-clinton-braucht-einen-neuen-politikstil-a-1119105.html>
23. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-donald-trump-wie-der-sieger-aussieht-a-1119975.html>

24. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/us-wahl-warum-hillary-clinton-sich-sorgen-machen-muss-a-1119510.html>
25. [http://www.spiegel.de/thema/donald\\_trump/](http://www.spiegel.de/thema/donald_trump/)
26. <http://www.stern.de/politik/us-wahl/hillary-clinton-hat-ihre-chance-auf-die-us-praesidentschaft-versaut-7141774.html>
27. <http://www.zeit.de/2016/33/demokratie-klassenduenkel-rassismus-populismus>
28. <http://www.zeit.de/2016/36/donald-trump-marine-le-pen-wirtschaftspolitik-steuern>
29. <http://www.zeit.de/campus/2016-11/usa-wahl-junge-nichtwaehler>
30. <http://www.zeit.de/feature/kandidaten-us-praesidentschaftswahl-2016>
31. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/donald-trump-us-wahl-clinton>
32. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/hillary-clinton-us-wahl-umfrage-statistik>
33. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/paul-wolfowitz-us-wahl-hillary-clinton-donald-trump>
34. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/usa-ex-ku-klux-klan-anfuehrer-david-duke-donald-trump-unterstuetzung>
35. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/usa-wahlen-wahlkampf-american-short-stories>
36. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/us-wahlkampf-hillary-clinton-donald-trump-unbeliebt>
37. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-08/us-wahlkampf-hillary-clinton-donald-trump-unbeliebt>
38. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/donald-trump-republikaner-us-wahl-illegale-einwanderer-harte-hand>

39. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/donald-trump-wohltaetigkeit-spenden-us-wahl>
40. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/einwanderung-donald-trump-mexiko-grenze-us-wahl>
41. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/matt-wuerker-interview>
42. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-09/us-wahl-donald-trump-wahlkampf-aufruestung>
43. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/hillary-clinton-wahlkampffinale-barack-obama>
44. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/medien-us-wahl-kandidaten-pressefreiheit>
45. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/us-wahlkampf-hillary-clinton-donald-trump-skandale>
46. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-11/wahlkampf-usa-wahltag-hillary-clinton-donald-trump>
47. <http://www.zeit.de/zeit-wissen/2016/05/populismus-politikwissenschaft-jan-werner-mueller-interview>

## Приложение:

**1. Хиллари Клинтон:**

Hillary Clinton liegt derzeit in den Umfragen noch deutlich vor ihrem republikanischen Rivalen Donald Trump. Das heißt aber noch lange nicht, dass sie Liebling der Nation ist - im Gegenteil.

Die Beliebtheitswerte der demokratischen Präsidentschaftskandidatin sacken weiter ab.

59 Prozent der registrierten Wähler sprechen Clinton ein negatives Image zu.

Schlechteste Imagewerte seit Jahrzehnten.

Sie ist eine Lügnerin.

Die Demokratin tritt am 8. November gegen den Republikaner im Rennen um das Weiße Haus an.

Kaum jemand ist besser qualifiziert für das Präsidentenamt als die ehemalige Senatorin von New York, Außenministerin und First Lady

Doch mit der Nutzung ihres privaten E-Mail-Kontos für offizielle Zwecke und ihrer defensiven Haltung zu gut bezahlten Reden bei Großbanken und Großspendern hat Clinton bei den Wählern viel Vertrauen und Glaubwürdigkeit verspielt.

Hillary Clintons Imagewerte haben in den USA einen Minusrekord erreicht.

Clinton laut Umfrage so unbeliebt wie Trump.

Laut aktuellen Umfragen liegt Hillary Clinton eindeutig vorne.

Hillary Clinton liegt schon jetzt mit 272 Stimmen vor ihrem Kontrahenten Donald Trump (154 Stimmen).

Clinton setzt sich ab.

Laut aktuellen Umfragen liegt Hillary Clinton eindeutig vorne.

Hillary Clinton liegt schon jetzt mit 272 Stimmen vor ihrem Kontrahenten Donald Trump (154 Stimmen).

Paul Wolfowitz, will vermutlich Hillary Clinton wählen – aus Mangel an Alternativen.

Clinton schwächt Aussage über Trump-Anhänger ab.

Ungewöhnlich direkt hat sich Hillary Clinton über einige Unterstützer ihres Konkurrenten Donald Trump geäußert - und damit harsche Kritik auf sich gezogen.

Was war passiert? Clinton hatte am Freitag unter anderem auf Rassismus und Ausländerfeindlichkeit unter Trump-Anhängern verwiesen. Trump habe seinen Wahlkampf weitgehend auf Vorurteilen und Paranoia aufgebaut und eine nationale Plattform für hasserfüllte Sichtweisen geboten, heißt es in ihrer Erklärung.

Die Hälfte der Unterstützer des republikanischen US-Präsidentschaftskandidaten gehöre - "grob verallgemeinert" - in einen "basket of deplorables" - das lässt sich ungefähr mit einem "Korb der Bedauernswerten" übersetzen.

Clinton: Menschen, die rassistisch, homophob, sexistisch, fremdenfeindlich oder islamfeindlich sind. "Leider gibt es solche Menschen", sagte die Kandidatin der Demokraten.

...warnte Clinton davor, Trump zu unterschätzen: Man solle nicht denken, "dieses Mal ist er zu weit gegangen" - "wir leben in einem unberechenbaren politischen Umfeld".

Clinton habe Millionen Amerikaner beleidigt.

Clintons Aussage einen "unverzeihlichen Fehler". In Wahrheit sei bedauernswert, "wie wenig sie von den hart arbeitenden Männern und Frauen in Amerika hält", so Jason Miller.

Clinton sei immun gegen Strafverfolgung, sie könnte sogar jemanden vor Tausenden Augenzeugen erschießen und würde dafür nicht zur Verantwortung

gezogen. "Sie wird geschützt", sagte Trump vor zehntausend Menschen in Pensacola im US-Bundesstaat Florida.

Die Spitzenkandidatin der Demokraten sollte bei einem TV-Forum ihre Tauglichkeit als mögliche Oberbefehlshaberin der US-Streitkräfte unter Beweis stellen.

Und die Umfragewerte? Die von Clinton stagnieren, Trump holt auf.

...sie ist Berufspolitikerin, in Zeiten wie diesen ist das schlimmer als die Krätze. sie hat auch gelogen, gegen Prinzipien verstoßen, faule Kompromisse und fette Fehler gemacht. Viele Menschen, viele Demokraten misstrauen ihr.

Clinton ist eine Frau. Sie muss mindestens doppelt so viel erklären wie ein Mann in derselben Rolle, wird doppelt so kritisch bewertet, anhand doppelt so vieler Kriterien.

Hillary Clinton will neuerdings etwas zugänglicher sein.

Clintons neue Offenheit ist auch ein Eingeständnis, dass sie - zwei Monate vor der Wahl - noch viel zu tun hat für einen Sieg.

Hillary Clinton will neuerdings etwas zugänglicher sein.

Clintons neue Offenheit ist auch ein Eingeständnis, dass sie - zwei Monate vor der Wahl - noch viel zu tun hat für einen Sieg.

Clinton kennt sich aus.

Clinton ist in einer ungemütlichen Lage: Sie darf inhaltlich keine Fehler machen, kann aber gleichzeitig nicht mehr wirklich darauf hoffen, mit ihrer Kenntnis zu punkten.

Hillary Clintons Imagewerte haben in den USA einen Minusrekord erreicht.

Trumps demokratische Herausforderin Hillary Clinton.

Clinton lieferte in ihren Antworten mehr Details als der Republikaner Trump. Clinton würde damit den Kurs Obamas fortsetzen.

Am besten erkennt man sie an ihrem Hosenanzug. Man zeichnet noch einen Kopf und Haare dazu und gleich sagt jeder: Hey, das ist doch Hillary!

Verglichen mit ihm wirkt sie wirklich langweilig.

Aber niemand interessiert sich für sie. Wir alle schauen nur auf Trump.

...Für Clinton ist das ein klarer Vorteil. Ihre Wahlkampfmaschinerie in den einzelnen Staaten läuft neun Wochen vor der Wahl wie geschmiert und ist um ein Vielfaches größer als die von Trump.

Clinton will ihm das nachtun und hat bereits seit dem Frühjahr Millionen investiert, um die Wähler in Schlüsselstaaten frühzeitig an die Urnen zu bringen.

Es sind schlicht Momente, in denen man das Gefühl bekommt, es sei ihre Lieblingsbeschäftigung, sich in ihren Clinton-Kokon zurückzuziehen und vor den Augen der Nation ein Rollenspiel aufzuführen.

Die künstliche Kandidatin.

Aber ihr Politikstil ist ein Problem.

Die 68-Jährige.

...Zudem könnten Clintons mangelnde Authentizität und ihre Glaubwürdigkeitsdefizite zum Problem werden.

Clintons TV-Auftritte in den Vorwahlen wirkten häufig blutleer und wenig kreativ. Neben Trump könnte sie Gefahr laufen, als zu einstudiert und langweilig rüberzukommen.

Die frühere First Lady erklärte sich in New York deshalb zur Siegerin.

Trump: Clinton ist korrupt und das ganze politische System manipuliert.

Mit ihrer jahrzehntelangen Erfahrung als Politikerin sei sie "besser auf diesen Job vorbereitet als jeder Präsident vor ihr – besser als ich, besser als (ihr Ehemann) Bill", sagte Obama. "Ich wette darauf, dass die Weisheit und der Anstand und die

Großzügigkeit des amerikanischen Volkes abermals siegen werden und dies ist eine Wette, die ich bislang niemals verloren habe."

Clinton kann den Vorwurf, sie habe mit dem Löschen der E-Mails etwas vertuscht, nicht widerlegen.

Clintons Umfragewerte fielen.

Trump verknüpft den Tod der vier Amerikaner eng mit den Entscheidungen Clintons.

...Für Clintons Gegner liegt der Verdacht nahe, dass ihre Politik als Außenministerin käuflich war.

Trump: korrupte Hillary.

Für viele Amerikaner war es schon schwer, einen Schwarzen zu wählen, und jetzt soll eine Frau kommen? Dafür sind viele noch nicht bereit.

Ich kann Hillary Clinton nicht leiden und glaube auch nicht, dass sie verglichen mit Trump das kleinere Übel ist. Sie verdient viel Geld mit bezahlten Reden für Finanzbosse, deshalb vertraue ich ihr nicht.

Was ich nicht will, ist noch mal ein Clinton im Weißen Haus.

Gewinnt Hillary Clinton die Wahl, wirkt das aus deutscher Sicht erst mal wie eine Erleichterung.

Clinton gilt als "Hawk" (Falke) - was in der Sprache der Sicherheitsexperten Politiker bezeichnet, die vor dem angedrohten oder realen Einsatz militärischer Macht nicht zurückschrecken.

Eine Präsidentin Clinton würde Angela Merkel und die Bundesregierung nett lächelnd unter Druck setzen: Wollen wir mehr Sanktionen gegen Russland mittragen?

Gegen Hillary Clinton wird lange Zeit ermittelt werden, wegen ihrer vielen Verbrechen gegen unsere Nation, unser Volk und unsere Demokratie.

Bis vor Kurzem waren sie im Lager von Hillary Clinton siegessicher. Die Demokratin habe, so hieß es, die effektivere Wahlkampfmaschine.

Clinton inszeniert sich als Kandidatin für das weltoffene Amerika.

## **2. Дональд Трамп:**

Im Wahlkampf schmähte Donald Trump Einwanderer aus Mexiko als Drogendealer und Vergewaltiger

...bei vielen Amerikanern konnte Trump jedoch mit seinem Versprechen, Amerika zurück zu alter Stärke zu führen, punkten.

Er ist ein Rassist

Die Kandidatur des Immobilienunternehmers und Reality-TV-Stars wurde noch Anfang des Jahres von vielen als PR-Gag und schlechter Scherz belächelt. Niemand nahm Trump so richtig ernst.

...Doch mit seinen polemischen und – vor allem im Bereich der Einwanderungspolitik – rassistischen Äußerungen zeigt sich im Wahlkampf gegen Hillary Clinton Trumps Schwäche

Der frühere Anführer des Ku-Klux-Klans hat seine Anhänger aufgefordert, für Trump zu stimmen.

Trump sei der Richtige für den Job im Weißen Haus.

"Viele von uns unterstützen ihn, weil er an die Sachen glaubt, an die wir auch glauben", sagt der Mann, bekleidet in der typischen Kutte der rassistischen Gruppe.

...Trump nicht zu wählen sei Verrat.

Doch Donald Trump ist kein klassischer Kandidat: Bisher hat er die Vorhersagen von Amerikas besten Demoskopern ein ums andere Mal widerlegt.

...die Demokratin ihren republikanischen Rivalen vorerst hinter sich gelassen hat.

...Trump findet er "verstörend" - Dessen große Nähe zu Russlands Präsidenten Wladimir Putin finde er "verstörend".

Donald Trumps Wahlkampfteam nannte das Verhalten des Außenministeriums inakzeptabel.

Donald Trump wird weicher, sogar in der Einwanderungspolitik.

Sollte er in Sachen Einwanderung plötzlich weiter wackeln, würden ihm die rechten Anhänger von der Fahne gehen.

Seine neue Botschaft, wenn auch äußerst schwammig formuliert, saß.

Dahinter verblasste fast völlig, dass Trump nach wie vor entlang des Rio Grande eine hohe Mauer bauen und die mexikanische Regierung dafür zahlen lassen will.

Trump's Glaubwürdigkeit kann kaum noch größeren Schaden leiden, sie hat bereits den Tiefpunkt erreicht.

Trump's Erfolg beruht vor allem auf zwei Dingen: auf seinem Feldzug gegen das verhasste politische Establishment in Washington und auf seiner harschen, kompromisslosen Ablehnung jeglichen Entgegenkommens gegenüber illegalen Einwanderern.

...Buch durch die USA. Es trägt den Titel: In Trump we trust, in Trump setzen wir unser Vertrauen.

...Nun versucht Trump wieder zurückzurudern.

...Dessen Unterstützer und Strategen hatten den angeblich schlechten Gesundheitszustand Clintons schon mehrfach im US-Wahlkampf zum Thema gemacht und ihre Eignung als US-Präsidentin infrage gestellt.

Trump saß die ganze Zeit, verbreitete Unwahrheiten und machte Propaganda für Wladimir Putin.

...Und die Umfragewerte? Die von Clinton stagnieren, Trump holt auf.

Gegen den schrillen Motzke Donald Trump und seine "Wer lauter brüllt, hat immer recht"-Strategie hat jeder Kandidat Probleme, dem es um Argumente und Fakten geht. Clinton hat es besonders schwer.

Trump liebt es, mit Machosprüchen zu provozieren

Trump ist zuletzt in den Umfragen wieder an sie herangerückt.

Trump hat Schwierigkeiten, auf elementarste Fragen zu antworten

Das Verhältnis zwischen Trump und den Mexikanern ist durch die rassistische Stimmungsmache angespannt.

Freedom Kids: Trump wisse, wie Amerika wieder großartig werden könne, sangen die Mädchen.

...die Freedom Kids verklagen Trump, weil er finanzielle Vereinbarungen nicht eingehalten haben soll.

Donald Trump beschreibt sich selbst als leidenschaftlichen Philanthropen.

...dass Trump sogar ein Geschäftsmodell daraus gemacht hat und daran verdient, Geld zu spenden – das Geld anderer Leute. Er lässt andere für seine Versprechen zahlen.

Donald Trump gilt als reich, auch wenn ziemlich umstritten ist, wie viel Geld er wirklich besitzt.

Doch nun klingt Trump versöhnlich, professionell und sogar ein bisschen staatsmännisch.

...deutete er in den vergangenen Wochen einen mildereren Kurs an.

"Null Toleranz" für kriminelle Einwanderer und das Ende aller Sozialleistungen für illegale Immigranten. America First – Trump bleibt dabei.

Seiner Konkurrentin Hillary Clinton wirft er vor, Hunderttausende syrische Flüchtlinge ohne Überprüfung ins Land lassen zu wollen.

Donald Trump werde milder und staatsmännischer, haben sich bislang nicht bewahrheitet.

Als erstes will Trump kriminelle Ausländer ausweisen und kündigte eine "Null-Toleranz-Politik" gegen sie an.

...Wie er das im Einzelnen erreichen will, sagte er nicht.

"Trump ist bei seinem ersten Auslands-Test durchgefallen", twitterte sie. "Diplomatie ist nicht so einfach, wie sie aussieht."

Erneut zeigte sich Trump beeindruckt von den Führungsqualitäten Wladimir Putins. An dem russischen Präsidenten schätze er, dass dieser "sehr starke Kontrolle über sein Land hat", sagte Trump.

"Ich denke die Hauptsache ist, dass ich ein großartiges Urteilsvermögen habe."

Zu Donald Trump gibt es einfach keinen Vergleich. Seine Haare sind eine Metapher für seinen Wahlkampf. Er ist so exzentrisch, so laut, so unerwartet und eigen, dass er Hillary völlig überschattet. Die Frisur ist Teil seines böartigen Genies.

Zwar ist Donald Trump nicht der Richtige, um unsere Blase zum Platzen zu bringen. Aber wir brauchen Veränderung.

Ich glaube, Trump hat die Medien ausgetrickst. Viele Journalisten müssen sich heute vorwerfen, dass sie auf ihn reingefallen sind. So hat er es irgendwie durch die Vorwahlen geschafft.

Aber wir Karikaturisten können einfach nicht von Trump lassen.

Denken Sie an Trumps Twitter-Nachrichten, er beschreibt sich ja inzwischen als den "Hemingway der 140 Zeichen", und eine gewisse Effektivität kann man seinen Tweets nicht absprechen.

"Ich liebe Schulden, ich bin der König der Schulden."

Es ist ein bemerkenswerter Satz für einen konservativen amerikanischen Präsidentschaftskandidaten.

Und obwohl auch Trump wie fast alle Populisten die Macht der großen Banken kritisiert, gehören seinem Wirtschaftsteam Finanzmagnaten wie der Hedgefonds-Manager John Paulson an.

Er sagt etwas Unverschämtes, und wir greifen uns erschrocken an die Perlenkette wie feine Damen, wenn bei Tisch einer das Butter- mit dem Tafelmesser verwechselt.

Trump kam nicht aus dem Nichts. Es hat Warnsignale gegeben.

Trump und die anderen Autoritären wurden immer erfolgreicher und selbstbewusster.

Trump's Lager hingegen fehlen in Staaten wie Iowa immer noch die nötigen Freiwilligen. Der Partei ist bewusst, dass sie damit im Hintertreffen ist.

Im Juni hat Nintendo ein neues Pokémon namens „Magunior“ vorgestellt und das Netz spottete! Sein Aussehen und vor allem seine Frisur erinnern nämlich stark an den amerikanischen Präsidentschaftsbewerber und Haudegen Donald Trump.

Die Nähe zum Wahltag, der Inhalt des Videos, Trumps lange sexistische Geschichte, die Emotionen rund um seine Kandidatur, die Krise des Konservatismus - all das scheint in diesem Moment auf für Trump gefährliche Weise zusammenzuwachsen.

...an diesem Montag ist Trump, wenn man so will, auf dem Olymp der politischen Fernsehunterhaltung angekommen.

Trump setzt auf einen ultrapatriotischen Kurs, er spielt mit Terrorängsten und versucht, aus Rassenunruhen politisches Kapital zu schlagen.

Trump hat ein feines Gespür für einprägsame Formulierungen.

Trump steht für das Neue, Aufregende, Unberechenbare.

Wir haben einen Meilenstein erreicht.

Trump habe offenbar den Nerv der unzufriedenen Mittelklasse getroffen.

Der Sprecher des US-Repräsentantenhauses Paul Ryan hat sich auf die Seite von Donald Trump geschlagen.

Clinton: Trump ist inkompetent und eine Stimme für sie ist eine Wahl gegen hasserfüllte Rhetorik.

Ihrem republikanischen Gegenkandidaten Donald Trump warf sie Unberechenbarkeit vor. "Er könnte alles in Gefahr bringen", sagte Clinton.

Trump hat die Hälfte aller Amerikaner beleidigt.

Trump stelle "seine eigenen Interessen und sein Ego vor die amerikanische Demokratie", sagte Springsteen.

Donald Trump als Präsident wäre eine Bedrohung für die Pressefreiheit.

...eine Trump-Präsidentschaft " würde despotische Staatschefs ermutigen, die Freiheit der Medien in ihren Ländern einzuschränken".

...Und ich mag einfach Trumps Art. Er ist erfrischend. Trump spricht alles aus, was ihm in den Sinn kommt. Er ist auf seine Art ehrlich.

Das eigentliche Problem sei seine Unberechenbarkeit. Niemand weiß: Wofür steht der Mann in der Außenpolitik?

Ein Präsident Trump könnte die Außenpolitik nutzen, um sich als starker Mann zu profilieren - zumal dann, wenn innenpolitische Erfolge ausbleiben.

Es wäre also tragisch, wenn Trump gewählt würde, es hätte aber auch eine gewisse, brutale historische Logik, weil das Pendel oft und heftig erst in die eine und dann in die andere Richtung schwingt.

Sie konnten einfach nicht glauben, dass dieser vulgäre Protz, dieser grapschende Geiferer, dieser dümmlische Demagoge eine Chance haben könnte gegen ihre Hillary.

...dann war Donald Trump der ungebetene Gast bei der demokratischen Königinnen-Party.

...Wer deshalb nun für Trump stimmt, der handelt ungefähr so logisch, als würde er den Dieb, der ihm das Auto, das Haus und das Silberbesteck genommen hat, nun zum Abendessen einladen, damit er auch noch Tisch und Stühle mitnimmt.

Die Republikaner sind dabei hauptverantwortlich für die weitgehende Zerstörung der Politik, die einen Agitator wie Trump erst ermöglicht hat.

Und es ist verheerend, dass ein Rassist mit faschistischen Tendenzen kurz davor steht, die Macht in diesem Land zu übernehmen, ein Mann, der an den Hass, die Gier und die niedrigsten Instinkte appelliert, ein Hetzer, der Menschen gegeneinander ausspielt und Verlierer verabscheut und nur das Recht des Stärkeren kennt, ein autoritärer, narzisstischer, manischer, manipulativer und gefährlicher Lügner, dem alles zuzutrauen ist.

Trump, der Irrationalist, profitiert nicht nur von Putin, WikiLeaks, dem FBI und dem aggressiven Sexismus gegen eine Frau im Weißen Haus, sondern auch von der Spaltung, die er selbst produziert. Er ist ein Perpetuum Mobile des Hasses.

### **3. Дональд Трамп и Хиллари Клинтон:**

Trump und Clinton sind seit Jahrzehnten die unbeliebtesten Kandidaten.

Groß ist das Misstrauen gegen beide Kandidaten.

Die Zahl der Unentschlossenen ist viel höher als vor vier Jahren.

Trump und Clinton sind damit die unbeliebtesten Kandidaten, die sich in den vergangenen Jahrzehnten auf das Amt des US-Präsidenten beworben haben.

Bei der Wahl tritt der ultimative Daddy-Kandidat gegen die ultimative Mommy-Kandidatin an. Trump ist ein Alpha-Tier, er schlägt sich auf die Brust, ballt die Fäuste. Wir haben die Wahl zwischen Testosteron und Östrogen, zwischen Krawall und Kooperation.

Beide Lager halten die Wählerschaft für außerordentlich bescheuert.

Lieber einen Drittkandidaten wählen, den Libertären Gary Johnson oder die Grüne Jill Stein. Oder aber die konservative Alternative Evan McMullin.

Donald Trump und seine Rivalin Hillary Clinton sind in genug Skandale verwickelt.

Дональд Трамп:





Хиллари Клинтон:





PHOTO: JEFFREY M. HARRIS / GETTY IMAGES