

РЕЦЕНЗИИ, КРИТИКА, БИБЛИОГРАФИЯ

DOI: 10.17223/22274200/12/8



Рецензия на книгу: Словарь современных политических лозунгов России и Германии «Дайте миру шанс!» / русская часть: С.Г. Шулежкова, А.А. Осипова, О.Е. Чернова, Н.В. Позднякова, А.Н. Михин; немецкая часть: Х. Вальтер, О.В. Михина; Науч.-исслед. словарная лаб. НИИ исторической антропологии и филологии МГТУ им. Г.И. Носова; Грайфсвальдский ун-т им. Эрнста Морица Арндта; под ред. С.Г. Шулежковой (гл. ред.), А.А. Осиповой. – Магнитогорск: ЗАО «Магнитогорский Дом печати»; Greifswald: Ernst-Moritz-Arndt-Universität, 2016. – 300 с. + 16 с. цв. ил.

Книга представляет собой первый опыт создания словаря политических жанров малой формы. Российско-германский коллектив предлагает заинтересованному читателю яркую

палитру лозунгов, призывов, здравиц, девизов, активно используемых в современном коммуникативном пространстве различными политическими партиями и общественными движениями России и Германии.

Словарь адресован филологам, журналистам, социологам, а также всем, кто интересуется проблемами политической лингвистики.

Фразеологический фонд национального языка находит своё отражение в лексикографии. В связи с бурным развитием фразеологии логичным является возникновение фразеографии, для которой существует богатая теоретическая база, а также опубликовано немало научных трудов и словарей.

Следует напомнить, что отечественная и зарубежная фразеографическая традиция имеет длительную историю. Уже в начале XX в. фразеологи включали разные фразеологические ресурсы языка (паремии, крылатые слова и выражения, афоризмы и т.д.), а также другие устойчивые словесные комплексы (далее УСК) в справочники,

что отражено при отборе в словаре М.И. Михельсона «Опыты русской фразеологии».

Назначение недавно вышедшего Словаря «Дайте миру шанс!» – служить справочником для широкого круга лиц. Авторы отмечают, что Словарь адресован филологам, журналистам, социологам и всем, кто интересуется проблемами политической лингвистики. Польза данного справочника очевидна: он вводит читателя в мир интертекстем, таким образом предотвращая культурный диссонанс поколений. Представляя собой лаконичные формулировки политических, социальных, идеологических идей и представлений, конденсируя сложные образы, лозунги вызывают в нашем сознании ряд ассоциаций. Недостаточное знакомство с условиями возникновения того или иного лозунга приводит к тому, что ассоциации эти меркнут и значение его понимается неправильно.

Помимо практического значения, такой словарь имеет и теоретическое значение, так как закрывает лакуну, имеющуюся в отечественной лексикографии. По данному вопросу В.М. Мокиенко пишет: «Слово *лозунг* стало столь концентрированным символом политической пропаганды, что многими языковедами не воспринимается как лингвистическое явление, достойное специального анализа». Однако, по мнению учёного, язык современного лозунга представляет собой зеркальное отражение основных особенностей нашей речевой системы [2. С. 39–40]. До появления такого специализированного Словаря лозунги включались во фразеологические или эптологические (словари крылатых слов и выражений) издания, именно потому он так важен для лингвистических исследований. В связи с этим, на наш взгляд, правомочно введение термина *лозунговая лексикография* по аналогии с уже принятыми: авторская лексикография (Л.Л. Шестакова), детская лексикография, компьютерная лексикография (О.В. Ломакина), цитатная лексикография (Т.В. Шмелёва).

Роль лозунгов в агитационной и пропагандистской деятельности партийных и общественных организаций страны переоценить невозможно. Лингвистическое исследование этого фонда национальных языков в Германии и России только начинается. Появившиеся классификации данных языковых единиц отличаются несовершенством, а выводы, касающиеся временного периода функционирования лозунгов (примерно пять лет), не представляются убедительными. Более того, как демонстрируют материалы Словаря, многие старые лозунги, например советской эпохи, переосмыслены, трансфор-

мированы и в итоге обретают новую жизнь. В связи с этим становится понятным, что, несмотря на активно развивающуюся политическую лингвистику, где глубоко изучаются процессы речевого воздействия и манипулирования сознанием читателей, роль лозунгов в обозначенных процессах исследована недостаточно.

Лингвистическое описание лозунгов обязывает авторов Словаря определить их место в языковой системе. Тщательное изучение функционирования лозунгов в политическом дискурсе показало, что лозунги – это специфические языковые единицы, обладающие чертами УСК и являющиеся объектами фразеологии в широком её понимании. Они обладают устойчивостью компонентного состава и грамматической структуры; постоянством семантики, закреплённой за данным УСК; в речевом потоке они всегда выполняют предикативную функцию, а значительная часть лозунгов представляет собой крылатые выражения, поскольку их значения «отягощены генетической памятью о породившем их источнике» [1. С. 3]. Перечисленные свойства предопределяют способ семантической характеристики лозунгов, представленных в Словаре, а термин «лозунг» используется составителями как гипероним по отношению к разнообразным конструкциям со всеми указанными выше свойствами.

Авторы Словаря придерживаются традиционного принципа расположения словарных статей – алфавитного. Как в российской, так и в немецкой части даются отсылки к лозунговым аналогам в другом языке. Очень важно и принципиально, что словарные статьи создавались с учётом лингвокультурологических факторов. Каждый лозунг охарактеризован по пяти параметрам: инициальному, источниковедческому, семантическому, иллюстративному и фиксирующему описываемый лозунг.

В *инициальной* зоне лозунг обозначен в нормативной, исходной форме с указанием узуальных вариантов и «плавающих» узуальных компонентов:

«Я ЖУРНАЛИСТ! НЕ СТРЕЛЯЙТЕ! СМ. НЕ СТРЕЛЯЙТЕ В ЖУРНАЛИСТОВ! Я – ШАРЛИ!» [1. С. 237].

В *источниковедческой* (термин авторов Словаря) зоне содержится информация о времени возникновения лозунга, его авторе (авторах); здесь же указывается, если необходимо, название произведения, из которого взята фраза; описываются обстоятельства популяризации лозунга, сфера его распространения, а также принадлежность определённым партиям или общественным движениям:

«Время и место рождения этого лозунга известно точно: 7 января 2015 г., Париж, столица Франции. В этот день два террориста ворвались в редакцию сатирического журнала «Charlie Hebdo» и расстреляли 12 её сотрудников. Через несколько часов после гибели журналистов возобновил свою работу сайт еженедельника, единственная страница которого содержала надпись «*Je suis Charlie*», выполненную белыми буквами на чёрном фоне в переводе на семь языков: персидском, немецком, испанском, словацком, чешском, арабском, русском (Теракт 2016: <https>). Автором выражения *Je suis Charlie* является французский дизайнер, художественный директор журнала «Stylist» Йоахим Ронсан (*фр.* Joachim Roncin) (Автор 2016: <http>). Теракт вызвал по всей Франции массовые протестные выступления, участники которых в память о погибших несли распечатки нового лозунга. За несколько дней благодаря Интернету выражение *Je suis Charlie* превратилось в одно из самых популярных в международной электронной сети, а служба главных слов и выражений русского языка назвала его в числе самых употребительных выражений 2015 г. (Гранина 2016: <http>). В 4-миллионном марше в память о жертвах теракта приняли участие несколько десятков глав государств мира (Бельгии, Великобритании, Германии, Испании, Италии, Польши, Украины и пр.); среди представителей других зарубежных стран был и министр иностранных дел России С. Лавров (Charlie Hebdo 2015: <http>). Лозунг приобрёл в таких условиях интернациональный статус. А. Олейник считает одной из причин популярности лозунга его «укоренённость в национальной культуре протеста во Франции»; «неявную и возможно неосознанную автором вербальную и визуальную переключку с лозунгом времён майских событий 1968 г.: “Nous sommes tous des Juifs allemands” (‘Мы все – немецкие евреи’), ставшего ответом на планируемую правительством высылку из страны Даниэля Кона-Бендита, немецкого студента с еврейскими корнями, одного из лидеров протестного движения». Олейник отмечает, что в лозунге 1968-го «акцент сделан на коллективной солидарности, а в лозунге 2015-го – на солидарности личной» (Олейник 2015: <http>). Поводом к нападению на редакцию еженедельника стала профессиональная деятельность журналистов: «Charlie Hebdo» известен своими левыми светскими взглядами и скандальными публикациями. В нём остро критиковались ведущие политики, высмеивались святыни христианства и ислама, помещались карикатуры на Христа и на пророка Мухаммеда, часто непри-

стойного характера, в чём очередной раз можно было убедиться по номеру, вышедшему накануне разбойного нападения. В России теракт осудили и выразили сочувствие по поводу гибели журналистов. Однако лозунг *Je suis Charlie* (*Я – Шарли*), как и этическую сторону деятельности редакции еженедельника, восприняли в Российской Федерации неоднозначно, так как большинство граждан нашей страны считает недопустимым оскорбление чувств верующих и надругательство над невинными жертвами. В российских партийных и прочих источниках лозунг может употребляться как в форме полужалкого, так и в исконном французском облике, но чаще всего – в трансформированном виде. Субституции может подвергаться как первый, так и второй компонент лозунга. См. нем. **ICH BIN CHARLIE!**» [1. С. 237–238].

В *семантической* зоне помимо указания на принадлежность УСК к лозунговому жанру (призыв, девиз, лозунг-констатация, лозунг-предостережение, здравица и пр.) содержится характеристика значения языковой единицы с учётом интенции адресанта и ожидаемой реакции коллективного адресата:

► **«Универсальная формула выражения солидарности или протеста против любой несправедливости»** [1. С. 238].

В *иллюстративной* зоне приводятся контексты с разным употреблением лозунга. Как правило, она состоит из двух разделов: в первом приводятся образцы узувального функционирования лозунга, во втором – примеры его использования в трансформированном виде:

«В российском контексте из истории «Я – Шарли» можно извлечь следующий урок. Массовые движения в России тоже нуждаются в лаконичных лозунгах и логотипах, способных стать их символами. Эти лозунги и логотипы должны быть так или иначе связаны с национальной культурой. И тогда отклик на них может стать таким же широким, как в случае «Я – Шарли». Олейник А. О секрете эффективного лозунга // Газета.Ру, 17.01.2015. Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/comments/> (дата обращения: 30.08.2016); *Изначально либерализм – это философия человеческой свободы и человеческого достоинства. Но, пытаясь утвердить свою свободу, карикатуристы, по сути дела, топчут достоинство миллионов людей. На мой взгляд, это повод задуматься тем в нашей стране, кто надевал на себя майки с надписью «Я – Шарли». Они своим потворством допустили в том числе карикатуры об авиакатастрофе», –*

подчеркнул Исаев. Исаев: Карикатуры журнала Charlie Hebdo вызывают омерзение, 06.11.2015 // Сайт ПП «Единая Россия». Режим доступа: <http://er.ru/news/136539/> (дата обращения: 26.06.2016); [Н. Гранина:] – *То есть главными для россиян всё же оставались темы морали и нравственности?* [А. Михеев:] – *Да, именно их можно считать доминантой года. Самое показательное слово в связи с этим – «Шарли». Оно стало практически нарицательным. Впервые появилось в обороте в январе, а в конце года реактуализировалось, снова попало в центр внимания и тоже стало своего рода знаком этической провокации: ведь началось всё с карикатур, которые журнал Charlie Hebdo специально публиковал с целью взбудоражить общество. Но после того как редакция журнала была расстреляна, это уже отошло на другой план: провокация журналистов привела не просто к общественным дискуссиям, а к трагическим событиям. Выражение «Я – Шарли», которое первоначально обозначало 'Я выступаю за свободу слова', трансформировалось и получило смысл 'Я протестую против убийства невинных людей за их высказывания'.* Гранина Н. «“Ватник” и “укроп” поменяли окраску»: Лингвист Алексей Михеев о главных словах и выражениях 2015 года // Lenta.ru, 08.01.2016. Режим доступа: https://lenta.ru/articles/2016/01/08/slova_goda/ (дата обращения: 30.08.2016); *Двое злоумышленников ворвались 239 в здание и открыли огонь по находившимся там людям. Погибли 12 человек, в том числе двое полицейских. Нападавшие были уничтожены в результате проведённой спецоперации. Тогда в социальных сетях и СМИ была развёрнута широкая кампания под лозунгом «Я – Шарли» (Je Suis Charlie). Политики, знаменитости и просто сочувствующие с помощью этого слогана выражали солидарность с изданием, выступая за свободу слова в Европе. Теперь многие вспоминают произошедшее с другими эмоциями. «Ну и где теперь ваши таблички «Я – Шарли»?» – спрашивает пользователь @lenproq в Twitter. «Кто-нибудь ещё хочет сказать «Я – Шарли»?» – вторит ему @zoomnclick/. Кто-нибудь ещё хочет сказать «Я – Шарли»?.* Charlie Hebdo опубликовал карикатуры на утонувшего сирийского мальчика // Мнения, 14.03.2016. Режим доступа: <http://minval.az/k/ya-sharli> (дата обращения: 30.08.2016); *Французское издание Charlie Hebdo, пострадавшее от нападения террористов в январе 2015 года, опубликовало «карикатуры» на падение российского самолета А321, разбившегося над Синайским полуостровом. На одном из рисунков изображены па-*

дающие сверху на исламиста детали самолета и люди, а надпись гласит: «Россия усиливает бомбардировки ИГИЛ». На другом рисунке изображён череп с расплавленными на нём солнцезащитными очками на фоне горящего самолета. Картинка подписана: «Опасность русского лоукостера «Теперь, после издевательств журнала “Шарли Эбдо” над погибшими в небе над Синаем, лозунг **“Я Шарли!”** в России может поддержать только отморозок», – написал Пушков в Twitter. Лозунг «Я Шарли!» в РФ теперь может поддерживать только отморозок – Пушков, 10.09.2016 // Сайт ПП «Единая Россия». Режим доступа: [https:// regnum.ru/news/2006526.html](https://regnum.ru/news/2006526.html) (дата обращения: 10.09.2016).

Мы знаем, что такое свобода. И поэтому наше сердце сейчас со сражающимися за свободу Донбассом! Да здравствует свобода! **Я – Донбасс!** Кандидат в члены ЦК КПРФ, адвокат Дмитрий Аграновский: Да здравствует свобода! Я – Донбасс! 13.01.2015 // Сайт КПРФ. Режим доступа: <https://kprf.ru/party-live/opinion/138111.html> (дата обращения: 10.09.2016); Лидер ЛДПР выразил глубокое возмущение тем, что французский сатирический журнал «*Charlie Hebdo*» продолжил публикацию скабрёзных карикатур на крушение российского самолёта в Египте. ЛДПР выпустила свой ответ французам. «После такого отношения к нам пора заявить: **«Je ne suis pas Charlie!»**. Мы никогда не будем Шарли. Мы должны отказаться от французских слов, продуктов, вина и в целом изменить свое отношение к французам», – заявил политик. Владимир Жириновский. Пришло время сказать **«Мы не Шарли!»** // Газета «ЛДПР», 13.11.2015. Режим доступа: [http:// ldpr.ru/events/ vladimir_zhirinovskiy_its_time_to_say_i_do_not_charly/](http://ldpr.ru/events/vladimir-zhirinovskiy_its_time_to_say_i_do_not_charly/) (дата обращения: 10.09.2016); Слоган вызвал не только одобрительную, но и протестную реакцию. Вслед за **Je suis Charlie** появился слоган **Je ne suis pas Charlie** (рус. **Я не Шарли**), объединивший часть общества, считающую, что сочувствие жертвам теракта не означает поддержки политики журнала «Шарли Эбдо». Хэштег **«Я – не Шарли»** вышел на первое место в русскоязычных социальных сетях после того, как «Шарли Эбдо» опубликовал карикатуры на катастрофу рейса 9268 над Синайским полуостровом, ставшую национальной трагедией в России. Теракт в редакции *Charlie Hebdo* // Википедия. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Je_suis_Charlie (дата обращения: 30.08.2016); Современное общество, в том числе и французское, становится всё более индивидуализированным. **«Мы все –**

*Шарли» (была и такая версия) в сегодняшнем контексте звучит менее уместно. Олейник А. О секрете эффективного лозунга // Газета.ру, 17.01.2015. Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/comments/> (дата обращения: 30.08.2016); Украинские СМИ использовали различные варианты лозунга солидарности. 8 января 2015 года украинский блогер и общественный деятель Денис Казанский опубликовал пост **«Мы все – протестанты из Славянска»**, напоминая об убийстве пятидесятников в Славянске; материал был переопубликован рядом СМИ. После обстрела автобуса под Волновахой 13 января 2015 года в украинских сетях началась акция **«Я – Волноваха»**, инициатором которой стал находящийся в Мариуполе Дмитрий Корчинский, который первым разместил свою фотографию с этим лозунгом. На следующий день некоторые депутаты Верховной Рады пришли в парламент с плакатами **«Я Волноваха»**. В дальнейшем 18 января в Киеве прошёл многочисленный марш под этим лозунгом, на который также пришли президент Пётр Порошенко и премьер-министр Арсений Яценюк с плакатами **«Я Волноваха»**. Схожие акции прошли в ряде городов после обстрела микрорайона «Восточный» в Мариуполе 24 января 2015 года под лозунгами **«Я Мариуполь»**. **Je suis Mariupol (Je suis Charlie)** // Википедия, 2016. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Je_suis_Charlie (дата обращения: 30.08.2016); **Я – не Шарли. Я – ОДЕССА! Горловка, Пески, Луганск.** У нелюдей нет интереса к тем, кто погиб в пекле ада... Шустова С. Год назад. Я – не Шарли. Я – ОДЕССА!.. // YouTube, 2016. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=P9e29IdJsEk> (дата обращения: 30.08.2016); **«Шарли Эбдо»** вышел с двумя карикатурами с изображением погибшего ребёнка. На первой, озаглавленной **«Так близко к цели»**, мальши (мёртвый, беженец) лежит рядом с плакатом **«МакДональдса»** **«Два детских меню по цене одного»**. На второй под заголовком **«Доказательство, что Европа христианская»** изображён рядом с тонущим мальчиком стоящий на волнах Иисус Христос, изрекающий: **«Христиане ходят по воде. Мусульманские дети тонут»**. Вот я и спрашиваю себя: **«Я всё ещё Шарли?»** А вы? Козырев М. Пост, 14.09.2015. Режим доступа: <https://www.facebook.com/misha.kozyrev/posts/> (дата обращения: 30.08.2016); **Вы были Шарли, вы были Париж. Будете ли вы Анкара?** Пост живущего в Анкаре британца // Мнения, 14.03.2016. Режим доступа: <http://minval.az/k/ya-sharli> (дата обращения: 30.08.2016)». [1. С. 238–240].*

Приведём пример немецкой словарной статьи:

«WIR WÄHLEN DIE FREIHEIT! ICH WÄHLE DIE FREIHEIT! ♦ МЫ (Я) ВЫБИРАЕМ(Ю) СВОБОДУ!

Лозунг молодёжного объединения партий ХДС и ХСС (JU), которое является самым многочисленным (120 тыс. членов) молодёжным союзом Германии и Европы. Цель этого объединения – привлечение молодых людей в политику. Лозунг прозвучал из уст первого федерального канцлера ФРГ К. Аденауэра (годы правления 1950–1966), непримиримого борца с нацистским режимом, который, говоря о судьбе Германии в 1952 г., заявил: «Мы выбираем свободу». Этот лозунг стал генеральной линией страны и Христианско-демократического союза Германии.

► **Призыв к свободе как личному выбору.**

*„Wir wählen die Freiheit“ – so formulierte Konrad Adenauer 1952 ein zentrales Leitmotiv für unser Land und die CDU. Mit der Gründung dieser schichten- und konfessionsübergreifenden Volkspartei wurde eine Lehre aus den politischen Verhältnissen der Weimarer Republik gezogen. Die Verbindung von Stabilität und Erneuerung wurde zu einem Markenzeichen dieser neuen politischen Kraft. Pöttering H.-G. Wir wählen die Freiheit // Geschichte Deutschlands und der CDU in Bildern. Режим доступа: <http://www.kas.de/wf/de/33.41708/> (дата обращения: 06.09.2016); Während der SPD-Vorsitzende Kurt Schumacher mit gebrechlichem Körper und meist keifender Stimme am Mikrophon stand, dabei 282 an Kriegselend und Propagandatöne des Dritten Reiches erinnerte, wirkte der 73-jährige Adenauer, robust von Statur, gleichermaßen vital, souverän und entschlossen. Wo Schumacher zynisch polemisierte, polarisierte Adenauer geschickt mit Vereinfachungen, die kein Werbe-strategie besser herübergebracht hätte. „Wenn wir die Wahl haben zwischen Freiheit und Sozialismus, wissen wir, was wir wählen: **Wir wählen die Freiheit**“. Küsters H.J. Wahlkampf // Konrad Adenauer.de. Режим доступа: <http://www.konrad-adenauer.de/stichworte/politischeparteien/wahlkampf/> (дата обращения: 06.09.2016).*

Wähle die Freiheit (Выбери свободу). Название книги Р. Бандлера, А. Роберти, О. Фитцпатрика (2013 г.) о том, почему одни люди живут счастливо, а другие – нет. Режим доступа: http://www.nlp-shop.de/de_de/waehle-die-freiheit-warum-einige-menschen-gluecklich-leben-undandere-nicht.html (дата обращения: 06.09.2016)» [1. С. 281–282].

Завершается словарная статья сведениями о паспортизации описываемого лозунга – ссылками на фразеологические, эптологические, паремиологические и цитатные справочники, названия которых расположены в хронологическом порядке.

В конце книги находится Указатель лозунгов, описанных в Словаре.

Перед нами лингвистическая диагностика современного политического vs публицистического дискурса России и Германии, представленная сквозь призму функционирования лозунгов. Вместе с тем нельзя не отметить факт использования ряда знаков без объяснения их назначения. Например, в немецкой словарной статье у всех УСК имеется значок ♦, которого нет в русской части Словаря. О смысле знаков ► и # читателю также приходится строить догадки. Понятно стремление авторов представить картину функционирования лозунгов более полной, однако некоторые иллюстративные части словарных статей выглядят перегруженными, что затрудняет восприятие информации.

Попытка создания современного подлинно филологического справочника позволила установить фонд современных политических лозунгов России и Германии, уточнить их источниковедческие, семантические и стилистические данные. Многие давно известные советские и германские лозунги выступают сегодня в новых значениях, одни трансформируются, а другие, хранившиеся в пассивном запасе, «оживают» и начинают активно использоваться в публицистическом и политическом дискурсах. Таким образом, Словарь, являясь первым опытом создания справочника политических жанров малой формы, предлагает читателям политическую «мелодию» XXI века.

Развивающееся социокультурное пространство неизменно влечёт за собой изменения в словарях, характеризующиеся появлением неологизмов и окказионализмов как в корпусе лексических единиц, так и среди УСК. В целом Словарь является своеобразным «банком данных», которым может воспользоваться любой человек. «Хорошее словарное описание – совмещающее принципы нормативности и дескриптивности – должно отражать нестандартное употребление фразеологизмов, поскольку это показывает потенциал функционирования фразеологической системы и творческий аспект деятельности носителя языка» [3. С. 11]. Эта мысль подтверждается анализом словарных материалов и ярко проявляется в характере функционирования лозунгового фонда в современном политическом дискурсе России и Германии.

Все актуальные вопросы, стоящие перед современной фразеографией (что представляет собой фразеологический фонд нацио-

нальных языков, который должен описываться в специализированных словарях; какое значение фразеологизмы приобретают в том или ином контексте; каков их функциональный потенциал, реализующийся в семантических оттенках; возможность и способность к варьированию данных языковых единиц), находят ответы в новом Словаре современных политических лозунгов России и Германии «Дайте миру шанс!».

Литература

1. *Словарь современных политических лозунгов России и Германии «Дайте миру шанс!»* / русская часть: С.Г. Шулежкова, А.А. Осипова, О.Е. Чернова, Н.В. Позднякова, А.Н. Михин; немецкая часть: Х. Вальтер, О.В. Михина; Науч.-исслед. словарная лаб. НИИ исторической антропологии и филологии МГТУ им. Г.И. Носова; Грайфсвальдский ун-т им. Эрнста Морица Арндта; под ред. С.Г. Шулежковой (гл. ред.), А.А. Осиповой. – Магнитогорск: ЗАО «Магнитогорский Дом печати»; Greifswald: Ernst-Moritz-Arndt-Universität, 2016. – 300 с. + 16 с. цв. ил.

2. *Мокиенко В.М. Может ли лозунг стать рекламой? // Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса: коллективная монография. – Грайфсвальд: ун-т им. Эрнста Морица Арндта г. – Грайфсвальд, Германия, 2016. – С. 36–45.*

3. *Академический словарь русской фразеологии* / А.Н. Баранов, М.М. Вознесенская, Д.О. Добровольский, К.Л. Киселёва, А.Д. Козеренко. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЛЕКСРУС, 2015. – 1168 с.

А.С. Макарова

BOOK REVIEW: *SLOVAR' SOVREMENNYKH POLITICHESKIKH LOZUNGOV ROSSII I GERMANII "DAYTE MIRU SHANS!"* [DICTIONARY OF MODERN POLITICAL SLOGANS OF RUSSIA AND GERMANY: GIVE A CHANCE TO THE WORLD!]

Voprosy leksikografii – Russian Journal of Lexicography, 2017, 12, pp. 134–144.

DOI: 10.17223/22274200/12/8

Aleksandra S. Makarova, Saint Tikhon's Orthodox University (Moscow, Russian Federation). E-mail: aleste_63@mail.ru

References

1. Shulezhkova, S.G. (ed.) (2016) *Slovar' sovremennykh politicheskikh lozungov Rossii i Germanii "Dayte miru shans!"* [Dictionary of modern political slogans of Russia and Germany "Give a chance to the world!"]. Magnitogorsk: ZAO "Magnitogorskiy Dom pechati"; Greifswald: Ernst-Moritz-Arndt-Universität.

2. Mokienko, V.M. (2016) *Mozhet li lozung stat' reklamoy?* [Can a slogan become an advertisement?]. In: Walter, H. et al. (eds) *Germaniya – Rossiya: Verbal'nye i vizual'nye sredstva sovremennogo publitsisticheskogo diskursa* [Germany – Russia: Verbal and visual means of modern journalistic discourse]. Greifswald: Ernst-Moritz-Arndt Uni Greifswald.

3. Baranov, A.N. et al. (2015) *Akademicheskii slovar' russkoy frazeologii* [Academic dictionary of Russian phraseology]. 2nd ed. Moscow: LEKSUS.