

А.И. Пичкур

Самарский государственный университет

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЯРЛЫК КАК ЛИНГВО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

A. Pitschkur

Staatliche Universität Samara

SPITZNAMEN DER POLITIKER ALS EIN SPRACHPRAGMATISCHES PHÄNOMEN

Der Artikel behandelt das Problem der Spitznamen im deutschen politischen Discourse. Es werden nominative Techniken und Funktionen der politischen Spitznamen in den Texten der deutschsprachigen Massenmedien analysiert.

Важнейшими признаками современного политического дискурса, основой которого является борьба за власть, исследователи справедливо считают его волевою направленность и провокационно-манипулятивный характер [3, с. 5]. Одним из наиболее распространенных приемов языковой манипуляции является прием навешивания ярлыков.

С. Кара-Мурза определяет этот прием как обобщение каких-либо качеств, применительно к конкретной личности, общности или к историческому явлению. Исследователь так характеризует механизм создания ярлыка: «Некоторые качества (особенности), не свойственные предмету манипуляции вообще или свойственные в незначительной степени, гипертрофируются. По утверждению манипулятора, предмет манипуляции становится чуть ли не воплощением, олицетворением этих качеств. Задача манипулятора – заставить реципиента поверить, что именно такие свойства присущи предмету манипуляции, что они являются для него определяющими и главными. А все противоположные по значению ему не свойственны вообще (чаще доказывается, что «противоположные» качества являются для предмета манипуляции просто-таки невозможными, немыслимыми и недопустимыми)» [1].

Таким образом, можно утверждать, что в процессе навешивания ярлыков реализуется речевая стратегия дискредитации, то есть подрыва доверия к кому-либо, умаления авторитета, значения кого-либо. О.С. Иссерс подчеркивает глубинную когнитивную природу данной стратегии и описывает механизм ее реализации: «По частной детали, подробности (порой совершенно незначительной) слушателю (читателю) помогают сделать общий вывод о свойствах объекта (политического лица). Ярлык не объясняет объективных свойств личности, микросоциума, а обозначает их по принципу «чужого», идеологически инородного. Он блокирует множество интерпретаций личности, заменяя их жесткой оценкой дискриминационного типа» [2; с. 174].

Традиция наделять политиков прозвищами не нова. В политической истории Германии практически каждый известный политик имел постоянное прозвище. Так, Г.Д. Геншера называли за большие уши «Der mit den Ohren». Канцлера Г. Коля называли „Der Dicke“ или «Birne». Намеком на его огромную фигуру и партийную принадлежность стала кличка «der schwarze Riese». После известной финансовой аферы Г. Коль получил кличку «Bimbekanzler – der Mann, der fuer seine Partei das Geld eingetrieben hatte», где Bimbek – «деньги» на воровском жаргоне.

На выбор прозвища часто влияют звуковые ассоциации. Так, министр транспорта ФРГ Петер Рамзауер получил по звуковой ассоциации «египетскую» кличку „Ramses“. Председателя СДПГ Зигмара Габриеля называют Siggie Pop.

Оскорбительный характер носит прозвище Р. Бютикофера «der Mastpfau».

Все эти примеры наглядно демонстрируют основной способ создания ярлыка – поиск характерной детали, черты характера или внешности, отрицательная оценка которой по принципу расширения переносится и на личность в целом.

По О.С. Иссерс, ярлык обозначает доминанту имиджа, определяющую и другие его составляющие (микророли): например, роль «патриота» и «державника». Доминанта «патриот» не исключает, а, скорее, предполагает другие составляющие имиджа, или микророли, например «избранник народа» (он же «слуга народа», «голос народа»). «Избранник народа» должен быть таким, как все, при этом со-

циум избирателей обычно обозначается как «простые люди». Соответственно в имидже политика-избранника намечается семантический компонент «простой человек» [2; с. 198–200].

СМИ играют особую роль в тиражировании имиджа политиков. При этом ярко выражена агональность политического дискурса, которая, по свидетельству Е.И. Шейгал, предполагает наличие знаков агрессии: поскольку борьба за власть означает борьбу против оппонентов, то знаки вербальной агрессии приобретают особую значимость в политическом дискурсе [4, с. 121].

Е.И. Шейгал считает, что современная речевая культура в целом не поощряет использования грубых, открытых форм агрессии в публичной коммуникации. Более «цивильной» формой речевого насилия и специфическим для политического дискурса видом инвективы является навешивание ярлыков. Для него характерна идеологизированность, субъективность и предубежденность. Ярлык фиксирует реальную или мнимую социальную девиацию либо с позиций общества в целом, либо исходя из представлений о политической целесообразности той или иной социальной группы [4, с. 122–123].

Лингвистической базой ярлыка является свойство всякого наименования идентифицировать объект через определение его существенных характеристик. Именуя и давая определение объекту, по мнению Е.И. Шейгал, мы накладываем на него определенные ограничения. Обращает на себя внимание тот факт, что навешивание ярлыков обычно происходит при помощи существительных.

Для каждого канцлера в Германии существует набор номинаций в СМИ, и они становятся «ярлыком», визитной карточкой канцлера. Так, Г. Шредер остался в истории как *Medienkanzler*.

Zu Anfang seiner Amtszeit wurde er als “Kaschmir-,” “Brioni-” und “Medienkanzler” bekannt. Dieses Image verdiente er sich vor allem durch eine Fotostrecke im Magazin Life & Style... Der dazugehörige Artikel fasste zusammen: “Exquisites Schuhwerk, elegante Garderobe, jugendliche Lockerheit in Bonn – das ist der Lifestyle des Gerhard Schröder” [6].

А. Меркель – первый канцлер ФРГ – женщина; кроме того, она действующий канцлер, поэтому для ее характеристики используются целый ряд номинаций, при этом можно отметить их быструю сменяемость. Одни теряют актуальность, и на их место приходят другие.

Каждая номинация отражает определенный этап становления А. Меркель как политика федерального уровня. По изменению номинаций можно проследить динамику изменения отношения к ней в обществе и в СМИ.

В начале политической карьеры (1991 год) А. Меркель называли Kohls Mädchen, потому что именно он выдвинул ее на пост министра по делам женщин и молодежи. Данная номинация была призвана подчеркнуть несамостоятельность начинающего политика и его зависимость от «духовного отца» Г. Коля: Konfrontation mit dem Kanzler, was ihr schon bald den Spitzennamen „Kohls Mädchen“ einbringt (Eine interaktive Biographie).

В августе 2006 года появляется новая номинация–ярлык – Außenkanzlerin, которая содержит имплицитную критику федерального канцлера со стороны СМИ в связи с тем, что, по мнению многих в Германии, она слишком много внимания уделяет внешней политике в ущерб политике внутренней. Британский журнал Economist назвал ее даже «a world star» (Eine interaktive Biographie).

Несколько ярлыков «заработала» Меркель, отказываясь оказать помощь Греции. Сторонники такого решения называли Ангелу Меркель Eiserne Lady и Euro-Fighterin, считая канцлера защитницей евро и интересов Германии.

Die Euro-Fighterin. Wie die Kanzlerin in der Griechenland-Krise Deutschlands Interessen sicherte... Im Luftwaffen-Airbus feierte sie im Kreise ihrer Mitarbeiter ihren Sieg als Eurofighterin – als Kämpferin für die Stabilität des Euro und für deutsche Interessen (Lambeck).

Но в этом решении европейское сообщество ее не поддержало, и противники канцлера назвали А. Меркель Madame No. Появилась даже контаминация die eiserne Madam NO. К примеру, в статье «Сем Özdemir: Merkel, die eiserne Madam NO»:

Der Schlingerkurs von Merkel und Westerwelle, die anfangs bewusst so getan haben, als sei das ein rein griechisches und kein europäisches Problem und die Griechen damit allein lassen wollten, hat die Krise verschärft und Lösungen jetzt nur noch teurer gemacht (Hastürk).

На портале www.wikileaks.org были опубликованы секретные документы посольства США в Берлине. В них Ангелу Меркель критикуют и называют Teflon-Kanzlerin, потому что с нее многое «соскальзывало»:

Angela 'Teflon' Merkel" wird sie in den Berichten genannt, weil viel an ihr abgleite. "Sie meidet das Risiko und ist selten kreativ", heißt es in einem Bericht vom 24. März 2009 (Tretbar).

В начале 2010 года журнал Time опубликовал фотографию Ангелы Меркель на обложке с названием статьи "Frau Europa", высоко оценивая ее политику:

„Frau Europa“ – titelt das US-Magazin „Time“ in seiner neuesten Europa-Ausgabe über Angela Merkel. Sie sei „die unumstrittene Chefin von Europas größter Wirtschaftsmacht“. Eine Lobeshymne auf Krisenmanagement, Popularität, Tatkraft der Kanzlerin! (Blome)

Эта статья вызвала большой резонанс в немецкой прессе, которая писала, что во внутренней политике все не так гладко. К примеру, в статьях „Merkel als „Frau Europa“ gefeiert ... Aber in Berlin hängt der Hausseggen schief.“ (Blome), «Frau Europa statt Miss Germany» и «Deutschlands Mutti oder Mrs. Europa?»

Особой популярностью в отношении А. Меркель пользуются женские номинации, ставшие постоянными ярлыками, например Mutter, Mutti, которые часто приобретают ироническую коннотацию, вплоть до негативной. Используя этот ярлык, некоторые СМИ намеренно утрируют, усиливая негативные коннотации. Так, в 2007 году польский журнал Wprost опубликовал фотографию Ангелы Меркель с братьями-политиками Лехом и Ярославом Качински, назвав ее Stiefmutter Europas, потому что она относится к остальной части Европы, в том числе к Польше, как мачеха: как опекун, доминантно, почти империалистично (Deutschland Mutti...).

Из-за влияния на европейской арене в Süddeutsche Zeitung ее называли Europas Übermutter. Данная номинация встречается часто: как в связи с отношениями в партии ХДС, так и в связи с внешней политикой:

Alles, was die Bundeskanzlerin derzeit tut, wird derzeit ja vor allem unter dem Aspekt wahrgenommen, wen sie in Schutz nimmt und wen nicht. Nachdem Erika Steinbach und vorher schon Michael Glos nicht das Glück hatten, sich unter den Schirm der intern schon „Mutti“ genannten Regierungschefin stellen zu dürfen, widerfuhr nun aber dem Finanzminister das unerwartete Glück, dass die Kanzlerin ihn gegen Angriffe derer aus dem Steueroasen-Lager muttighaft verteidigte (Reents);

Merkel als mächtigste politische Führungspersönlichkeit in Europa – das sieht auch Business Week so. Das nach eigenen Angaben meistgelesene Wirtschaftsmagazin der Welt fragt in der Ausgabe vom 1. März 2010: "Deutschland oder Europa"? "Mutti" Merkel habe das Wohl des Euro in ihren Händen und müsse jetzt den Mut haben, stärker in die Rettung Griechenlands einzugreifen – auch, wenn die Bundesbürger den Griechen keinen Euro Staatshilfe gönnen (Deutschlands Mutti...).

Одна из номинаций – Okay-Kanzlerin. Интерес представляет комментарий журналиста, который характеризует изменение политического имиджа А. Меркель:

Merkel präsentierte in ihrer Rede vor dem Nachwuchs zwei Gesichter. Sie zeigte nach langer Zeit mal wieder, dass es in ihrer Seele immer noch einen Teil Leipzig gibt... Und dann zeigte sie den Berlinern Teil ihrer Seele, das, was aus Angela Merkel in zwei Jahren Großen Koalition geworden ist. Sie zeigte das in einem einzigen Satz, der sehr viel sagt über ihre Art, Politik zu machen: „Über Arbeitslosengeld kann man lange diskutieren; wir haben da einen Beschluss, kostenneutral kann das umgeschichtet werden, okay.“ Es war ein Satz zum wichtigsten Thema dieser Wochen, und es steckte nicht ein Funken von Kanzlerwille darin; es war die pure Hinnahme, nahe der Gleichgültigkeit. Das alles kulminierte im „Okay“, dem Ausdruck leidenschaftloser Zustimmung. Das „Okay“ ist zum Signum ihrer Reformpolitik geworden, so wie es bei Gerhard Schröder das „Basta“ war, der Ausdruck des rücksichtslosen Willens“ (Kurbjuweit).

Инвективную функцию в политическом дискурсе могут выполнять определенные манипуляции с именем политика, например, прием контаминации имен двух политиков. Так, журнал Stern назвал А. Меркель «Angela Kohl». Подпись гласит: *Abwarten, abwägen, aus-sitzen*. Далее приводятся лозунги Г. Коля, с которыми в данной публикации указывающие на А. Меркель: „*Die Hunde bellen, die Karawane zieht weiter.*“ „*Entscheidend ist, was hinten rauskommt.*“

В СМИ часто критикуют политику соглашательства Ангелы Меркель и нерешительность в принятии решений. Колумнист Д. Деглер сравнивая А. Меркель с канцлером Генрихом Брюнингом, политику которого автор называет Betriebsmodus Durchwursteln, также прибегает к приему ономастической контаминации, называя свою колонку Angela Brüning. Проводя параллель между политиче-

ским стилем Генриха Брюнинга, канцлера эпохи первого мирового кризиса 30-х годов, и правительством Ангелы Меркель, программу которой он называет Zauder-Agenda, колумнист Деглер считает, что А. Меркель в условиях сегодняшнего кризиса действует так же недопустимо нерешительно, как Г. Брюнинг, итог деятельности которого Дитер Деглер называет „ein politisch-ökonomischer Scherbenhaufen“, ср.:

Der Mann hieß Heinrich Brüning und hinterließ nach zwei Jahren Kanzlerschaft einen politisch-ökonomischen Scherbenhaufen, aus dem anschließend der Geist des Antimenschen aufstieg (Degler).

Интерес представляет акроним „Tina“, который фигурирует в комментарии Г. Прантла „Für „Angie“ kommt „Tina“. Tina – английский акроним, расшифровывающийся как „There is no alternative“. Автор называет это „das neue Basta“, проводя параллель с Герхардом Шредером, и критически замечает:

Die Behauptung, dass es keine Alternative zu einer Entscheidung gibt, ist eine Ausrede, die Diskussionen unterbinden soll (Prantl).

Кабинет А. Меркель называют черно-желтым или Hornissenkoalition (коалиция ос). Hornissenkoalition стала основой для создания комикса, пародии на известный детский мультфильм «Biene Maja». В комиксе ее называют «Biene Merkel», а ее партнера по коалиции – Вестервелле («Westerwilli»).

Самые новые ярлыки А. Меркель (на май 2011 года) – это Stimmungskanzlerin и Zick-Zack-Kanzlerin. Эти образы связаны с самой актуальной на данный момент проблемой в Германии после трагедии на АЭС Фукусима – закрытием АЭС в Германии. Общественность требовала срочного прекращения их работы, но промышленники этому сопротивлялись, опасаясь энергетического кризиса. На начальном этапе атомных дебатов Ангела Меркель выжидала, понимая всю ответственность за принятие необдуманного решения. Это послужило причиной навешивания новых ярлыков: *Ihr neuestes Image: Zick-Zack-Kanzlerin. Dabei hatte sie nach der Reaktorkatastrophe von Japan noch versucht, ihre Standhaftigkeit zu beweisen. Schließlich hat Merkel erst vor einem halben Jahr die Laufzeiten der deutschen Atomkraftwerke verlängert.»*

Die mediale Strategie geht nicht auf: Nun ist sie "Die Stimmungskanzlerin" (Süddeutsche Zeitung, 16.03.2011) und gerät "Außer Kontrolle" (Der Spiegel, Nr. 12/2011).

Aber das Spiel funktioniert im Moment nicht. Kurz vor der Landtagswahl in Baden-Württemberg steht die Kanzlerin unter Druck. Mit ihrem Zick-Zack-Image kann sie nur verlieren – politisch und medial.

Интересным языковым средств СМИ является игра номинациями, при помощи которой журналисты прослеживают динамику изменения имиджа политика. Чаще всего этот прием используется для критики, ср.:

*Sie stand schon mal besser da, die Kanzlerin: Glaubwürdiger, sympathischer, führungsstärker. Ihr Wert in Umfragen sinkt – und auch die Medien zeichnen ein anderes, schwächeres Bild. **Eiserne Lady?** Das war. **Stimmungskanzlerin?** Das ist. Erst die atomare Kehrtwende, dann das entschlossene Libyen-Jein und nun herumlavieren vor der Wahl in Baden-Württemberg – Angela Merkel scheint ihr Gespür für die Öffentlichkeit verloren zu haben. Dabei ist es genau das, was sie einst ausgezeichnet hat. Zapp über die **Medienkanzlerin** (Fischer).*

*Angela Merkel – was hatte sie schon alles für ein Image: **Teflon-Kanzlerin**, zögerlich sei sie, aber bedacht. **Die Mutter der Nation**, aber auch "**Madam No**". Stefan Braun, Berlin-Korrespondent der "Süddeutsche Zeitung", meint: "Wenn man das Image von Angela Merkel versucht zu beschreiben, das ist insofern schwierig, weil ihr schon so viele umgehängt worden sind. Und das ist ein großes Problem von ihr" (Fischer).*

Таким образом, изучая отражение политического имиджа А. Меркель в «номинациях канцлера», мы выяснили, что «ярлыки», доминанты имиджа, которые присваивают канцлеру СМИ, изменяются в соответствии с политической ситуацией. Некоторые события в политике настолько важны и настолько неоднозначны, что А. Меркель получает несколько номинаций (Eiserne Lady, Madame No, Euro-Fighterin). При этом каждая номинация эксплицитно несет оценку и содержит в себе яркий, запоминающийся образ, который и по истечении нескольких лет остается визитной карточкой политика.

В целом анализ лингвопрагматических особенностей политических ярлыков канцлера ФРГ Ангелы Меркель подтвердил тенденцию, характерную для современных СМИ в мире: имена политиков и государственных деятелей, обладавшие прежде статусом сакраль-

ности, неприкосновенности, активно вовлекаются в процесс ономастической игры, ставшей яркой стилистической чертой языка современной публицистики.

Библиографический список

1. Кара-Мурза С., Смирнов С. Навешивание ярлыков. URL: <http://gromada-ks.blogspot.com>.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 4-е изд., стереотипное. М.: КомКнига, 2006.
3. Руженцева Н.Б. Дискредитирующие тактики в российском политическом дискурсе. Екатеринбург: Издательство УРГУ, 2004.
4. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Москва: Гнозис, 2004.
5. Gast H. „Kanzlerkommunikation“ von Adenauer bis Merkel // Aus Politik und Zeitgeschichte. 2009. № 38. S. 27–32.
6. Gerhard Schröder – der Medienkanzler. Wissen.de. Geschichte. URL: <http://www.wissen.de/wde/generator/wissen/ressorts/geschichte/zeitgeschehen/index.page=1308678.chunk=3.html>.

Источники фактического материала

Bild am Sonntag. 13.09.2009

Angela Merkel. Cicero. URL: http://www.cicero.de/97.php?ress_id=13&item=2822.

Stern. 2009. № 15.

Blome Nikolaus. Merkel als „Frau Europa“ gefeiert. URL: <http://www.bild.de/politik/2010/angela-merkel/wird-als-frau-europa-gefeiert-10996710.bild.html>.

Kornelius, Stefan. Angela Merkel vor dem EU-Gipfel. Europas Übermutter. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/angela-merkel-und-der-eu-gipfel-europas-uebermutter-1.1016424>.

Decker Markus. Als ob die Chefin fremd ginge. URL: <http://www.ksta.de/html/artikel/1233584110606.shtml>.

Degler Dieter. Angela Brüning. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/degler-denkt-angela-bruening-1.403700>.

Deutschlands Mutti oder Mrs. Europa? URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/angela-merkel-in-den-medien-weltweit-deutschlands-mutti-oder-mrs-europa-1.18855-2>.

Eine interaktive Biographie. Die Karriere der Angela Merkel. URL: http://www.sueddeutsche.de/app/flash/zeitleiste/?appID=vita_merkel.

Frau Europa statt Miss Germany. URL http://de.altermedia.info/general/frau-europa-statt-miss-germany-05-01-10_39025.html.

Israel Stephan. Die neue „Eiserne Lady“. URL: <http://bazonline.ch/ausland/europa/Die-neue-Eiserne-Lady/story/23783061>.

Hastürk, Mesut. Cem Özdemir: Merkel, die eiserne Madam NO. URL: <http://www.news-eu.com/editor/4-mesut-hasturk.html>.

Kurbjuweit Dirk / Neubacher, Alexander / Neukirch Ralf: Die Okay-Kanzlerin / Der Spiegel. №44. 2007.

Lambeck Martin. Die Euro-Fighterin. URL: <http://www.bild.de/politik/2010/griechenland/die-euro-fighterin-12002986.bild.html>.

Prantl, Heribert. Für „Angie“ kommt „Tina“. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/fuehrung-fall-merkel-fuer-angie-kommt-tina-1.944947>.

Schäfers Jorg-Olaf. Martin Haase: Merkel zu Fukushima (Mirror). URL: <http://www.netzpolitik.org/2011/martin-haase-merkel-zu-fukushima-mirror/>.

Tretbar Christian. "Teflon"-Kanzlerin und Außenminister mit "wenig Substanz". URL: <http://www.tagesspiegel.de/politik/teflon-kanzlerin-und-aussenminister-mit-wenig-substanz/3488500.html>.