



Check for updates

Филологические науки

УДК 811.112.2

EDN MNRYDC

<https://www.doi.org/10.33910/1992-6464-2026-220-321-329>

Научная статья

Языковая реализация оппозиции «мы — они» в агитационных материалах партии «Альтернатива для Германии»

М. Н. Гузь¹, Н. В. Пигина

¹ Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена,
191186, Россия, г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48

Для цитирования: Гузь, М. Н., Пигина, Н. В. (2026) Языковая реализация оппозиции «мы — они» в агитационных материалах партии «Альтернатива для Германии». *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*, № 220, с. 321–329. <https://www.doi.org/10.33910/1992-6464-2026-220-321-329>
EDN MNRYDC

Получена 2 февраля 2025; прошла рецензирование 3 апреля 2026; принята 19 июня 2026.

Финансирование: Исследование не имело финансовой поддержки.

Права: © М. Н. Гузь, Н. В. Пигина (2026). Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена. Открытый доступ на условиях лицензии CC BY 4.0.

Аннотация

Введение. В статье рассматриваются оппозиция «мы — они» и связанная с ней оппозиция «свой — чужой». Цель исследования — определить языковые средства реализации универсальной психологической оппозиции «мы — они» в немецкоязычных предвыборных агитационных материалах партии «Альтернатива для Германии», рассмотрев при этом, как данная оппозиция способствует формированию политической идентичности избирателей Германии и усиливает манипулятивное воздействие на реципиентов исследуемых текстов, а также проследив связь образов «мы» и «они» с ключевыми концептами немецкой культуры.

Материалы и методы. Объектом исследования были выбраны языковые средства реализации оппозиции «мы — они» в политических агитационных текстах. Материалом исследования послужили предвыборные тексты партии «Альтернатива для Германии», опубликованные на сайте партии. Методами исследования были выбраны лексико-культурологический, семантический и стилистический анализ.

Результаты исследования. В статье прослежена эволюция образов «свой — чужой» в предвыборной кампании политической партии «Альтернатива для Германии» последних лет, рассмотрена специфика оппозиций «мы — они» и «свои — чужие», описана трансформация нейтральной оппозиции «мы — они» в образы «своих» и «чужих» с ярко выраженными положительной и отрицательной оценками, проанализирован их манипулятивный потенциал. В результате проведенного исследования установлена связь рассматриваемых образов с основными концептами немецкой культуры и традиционными немецкими ценностями, выявлено, что с образом «мы» связаны такие концепты, как «порядок», «безопасность» и «защищенность», а с образом «они» — такие, как «страх», «борьба за существование». В статье доказывается, что оппозиция «мы — они» в исследуемых агитационных текстах реализуется, в первую очередь, при помощи антитезы, которая строится на использовании антонимов, противопоставлении личных местоимений, обозначающих «своих» и «чужих», многочисленных повторах лексики, служащей для номинации базовых концептов немецкой культуры, грамматических параллелизмах, построенных по одной синтаксической модели с названием партии.

Заключение. Результаты исследования могут быть использованы при проведении практических занятий по стилистике немецкого языка и интерпретации текста при изучении особенностей политического дискурса, а также на практических занятиях по межкультурной коммуникации при рассмотрении основных концептов немецкого менталитета. Перспективы исследования лежат в изучении языковой реализации и манипулятивного потенциала оппозиции «мы — они» на материале агитационных и программных текстов других партий, представленных на политической сцене Германии и Европейского союза.

Ключевые слова: Оппозиция «мы — они», оппозиция «свой — чужой», политический дискурс, агитационный плакат, немецкий менталитет, ценности немецкой культуры, «Альтернатива для Германии»

Linguistic realization of the ‘we–they’ opposition in the campaign materials of the alternative for Germany party

M. N. Guz ¹, N. V. Pigina ¹

¹ Herzen State Pedagogical University of Russia, 48 Moika River Emb., Saint Petersburg 191186, Russia

For citation: Guz, M. N., Pigina, N. V. (2026) Linguistic realization of the ‘we–they’ opposition in the campaign materials of the alternative for Germany party. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, no. 220, pp. 321–329. <https://www.doi.org/10.33910/1992-6464-2026-220-321-329> EDN MNRYDC

Received 2 February 2025; **reviewed** 3 April 2026; **accepted** 19 June 2026.

Funding: The study did not receive any external funding.

Copyright: © M. N. Guz, N. V. Pigina (2026). Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under CC BY License 4.0.

Abstract

Introduction. This article examines the ‘we–they’ opposition and the related ‘friend–stranger’ opposition. The study aims to determine the linguistic means of realizing the universal psychological opposition ‘we–they’ in the German-language election campaign materials of the Alternative for Germany party. It considers how this opposition helps shape the political identity of German voters and enhances the manipulative effect on the recipients of the texts. It also traces the links between the images of ‘we’ and ‘they’ and key concepts in German culture.

Materials and Methods. The study examines the linguistic means used to realize the ‘we–they’ opposition in political campaign texts. The research material comprises campaign texts published on the official website of the Alternative for Germany party. The study employs lexico-cultural, semantic, and stylistic analyses.

Results. The article traces the evolution of the ‘friend–stranger’ images in the recent election campaigns of the Alternative for Germany party. It examines the specifics of the ‘we–they’ and ‘friend–stranger’ oppositions, describing the transformation of the neutral ‘we–they’ dichotomy into positively and negatively charged images of ‘friends’ and ‘strangers’, and analyzes their manipulative potential. The study establishes a connection between these images, the core concepts of German culture, and traditional values. The image of ‘we’ is found to be associated with concepts such as ‘order’, ‘security’ and ‘protection’, while the image of ‘they’ is linked to ‘fear’ and ‘the struggle for existence’. The article demonstrates that the ‘we–they’ opposition in the campaign texts is realized primarily through antithesis. This is achieved through antonyms, the juxtaposition of personal pronouns denoting ‘friends’ and ‘strangers’, numerous repetitions of vocabulary naming core concepts of German culture, and grammatical parallelisms built on the same syntactic model as the party’s name.

Conclusions. The findings can be applied in practical seminars on German stylistics and text interpretation when examining the specific features of political discourse. They can also be used in intercultural communication seminars focused on the core concepts of the German mentality. Future research may focus on the linguistic realization and manipulative potential of the ‘we–they’ opposition in the campaign and policy texts of other parties in Germany and the European Union.

Keywords: ‘we–they’ opposition, ‘friend–stranger’ opposition, political discourse, campaign poster, German mentality, German cultural values, ‘Alternative for Germany’

Введение

2024 год ознаменовался глубоким политическим кризисом в Федеративной Республике Германии (ФРГ). Внешняя и внутренняя политика коалиционного правительства (СДПГ, «Зеленых» и СвДП) под руководством канцлера О. Шольца регулярно подвергалась критике в СМИ, неспособность управлять страной высмеивалась в карикатурах (Гуз, Пигина 2024). Граждане Германии ощутили последствия проводимой правительством политики в виде роста цен, необходимости экономить, в т. ч. на отоплении, из-за отказа правительства от дешевых энерго-

носителей. Недовольство граждан вызывал также наплыв мигрантов и беженцев, требующих финансовой поддержки от государства, но нежелающих интегрироваться в общество. Данные факторы привели к тому, что бундестаг вынес вотум недоверия канцлеру О. Шольцу, после чего президент Германии Ф.-В. Штайнмайер принял решение распустить парламент и назначил проведение досрочных выборов на 23 февраля 2025 г. Получить как можно больше голосов избирателей, а соответственно, мест в бундестаге и тем самым возможность войти в состав нового правительства — вот та задача, которую необходимо было решить каждой

партии. Правопопулистская партия «Альтернатива для Германии», представлявшая в бундестаге 20-го созыва парламентскую оппозицию, в предвыборной кампании сделала ставку на противопоставление своей программы политике коалиционного правительства, опираясь на оппозицию «мы — они».

Цель исследования — определить языковые средства реализации универсальной психологической оппозиции «мы — они» в немецкоязычных предвыборных агитационных материалах партии «Альтернатива для Германии» (АдГ). Для достижения данной цели необходимо решить ряд задач: 1) рассмотреть специфику и соотношение оппозиций «мы — они» и «свои — чужие»; 2) установить и описать связь образов «мы» и «они» с основными концептами немецкой культуры; 3) раскрыть манипулятивный потенциал воздействия оппозиции «мы — они» на избирателей Германии; 4) проанализировать языковые средства реализации оппозиции «мы — они» на материале агитационных текстов партии АдГ.

«Мы» и «они» понимаются в социальной психологии как универсальные психологические категории, присущие любой общности наряду с такими категориями, как «я», «ты» и «вы». Однако «мы» и «они» представляют собой исходные понятия, остальные являются более поздними их производными. При этом «они» первичнее «мы»: «...для того, чтобы появилось „мы“, требовалось повстречаться и обособиться с какими-то „они“» (Поршневу 1979, 81). По Б. Ф. Поршневу, на ранних этапах развития человеческого общества «они» осознавались как «конкретные, реальные», обладающие определенными свойствами, при этом могли представляться «как весьма многообразные, не как общность в точном смысле слова» (Поршневу 1979, 81). «Мы» осознавались через антитезу с «они», «„мы“ — это те, которые не „они“» (Поршневу 1979, 82), т. е. «мы» подразумевали противопоставление «они» как определенным, так и неопределенным, чтобы возникли «мы» должны быть «другие» (Каган 2011, 42; Лучицкая 2000, 73).

В политике оппозиция «мы — они» или «свои — чужие» становится базой для формирования политической идентичности (Попова 2018, 175). Принадлежность к «своим» обуславливается общим происхождением и возникает в результате «символического посвящения в члены некой корпоративной группы» (Попова 2009, 143). Представители другой группы, культуры или народа рассматриваются как «чужие», при этом «чужой» может находиться не только

вне данного общества, но и внутри него, и тогда «чужим» становится представитель другой партии или политический противник.

В семиотике противопоставление «свой — чужой» понимается как один из главных концептов всего коллективного, массового, народного, национального мироощущения (Степанов 1997, 482). При этом концепт «свой» соотносится с концептами «Мир (покой, порядок)» и «Мир — Вселенная; хорошо устроенный (благоустроенный) мир — космос» (Степанов 1997, 482), а «чужой» — с угрозой «своему», т. е. с концептами «опасность», «страх».

Рассматривая способы представления оппозиции «свой — чужой» в культуре, О. В. Балясникова приходит к выводу, что эта оппозиция «носит выраженный *оценочный характер*», что «проявляется в том, что восприятие чужой культуры всегда в той или иной мере предполагает оценку, осуществляемую с позиций своей» (Балясникова 2003, 7).

Возникает вопрос о соотношении оппозиций «мы — они» и «свой — чужой». Многие исследователи используют эти оппозиции как синонимичные, однако нам представляется, что оппозиция «мы — они» шире, чем оппозиция «свой — чужой». И в той, и в другой оппозиции деление проходит на основании неких схожих признаков, характерных для общностей, но оппозиция «мы — они» нейтральна, а в оппозиции «свой — чужой» обязательно присутствует оценка, при этом чаще всего не логическая, а эмоциональная.

Оппозиция «мы — они» обладает большим манипулятивным потенциалом, который активно используется в том числе в политическом дискурсе в базовой триаде его компонентов: в выражении политической позиции, поиске единомышленников и борьбе с конкурентами (Туманова 2024, 99).

Основная часть

Оппозиция «мы — они» определяет структуру и обуславливает воздействующий потенциал исследуемых текстов — агитационных материалов партии АдГ, опубликованных на сайте партии. Текстовая часть предвыборного буклета партии начинается с воззвания кандидата на пост канцлера Алисы Вайдель к согражданам. Образ «мы» формируется уже в обращении *Liebe Mitbürger* (*Дорогие сограждане*). Имя существительное *Mitbürger* (сограждане, т. е. граждане того же государства) имплицитно включает говорящего в общность людей, имя прилагательное *lieb* используется с целью

создания доверительных отношений с адресатом. Следует обратить внимание, что имя существительное используется в форме множественного числа мужского рода, что соответствует концепции АДГ об отказе от гендерно-корректного словоупотребления и идет вразрез с проводимой в Германии, Австрии и Швейцарии «языковой политикой, нацеленной на устранение гендерных асимметрий в немецком языке» (Ситникова, Смолоногина 2021, 180).

Вслед за обращением используется местоимение *wir* (мы), усиленное неопределенным местоимением *alle* (все) и притяжательным местоимением *unser* (наш): *wir alle spüren es täglich: unser Land ist in schlechter Verfassung* («Мы все ощущаем это ежедневно: наша страна в плохом состоянии»). — Здесь и далее перевод авторов статьи). Констатация факта наличия негативных тенденций в развитии Германии показана через призму восприятия «мы». Одинаковое восприятие и отношение к происходящим событиям закладывают основу для формирования группы «мы» не только из представителей партии АДГ, но из всех сограждан Германии.

Следующий далее фрагмент текста воздействует на сознание избирателя путем приписывания текущей ситуации и будущему отрицательной оценочности: *Alles wird immer teurer. Und nichts wird besser. Einige von uns haben jetzt sogar Angst um Ihren Arbeitsplatz. Viele Frauen haben nachts Angst auf dem Nachhauseweg. Kurz: Die Politik versagt auf ganzer Linie* (Все становится дороже. И ничего не становится лучше. У некоторых из нас теперь даже есть страх за свое рабочее место. У многих женщин есть страх идти ночью домой. Короче: политика перестает действовать по всем линиям). В двух коротких простых предложениях, построенных по принципу грамматического параллелизма, реализуется антитеза *alles — nichts* (все — ничего), представляющая категоричный взгляд группы «мы» на события. Отрицательная оценка ситуации и негативный взгляд на настоящее и будущее на лексическом уровне поддерживается повтором имени существительного *Angst* (страх) и употреблением глагола *versagen* (перестать действовать).

В следующих предложениях А. Вайдель апеллирует к двум базовым ценностям немецкого менталитета: работе и дому, которые связаны в настоящее время не с привычными «порядок, уверенность», а со «страхом» — страхом потери работы (как следствием экономической ситуации, вызванной политикой коалиционного правительства) и страхом перед небезопасным

нахождением (женщин) на улице (как следствием криминальной ситуации, сложившейся в результате политики коалиционного правительства). Таким образом, формируется образ «мы», образ социальной группы, включающей в себя не только профессиональных политиков — членов АДГ, но и обычных немцев, которые готовы и хотят работать (что соответствует представлениям о традиционной немецкой добродетели — работающий человек), и женщин, которые хотят чувствовать себя в безопасности в собственной стране.

Очевидно, что АДГ умело манипулирует концептом «Angst» (страх) для эмоционального воздействия на электорат. Анализируя концепт «Angst», А. Вежбицкая пишет о «выдающейся» роли концепта «Angst» в немецкой культуре, которая связана с «культурной значимостью „уверенности“, точного знания, чего следует ожидать и что следует делать» (Вежбицкая 1999, 596). Экономическая и криминальная ситуация лишает граждан Германии этой уверенности, которая, в свою очередь, связана с основополагающим концептом немецкой культуры «Ordnung» (порядок) (Вежбицкая 1999, 606). Уверенность, по мнению Вежбицкой, связана для немцев с безопасностью (*Sicherheit*) и защищенностью, отсутствием страха и «со специфическим немецким понятием „Heimat“ — то есть, примерно, „родина, или родная сторона, рассматриваемая как место, где человек вырос и где он мог чувствовать себя в безопасности“» (Вежбицкая 1999, 601). Таким образом, современная ситуация в Германии характеризуется партией АДГ как ситуация нарушенного порядка и замещения уверенности в завтрашнем дне страхом, который становится консолидирующим для общности «мы», превращая «мы» в «свои».

Данная логика представления ситуации требует ответа на вопрос: кто виноват в сложившейся ситуации? И АДГ дает ответ на этот имплицитный вопрос — «они», политические противники, другие партии: *CDU, SPD, GRÜNE und FDP haben in den letzten Jahrzehnten an eines zuallerletzt gedacht: an unser berechtigtes Interesse, als Deutsche frei und sicher im eigenen Land leben zu können* (ХДС, СДПГ, ЗЕЛЕННЫЕ и СвДП в последние десятилетия в последнюю очередь думали об одном: о нашем оправданном интересе жить как немцы свободно и безопасно в собственной стране). В данном предложении наблюдается соединение концептов «безопасность» и «родина» за счет использования имени прилагательного *sicher* (безопасно) и имени существительного *Land* (страна) с определением, выраженным именем прилагательным *eigen*

(собственный), при этом словосочетание *im eigenen Land* (в собственной стране) графически выделяется подчеркиванием. В следующем предложении все указанные партии объединяются местоимением *sie* (они): *Sie haben unseren Wohlstand geopfert* (Они пожертвовали нашим благосостоянием), притяжательное местоимение *unser* (наш) актуализирует оппозицию «мы — они», при этом действия общности «они» дается отрицательная оценка за счет использования глагола *opfern* (жертвовать) со значением «отдать что-то, отказаться от чего не так просто». Эта оценка превращает общность «они» в общность «чужие», что усиливается парцелляцией однородных дополнений в следующем предложении: *Für südeuropäische Pleite-Staaten, für Migranten aus aller Welt, oder für unsinnige Klima-Maßnahmen* (Ради южно-европейских государств-банкротов, ради мигрантов со всего мира или ради бессмысленных климатических мер). Южно-европейские страны, мигранты однозначно являются «чужими» в концепции АдГ как представители иных культур и народов. Что касается климатических мер, то эти меры являются общемировым трендом, а не инициативой самой Германии, поэтому инициаторов этих мер тоже можно записать в общность «чужих». Другие партии, «они», проводили свою политику в интересах «чужих», тем самым имплицитно, что «они» фактически являются «чужими».

Далее следует очередная апелляция к эмоциональной сфере адресата: *Im Ausland lacht man schon über uns...* (За границей над нами уже смеются). Германия всегда считалась одной из ведущих стран на мировой арене, другие страны изначально являются «чужими» в концепции АдГ, смех «чужих» над «своими» представляется не только как трагическая реальность (о чем свидетельствует многообразие, которое можно интерпретировать как сожаление), но и как оскорбление, поскольку ведет к «потере лица» «своих». При этом использование неопределенно-личного местоимения *man* позволяет сфокусировать внимание реципиента на реакции «чужих», а не на конкретизации, какие страны являются «чужими». Ответная реакция немецкого общества на смех «чужих» представлена в следующих предложениях, снова выдвигающих на передний план внутриполитическую оппозицию «мы — они», которая реализуется за счет противопоставления неопределенно-личного местоимения *ander* (другой) и личного местоимения *uns* (нам): *Das mag anderen Politikern egal sein. Uns ist es das nicht.* (Это может быть все равно другим политикам. Нам это не все равно). То, что позиция группы «мы», по мнению АдГ,

является единственно правильной, находит отражение в графическом выделении второго предложения подчеркиванием.

Ошибочность действий политических противников, группы «они», представлена в двух следующих предложениях: *Die anderen Parteien wollen einfach weitermachen wie bisher. Sie „streiten“ sich um Kleinigkeiten — nicht um die Richtung.* (Другие партии хотят просто действовать так же, как до этого. Они «спорят» о мелочах — а не о направлении). Для номинации группы «они» снова используются неопределенно-личное местоимение *ander* (другой), личное местоимение *sie* (они), все различия политических позиций внутри общности «они» обесцениваются заключением в кавычки глагола *streiten* (спорить), что придает этому глаголу иронично-оценочную коннотацию, и использованием антитезы *Kleinigkeiten* (мелочи) — *Richtung* (направление). Дискредитировав таким образом политических соперников, А. Вайдель представляет свою партию как единственную партию, которая может спасти Германию: *Nur die AfD will den Abstieg Deutschlands wirklich beenden und ein neues „Wirtschaftswunder“ starten* (Только АдГ действительно хочет остановить упадок Германии и запустить новое «экономическое чудо»). Исключительная роль АдГ в деле спасения Германии подчеркивается наречием *nur*, а прилагательное *wirklich* усиливает положительную сторону деятельности АдГ.

Таким образом, в преамбуле агитационного буклета моделируется общественно-политическая ситуация в темпоральном аспекте: создается образ непривлекательного настоящего, ответственность за которое возлагается на все политические партии, кроме АдГ, и образ привлекательного будущего, которое возможно только с АдГ: *Nur die AfD will den Abstieg Deutschlands wirklich beenden und ein neues „Wirtschaftswunder“ starten. Mit unserem Zukunftsplan für Deutschland. Dafür bitten wir Sie um Ihre Stimme. Es ist keine Zeit mehr zu verlieren. Es ist Zeit für Deutschland* (Только АдГ действительно хочет остановить упадок Германии и запустить новое «экономическое чудо». С нашим планом будущего для Германии. Для этого мы просим Вас отдать за нас Ваш голос. Нельзя больше терять времени. Пришло время для Германии). Противопоставление мрачного настоящего и светлого будущего достигается за счет использования антонимов *beenden* — *starten* и контекстуальных антонимов *Abstieg* — *Wirtschaftswunder*.

Имя существительное *Wirtschaftswunder* апеллирует к фоновым знаниям немцев, вызывая в памяти продолжительный период

экономического подъема в 1950-х гг. в Германии, который позволил стране преодолеть последствия Второй мировой войны, так как сопровождался ростом ВВП, сокращением безработицы, низким уровнем инфляции, поступательным ростом благосостояния широких слоев населения. Таким образом, манипулятивно имплицруется, что нынешняя экономическая ситуация сопоставима с ситуацией в послевоенной Германии. Однако новое «экономическое чудо», наступление всеобщего благополучия возможно только при поддержке избирателями (плана) АДГ. Парцелляция дополнения в дательном падеже способствует идентификации партии как «своей», выстраивается логическая цепочка: АДГ — наш (план) — ваш (голос).

Исследователи отмечают особую значимость концепта «Zeit» (время) для немецкой монохронной культуры и ее связь с доминирующей ролью базового немецкого концепта «Ordnung» (порядок) в немецкой концептосфере (Медведева 2012). Таким образом, говоря о том, что «Нельзя больше терять времени. Пришло время для Германии», АДГ опять апеллирует к базовым ценностям немецкой культуры. Слоган предвыборной кампании 2025 г. *Zeit für Deutschland* (Время для Германии) построен по принципу грамматического параллелизма с названием партии (*Alternative für Deutschland*) и размещается в рекламных плакатах на одной строчке с названием партии: *Zeit für Deutschland. AfD*.

В буклете наряду со слоганом *Zeit für Deutschland* используются построенные по той же грамматической модели слоганы *Zeit für eine echte Wende* и *Zeit für unsere Zukunft* (Время для настоящих перемен и Время для нашего будущего). Имя существительное *Wende* имеет несколько значений: 1) einschneidende Veränderung gegenüber dem bisherigen Verlauf (besonders eines gesellschaftlichen Entwicklungsprozesses) (радикальное изменение по сравнению с предыдущим курсом (особенно процесса социального развития)); 2) Übergang zwischen zwei größeren Zeiteinheiten (переход между двумя значительными временными периодами). В истории Германии *Wende* обозначает два события: смена правительства в ФРГ весной 1982 г. и ненасильственное свержение руководства ГДР осенью 1989 г. (так называемая мирная революция).

В слогане *Zeit für eine echte Wende* присутствует также языковая игра — отсылка к композиту *Zeitenwende*, который использовал О. Шольц в своей речи в бундестаге 27 февраля 2022 г. в связи с событиями на Украине и который был признан словом 2022 года. Однако настоящее историческое изменение, по мнению

АДГ, заключается не в изменении экономической и энергетической политики Германии в связи с внешнеполитическими событиями, а в комплексе мер, предлагаемом АДГ. Таким образом, в этом слогане имплицруется полемика с политическими оппонентами и реализуется оппозиция «мы — они».

Рассмотренная выше структурная схема используется и в слоганах на агитационных плакатах АДГ:

Zeit für Alice Weidel. (Время для Алисы Вайдель.)

Zeit für sichere Grenzen. (Время для надежных границ.)

Zeit für sichere Renten. (Время для надежных пенсий.)

Zeit für deutsche Interessen. (Время для немецких интересов.)

Zeit für bezahlbare Energie. (Время для доступной по цене энергии.)

Zeit für Kernkraft. (Время для ядерной энергии.)

Zeit für freie Meinung. (Время для свободного мнения.)

Zeit für Frieden. (Время для мира.)

Zeit für ein normales Leben. (Время для нормальной жизни.)

Zeit für unser Land. (Время для нашей страны.)

Zeit für unseren Aufschwung. (Время для нашего подъема.)

Zeit für unsere Kultur. (Время для нашей культуры.)

Zeit für unseren Mittelstand. (Время для нашего среднего класса.)

Zeit für unseren Wohlstand. (Время для нашего благосостояния.)

Zeit für unsere Bauern. (Время для наших крестьян.)

Zeit für starke Familien. (Время для сильных семей.)

Zeit für echte Bildung. (Время для настоящего образования.)

Zeit für echten Abbau der Bürokratie. (Время для сокращения бюрократии.)

Zeit für ein verschärftes Asylrecht. (Время для ужесточения права на убежище.)

В упрощенной декларативной форме здесь представлены основные положения предвыборной программы АДГ, при этом не вербализируется, как будут достигнуты эти цели. Создается некий образ светлого будущего Германии, который неотделим от образа «мы» — партии АДГ и избирателей, голосующих за АДГ. Обращают на себя внимание повторяющиеся определения — имена прилагательные *sicher* (надежный, безопасный), *echt* (настоящий), притяжательное местоимение *unser* (наш).

В большинстве случаев на агитационных плакатах отсутствует изображение в виде фото или картинки, невербальный компонент представлен в виде основных цветов партии — синего и голубого — на фоне которых белым шрифтом напечатан слоган. По утверждению партии голубой цвет означает оптимизм, свежесть, позитивный взгляд на будущее, синий — серьезность и надежность.

Подобный минимализм фокусирует внимание реципиента на вербальном компоненте. Если на плакате присутствует изображение, то оно делит площадь плаката диагонально и занимает левый треугольник. На фотографиях изображены пенсионеры (в т. ч. на фоне природы), рабочий (металлургической или сталелитейной промышленности), работник атомной промышленности, молодежь (танцующие девушки, девушка с кружками пива), т. е. простые граждане. Таким образом, визуальный компонент служит поддержкой для языковой реализации образа «своих», включая в группу «своих» обеспеченных пенсионеров, свободную молодежь, не стыдящуюся собственной культуры, и тех, кто работает на благо страны с ее богатствами и высокими технологиями.

Если невербальный компонент агитационных плакатов актуализирует только образ «своих», то невербальный компонент рассматриваемого буклета создает образ «своих» (три фотографии А. Вайдель и фотография счастливой традиционной семьи — мать, отец и ребенок — на фоне загородного дома), с одной стороны, и служит для поддержки языковой реализации оппозиции «мы — они» — с другой. В буклете представлены 10 основных пунктов предвыборной программы АдГ, под каждым из которых указаны сокращенные названия двух партий: AfD (АдГ) и CDU (ХДС) и символы, используемые для обозначения согласия и несогласия — зеленая галочка и красный крестик. Зеленая галочка как символ согласия стоит после аббревиатуры AfD, красный крестик как символ несогласия — после аббревиатуры CDU. Из всего множества партий, представляющих группу «они», здесь представлен основной, по мнению АдГ, политический оппонент, позиция которого кардинально отличается от позиции АдГ по всем пунктам предлагаемой программы.

Заключение

Проведенное исследование текстов предвыборной агитации партии АдГ 2025 г. показывает, что ее агитационная кампания строится на оппозиции «мы — они», имеющей ярко вы-

раженный оценочный характер. Данная оппозиция реализуется в предвыборных материалах партии АдГ при помощи антитез, построенных на использовании антонимов и на противопоставлении местоимений *wir, alle, uns*, обозначающих «своих» и *sie, ander*, обозначающих «чужих», многочисленных повторах лексики, служащей для номинации базовых концептов немецкой культуры, грамматических параллелизмах, построенных по одной синтаксической модели с названием партии.

Необходимо отметить, что АдГ всегда была приверженцем четкого деления на «своих» и «чужих», но если в предвыборной кампании 2019 г. под «чужими» понимались мигранты и сторонники миграции (Гузь, Пигина 2020), то в предвыборной кампании 2025 г. «чужой» — это, в первую очередь, другие политические партии, противники АдГ на выборах. «Они» не заботятся о благополучии Германии, занимаясь проблемами других государств, экологическими проблемами, проблемами беженцев и мигрантов, приверженность «истинно немецким ценностям» выказывают только «мы» (члены АдГ и голосующие за АдГ).

С образом «они» в исследуемых текстах связываются концепты «страх», «борьба за существование», с образом «мы» — безопасность, уверенность в будущем, процветание, порядок. Признаками «они» являются деструктивная деятельность, нежелание решать насущные проблемы немцев, равнодушие к имиджу немцев, признаками «мы» — сохранение традиционных немецких ценностей, общее благо, экономический подъем, личная свобода и свобода выражения мнения.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии потенциального или явного конфликта интересов.

Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest, either existing or potential.

Вклад авторов

Авторы внесли равный вклад в подготовку статьи.

Author Contributions

The authors participated in writing the article equally.

Список литературы

- Балясникова, О. В. (2003) «Свой — чужой» в языковом сознании носителей русской и английской культур. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., Институт языкознания РАН, 22 с.
- Вежбицкая, А. (1999) *Семантические универсалии и описание языков*. М.: Языки русской культуры, 776 с.
- Гузъ, М. Н., Пигина, Н. В. (2020) Вербальный и визуальный компонент как отражение позиции «свой — чужой» в политической рекламе. В кн.: *Герценовские чтения. Иностранные языки*. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, с. 60–63.
- Гузъ, М. Н., Пигина, Н. В. (2024) Современная немецкая политическая карикатура (на материале карикатур К. Штуттманна). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, т. 17, № 8, с. 2967–2975 <https://doi.org/10.30853/phil20240422>
- Каган, В. Е. (2011) Homo Xenophobicus: психология «Своего и чужого». *Национальный психологический журнал*, № 2, с. 40–45.
- Лучицкая, С. И. (2000) Образ другого: опыт типологии. *Вестник Российского гуманитарного научного фонда*, № 1, с. 72–80.
- Медведева, Т. С. (2012) Концептуализация времени в немецкой и русской лингвокультурах. *Филология и человек*, № 4, с. 64–75.
- Попова, О. В. (2009) Особенности политической идентичности в России и странах Европы. *Полис. Политические исследования*, № 1, с. 143–157.
- Попова, О. В. (2018) Модели идентичности политических акторов в современной России. *Политическая наука*, № 2, с. 173–194.
- Поршнев, Б. Ф. (1979) *Социальная психология и история*. М.: Наука, 232 с.
- Ситникова, И. О., Смолоногина, Е. А. (2021) Влияние языковой гендерной политики на речевую практику в немецкоязычных странах. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, № 6 (848), с. 171–181. https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_6_848_171
- Степанов, Ю. С. (1997) *Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования*. М.: Языки русской культуры, 838 с.
- Туманова, Е. О. (2024) Как немцы видят себя: эпонимические выражения как средство формирования «мы-дискурса». *Политическая лингвистика*, № 1 (103), с. 96–105.

Sources

- Alternative für Deutschland*. (2025) [Online]. Available at: <https://www.afd.de/zeit-fuer-deutschland/> (accessed 21.01.2025). (In German)

References

- Balyasnikova, O. V. (2003) “Friend — stranger” in the linguistic consciousness of the speakers of Russian and English cultures. *Extended abstract of the PhD dissertation (Philology)*. Moscow, IL RAS, 22 p. (In Russian)
- Guz, M. N., Pigina, N. V. (2020) Verbal and visual components as the reflection of the “our own vs the alien” opposition in political advertising. In: *Herzen’s Readings. Foreign Languages*. Saint Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia Publ., pp. 60–63. (In Russian)
- Guz, M. N., Pigina, N. V. (2024) Contemporary German political cartoons (based on the cartoons by Klaus Stuttmann). *Philology. Theory & Practice*, vol. 17, no. 8, pp. 2967–2975. <https://doi.org/10.30853/phil20240422> (In Russian)
- Kagan, V. E. (2011) Homo Xenophobicus: The Psychology of “Self and Other”. *National Psychological Journal*, no. 2, pp. 40–45. (In Russian)
- Luchitskaya, S. I. (2000) The image of the other: The experience of typology. *Bulletin Russian foundation for the humanities*, no. 1, pp. 72–80. (In Russian)
- Medvedeva, T. S. (2012) Conceptualization of time in German and Russian linguistic cultures. *Philology & Human*, no. 4, pp. 64–75. (In Russian)
- Popova, O. V. (2009) Specific features of political identity in Russia and in European countries. *Polis. Political studies*, no. 1, pp. 143–157. (In Russian)
- Popova, O. V. (2018) Identity models of political actors in contemporary Russia. *Political science*, no. 2, pp. 173–194. (In Russian)
- Porshnev, B. F. (1979) *Social psychology and history*. Moscow: Nauka Publ., 232 p. (In Russian)
- Sitnikova, I. O., Smolonogina, E. A. (2021) The impact of language gender policies on speech practices in German-speaking countries. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, no. 6 (848), pp. 171–181. https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_6_848_171 (In Russian)

- Stepanov, Yu. S. (1997) *Constants. Dictionary of Russian culture. Research experience*. Moscow: Yazyki russkoj kul'tury Publ., 838 p. (In Russian)
- Tumanova, E. O. (2024) How Germans see themselves: Eonymic expressions as a means of forming "We-Discourse". *Political Linguistics*, no. 1 (103), pp. 96–105. (In Russian)
- Vezhbitskaya, A. (1999) *Semantic Universals and Language Description*. Moscow: Yazyki russkoj kul'tury Publ., 776 p. (In Russian)

Сведения об авторах

Гузь Мария Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры немецкой филологии, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена.

SPIN-код: 5084-5080, ORCID: 0000-0001-9726-7235, e-mail: mguz@rambler.ru

Пигина Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры немецкой филологии, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена.

SPIN-код: 7620-4663, ORCID: 0000-0001-5613-8912, e-mail: pigina@rambler.ru

Authors

Maria N. Guz, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of German Philology, Herzen State Pedagogical University of Russia.

SPIN: 5084-5080, ORCID: 0000-0001-9726-7235, e-mail: mguz@rambler.ru

Natalia V. Pigina, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of German Philology, Herzen State Pedagogical University of Russia.

SPIN: 7620-4663, ORCID: 0000-0001-5613-8912, e-mail: pigina@rambler.ru