**Чигашева Марина Анатольевна**

К.ф.н., доцент

заведующий кафедрой немецкого языка

МГИМО МИД России

**ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА СМИ ГЕРМАНИИ**

Политический дискурс представляет собой сложное коммуникативное явление, способное формировать общественное мнение и манипулировать им. Именно поэтому он привлекает пристальное внимание исследователей различных областей знания и, в первую очередь, лингвистов. Это вполне объяснимо, так как в его основе лежит текст, созданный при помощи средств того или иного языка. Арсенал этих средств может быть довольно разнообразным, особенно в текстах СМИ. Публицистические тексты экспрессивны, насыщены выразительными средствами, такими как метафора, идиоматика, игра слов, они могут содержать также элементы иронии и сарказма. Тексты СМИ динамичны, актуальны и воспринимаются участниками коммуникации в контексте происходящих событий. Кроме того, они ориентированы на широкие слои населения, информативны, институциональны, идеологически ориентированы, отчасти театрализованы, обладают национально-культурной спецификой.

 Как любой другой вид дискурса политический дискурс СМИ оперирует специфическими наименованиями, т.е. специальными лексическими единицами, понятными тем, кто занят в той же области или проявляет к ней определенный интерес. Сюда относятся собственно термины (обозначения организаций, должностей и др.), многочисленные сокращения, заимствования, антропонимы (имена конкретных людей). Особое положение в этом многообразии занимают деонимы, которые составляют особенность современного политического дискурса СМИ в немецком языке. Анализ их употребления в тексах СМИ общественно-политической тематики позволяет говорить о возможности перехода деонима в термин. Подобное явление не является исключительным. Об этом свидетельствуют примеры из других видов дискурса, например, кулинарного (салат оливье, пастеризовать, pasteurisieren), религиозного (лютеранство, Luthertum, Thomismus, Thomist), исторического (бироновщина, потемкинские деревни, lynchen, boykottieren), научно-технического (рентген, дизельный мотор, röntgen, Dieselmotor), военного (маузер, максим, беретта, Mauser, Junkers, Messerschmitt) и т.д. Возможно также утверждать, что некоторые деонимы, появившиеся впервые именно в дискурсе СМИ, в настоящее время представляют собой термины, обогатившие лексическое пространство немецкого языка.