

**რამაზ სვანიძე**

აკაკი წერელის სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
ქუთაისი, საქართველო

[Ramaz.svanidze@atsu.edu.ge](mailto:Ramaz.svanidze@atsu.edu.ge)

<https://doi.org/10.52340/lac.2024.09.40>

## პოლიტიკური პარტიების საარჩევნო სარეკლამო რგოლების შედარებითი ანალიზის შესახებ (2013 წლის საპარლამენტო არჩევნები)

**საკვანძო სიტყვები:** პოლიტიკური პარტიები, საარჩევნო სარეკლამო რგოლები, საპარლამენტო არჩევნები

მოხსენებაში განხილული იქნება მე-18 ბუნდესთაგის არჩევნების ფარგლებში გერმანული პარტიების მიერ წარმოდგენილი საარჩევნო სარეკლამო რგოლები. აღნიშნული არჩევნები ჩატარდა 2013 წლის 22 სექტემბერს. ქრისტიან-დემოკრატიულმა პარტიამ (ცდუ) და ქრისტიან-სოციალურმა კავშირმა (ცსუ) სოციალ-დემოკრატიულ პარტიასთან (სპდ) ერთად შეადგინეს კოალიციური მთავრობა. შესაბამისად, ანგელა მერკელის მესამე კაბინეტში სოციალ-დემოკრატიულმა პარტიამ შეცვალა თავისუფალი დემოკრატიული პარტია (ფდპ). ამ მოწვევის პარლამენტში კვლავ ოპოზიციას წარმოადგენდნენ გაერთიანება 90/მწვანეები და მემარცხენე პარტია. გერმანიისათვის ალტერნატიულმა პარტიამ (აფდ) დაარსების წელს ვერ მოახერხა ბუნდესთაგში შესვლა.

საარჩევნო რგოლი გრძელდება დაახლოებით ერთი წუთი და 30 წამი. ამ მოკლე ვიდეოფორმატში ცდილობდნენ პარტიები ამომრჩეველთან ძირითადი პოსტულატების მიტანას. დარწმუნებითი სტრატეგიები მოიცავს როგორც ენობრივ, ასევე ნონ- და პარავერბალურ საშუალებებს. რეჟისურის ნაწილს წარმოადგენს ასევე კამერის ხედი, რომელიც განავრცობს სათქმელს და ემოციურობის ასამაღლებად მარკირებას უკეთებს მულტიმოდალურ ტექსტს. თვისებრივი მეთოდის საშუალებით დადგინდა, რომელი მულტიმოდალური საშუალებები დომინირებს თითოეულ პარტიასთან, რომელი განაპირობებს ეფექტურ და მიზანზე ორიენტირებულ კომუნიკაციას.

საარჩევნო სარეკლამო რგოლების<sup>1</sup> სტრუქტურა შემდეგნაირად გამოიყურება:

<sup>1</sup> ენობრივი ნიმუშები აღებულია YouTube ვიდეორგოლებიდან (3./22./26.08.2013) და გამოყოფილია დახრილი შრიფტით. მახვილიანი სიტყვები ავტორის მიერ მუქადაა მონიშნული. ცდუ: <https://www.youtube.com/watch?v=Mk06yfbXQYg>, ცსუ: [https://www.youtube.com/watch?v=1VFstDizY\\_0](https://www.youtube.com/watch?v=1VFstDizY_0), ფდპ: <https://www.youtube.com/watch?v=qUrMdzPaB08>, სპდ: [https://www.youtube.com/watch?v=n\\_VBj\\_W5-Q\\_](https://www.youtube.com/watch?v=n_VBj_W5-Q_).

პარტია	ხანგრძლივობა	სიტყვების რაოდენობა	სიტყვები წამებში	სიტყვები წუთში	შედარებითი სიხშირე
სდპ (SPD)	1:19	266	3,37	202,2	0,187
აფდ (AfD)	1:30	243	2,7	162	0,170
გაერთიანება 90/მწვანეები (Bündnis 90/Die Grünen)	1:32	228	2,48	148,8	0,16
ცსუ (CSU)	1:00	136	2,27	136	0,095
მემარცხენე პარტია (Die Linke)	1:33	190	2,04	122,4	0,133
ფდპ (FDP)	1:30	173	1,92	115,2	0,121
ცდუ (CDU)	1:32	189	1,24	74,4	0,133
საერთო ჯამი		1425			

როგორც ცხრილიდან ჩანს, სპდ იყენებს ყველაზე მეტ სიტყვას წუთში, ფდპ და ცდუ ყველაზე ეკონომიურად მიმართავენ ვერბალურ მასალას. ერთ-ერთი განმარტებელი ფაქტორი, ალბათ, ისიცაა, რომ ვიდეორგოლებში მთავარი აქცენტი წამყვან კანდიდატებზეა გამახვილებული.

ვიდრე საარჩევნო სარეკლამო რგოლებს გავაანალიზებთ, მოკლედ მიმოვიხილავთ არსებულ კვლევებს. შიჰა და სკრობლიზი აღნიშნავენ, რომ საარჩევნო სარეკლამო რგოლები ნაკლებადაა შესწავლილი. აქედან გამომდინარე, ისინი გერმანიის პოლიტიკური პარტიების საარჩევნო სარეკლამო რგოლებს 2017 წლის საპარლამენტო არჩევნების ფარგლებში სხვადასხვა პერსპექტივიდან განიხილავენ:

Neben dem gesprochenen Wort und den gezeigten Bildern liegt der Fokus auch auf ästhetischen Elementen und der Interpretation im Gesamtkontext der Spots. Eine besondere Berücksichtigung finden neben strategischen Aspekten auch symbolische Elemente sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Spots. In einem abschließenden Fazit erfolgt eine vergleichende Zusammenfassung der Ergebnisse. (Schicha/Skroblied 2017: 3)

ჰაბშიდი და რუმანი მულტიმოდალურ ჭრილში იკვლევენ 2013 წლის საპარლამენტო არჩევნებისადმი მიძღვნილ ცსუ-სა და სპდ-ს სარეკლამო რგოლებს. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მკვლევრები აღნიშნული პარტიების ვიდეორგოლებს პრაქტიკულ ნაწილში ფრაგმენტულად განიხილავენ. (Habscheid/Rumann 2017: 627-650)

ქვემოთ გავაანალიზებთ ცდუ-სა და ფდპ-ს სარეკლამო რგოლებს 2013 წლის საპარლამენტო არჩევნების ფარგლებში. ცდუ კონცენტრირდება მთავარ კანდიდატზე ანგელა მერკელზე, რომელიც ოთახში შავი ფერის სავარძელში ზის. პირველ წინადადებაში ის

გაერთიანება 90/მწვანეები: <https://www.youtube.com/watch?v=NwOcVbGn7Qs>, მემარცხენე პარტია: <https://www.youtube.com/watch?v=LCvUFWHrbhs>, აფდ: <https://www.youtube.com/watch?v=uf63oBNVbk0>, 8.12.2023.

აქტიურებს საშიშროების ტოპოსს<sup>2</sup>, რადგანაც იყენებს გამონათქვამს „auf dem Spiel stehen“<sup>3</sup>: *Es gibt Momente, da steht viel auf dem Spiel, in der Eurokrise zum Beispiel.*[1] სიტყვის *Eurokrise* წარმოთქმისას ღიმილიანი სახე სერიოზული გამომეტყველებით ეცვლება. ახლო ხედი თანდათანობით გაზრდით გამოირჩევა. ეს მულტიმოდალური სტრუქტურა მეორე წინადადებაშიც გრძელდება: *Oft betreten wir auch Neuland.* [2] მესამე წინადადება სამ ნაწილად შეიძლება დაიყოს, რაც განსხვავებული ხედითაა გაფორმებული: 1. *Als Kanzlerin treffe ich Entscheidungen*, [გადიდებული ხედი] 2. *für unser Land*, [ახლო ხედი] 3. *für die Menschen in Deutschland*. [დეტალური ხედი] პირველ ორ სიტყვათა ჯგუფს ანგელა მერკელი დიდი სერიოზულობით წარმოთქვამს, მესამეს - ღიმილით. მომდევნო სცენაში აივანზე მდგომი პოლიტიკოსი ხელებს ერთმანეთზე გადააჭდობს. ამასთანავე მშენებარე ობიექტის ბუნდოვანი სურათია ნაჩვენები. ამ მოკლე ეპიზოდის შემდეგ ისევ სავარძელში გადაინაცვლებს. ანგელა მერკელი მიმართავს რეკურენციის ხერხს და იმეორებს ფრაზას *das Richtige. Ich muss sicher sein*, [მერკელი კადრს მიღმა] *dass wir auch das Richtige tun*. [ახლო ხედი] *Das Richtige ist nicht immer, was am lautesten gefordert wird*. [ახლო ხედი] *Das Richtige ist*, [ახლო ხედი] *was am Ende den Menschen hilft*. [გადიდებული ხედი] [4-6] კონსტრუქცია *x+muss+y* გამოხატავს აუცილებელ მიზეზს შემდგომი ქმედებისთვის. ანაფორის საშუალებით პოლიტიკოსი პოპულისტურ მოთხოვნებს იმპლიციტურად უპირისპირებს გონივრულ, პასუხისმგებლობით აღსავსე და შედეგზე ორიენტირებულ სამთავრობო ქმედებას. მომდევნო სცენაში ანგელა მერკელი ისევ აივანზე დგას და მშენებარე ობიექტს გაჰყურებს. მეშვიდე წინადადება ხედების მონაცვლეობით გამოირჩევა, რაც ვერბალურ ნაწილს მეტ დინამიზმს სძენს: *Deutschland steht heute* [მერკელი კადრს მიღმა] *gut da*: [ახლო ხედი] *eine starke Wirtschaft*, [გადიდებული ხედი] *mehr Menschen in Beschäftigung* [ახლო ხედი] *als je zuvor* [გადიდებული ხედი]. [7] ანგელა მერკელი ამ ნაწილს ერთობლიობის ტოპოსით აჯამებს: *Das haben* [ახლო ხედი] *wir gemeinsam geschafft* [გადიდებული ხედი]. [9] მეათე წინადადებაში პოლიტიკოსი საშიშროების ტოპოსს აფორმებს გამონათქვამით „etwas aufs Spiel setzen“<sup>4</sup> და წინადადების ჩარჩოს მიღმა მდგომი, განკერძოებული წინდებულიანი ფრაზით: *Das darf jetzt nicht aufs Spiel gesetzt werden* [ახლო ხედი] [პაუზა] *durch höhere Steuern und mehr Belastung* [გადიდებული ხედი]. [10] პირველი ნაწილი ორმაგადაა ნეგირებული: ნეგაციით *nicht* და არავერბალური საშუალებით - თავის აქეთ-იქეთ გაქნევით. წინდებულიანი ფრაზა ასევე ორმაგადაა მარკირებული - პაუზითა და ხედის ცვლილებით, რაც ემოციურ ეფექტს ზრდის. ამასთანავე ანგელა მერკელს აქვს ძალიან სერიოზული გამომეტყველება. გადიდებული ხედი და განსაკუთრებული სერიოზულობა მომდევნო წინადადებაშიც უცვლელი რჩება, რომელშიც არარეალური ვარაუდი ზმნური უარყოფითაა გადმოცემული: *Das wäre nicht gut für Deutschland*. [11]

ვიდეორგოლის კულმინაციას წარმოადგენს მე-ნაცვალსახელიანი პარალელური წინადადებები, რომელშიც მოთხოვნებია ჩამოყალიბებული: *Ich will [...]*. ეს სეკვენცია იწყება შემდეგი წინადადებით: *Ich will, dass wir auch* [დეტალური ხედი] *in Zukunft gemeinsam erfolgreich sind durch gute Arbeit und neue Ideen* [ახლო ხედი].[12] მოდალური ზმნა *wollen* კომბინირებულია მხოლოდობითი რიცხვის პირველ პირთან და ხაზს უსვამს ანგელა მერკელზე კონცენტრაციას გრამატიკულ დონეზე. აივანზე მდგომი მომღიმარი პოლიტიკოსის ხმა

<sup>2</sup> არგუმენტაციული ანალიზისთვის იხ. Wengeler (2012, 2003), Kienpointner (1996, 1992) და Egger (2006).

<sup>3</sup> „auf dem Spiel stehen: in Gefahr sein, verloren zu gehen, Schaden zu nehmen o. Ä.“ <https://www.duden.de/rechtschreibung/Spiel>, 14.01.2024.

<sup>4</sup> „etwas aufs Spiel setzen: (etwas [leichtfertig] riskieren, in Gefahr bringen.“ <https://www.duden.de/rechtschreibung/Spiel>, 14.01.2024.

სიყვარულით ჟღერს და უკანა ფონი დაბინდულია: *Ich will, dass wir ein faires Land sind* [გადიდებული ხედი, მერკელი საუბრობს ძალიან სერიოზული გამომეტყველებითა და ხმით]. [13] *Ich will ein Land*, [გადიდებული ხედი] *in dem die Stärkeren den Schwächeren helfen* [ახლო ხედი]. [14] *Ich will ein Land, in dem die belohnt werden, die etwas leisten* [ახლო ხედი]. [15] *Ein Land, in dem wir unseren Kindern die besten Chancen bieten* [გადიდებული ხედი]. [16] უნდა აღინიშნოს, რომ *ein faires Land* პოლიტიკოსისთვის, პირველ რიგში, ნიშნავს სოციალურ სახელმწიფოს, რომელშიც მზრუნველობა და მხარდაჭერა არავის აკლია. [12-16] მე-16 წინადადებაში შეგნებულად არ არის გამოყენებული მოდალურ ზმნიანი კონსტრუქცია *Ich will...*, რაც ემოციურ ზეგავლენას ზრდის. ეს ემოციური მუხტი მცირეხნიანი, არავერბალური პაუზისას დეტალური ხედითაა მარკირებული. მე-17 წინადადება აჯამებს მოდალურ ზმნიან კონსტრუქციებს და ამზადებს დირექტიულ სამეტყველო აქტს: *Das ist mein Ziel als Kanzlerin* [გადიდებული ხედი]. [17] *Dafür bitte ich Sie um Ihre Unterstützung* [ახლო ხედი]. [18] ახლო ხედი ხაზს უსვამს პოლიტიკოსის ჟესტიკულაციას, რაც მის ენერგიულ და გამბედავ ხასიათს კიდევ უფრო წარმოაჩენს. შემდეგ წინადადებას ანგელა მერკელი კადრს მიღმა ამბობს: *Am 22. September mit beiden Stimmen für die CDU*. [19] ნომინალური ფრაზა *Beide Stimmen* ვიზუალურ დონეზეც მარკირებულია. დიდი თეთრი ასოებითაა დაწერილი ფორთოხლისფერ ფონზე. ცდუ გამოსახულია პატარა წითელი ასოებით თეთრ ფონზე და გვერდით წარმოდგენილია ნაციონალური სიმბოლიკა - გერმანიის დროშა. სლოგანი *Gemeinsam erfolgreich* დაწერილია წვრილი შავი დახრილი ასოებით. ვიდეორგოლის ბოლოს ანგელა მერკელი წარმოთქვამს მის ცნობილ გამონათქვამს *Gemeinsam schaffen wir das* [ახლო ხედი] [20], რომელიც დაკავშირებულია ამავე ვიდეორგოლში გაჟღერებულ იმავე ფრაზასთან წარსულ დროში *Das haben wir gemeinsam geschafft*. ამ ხერხით პოლიტიკოსი აკავშირებს აწმყოსა და მომავალში განსახორციელებელ მოქმედებას წარსულში განხორციელებულ წარმატებულ ქმედებებთან, რითაც მიღწეულია შედეგზე ორიენტირებული, დროში განფენილი კონტინუუმი. ახლო ხედი წარმოაჩენს ანგელა მერკელის მიმიკას. ის თბილი, იმედით აღსავსე ხმითა და გაბრწყინებული თვალებით წარმოთქვამს ბოლო ფრაზას.

ცდუ-ს საარჩევნო სარეკლამო რგოლის საპირისპიროდ ფდპ-ს ვიდეორგოლი იწყება პანორამული ხედით. სურათები (მზის ამოსვლა, მწვანე მდელო, სოფლის ხედი უკანა ფონზე, სატელევიზიო ანძა ალექსანდერპლაცზე, მეგაპოლისი, ამწეები, ნავსადგური ამწეებით) ქმნის პოზიტიურ ატმოსფეროს. ვიზუალური დასაწყისი ამზადებს ფონს სამთავრობო მოღვაწეობის დადებითი ანგარიშისთვის, რომელსაც წარადგენს კადრს მიღმა მოსაუბრე მამაკაცის ხმით: *1, 6 Millionen neue Arbeitsplätze in vier Jahren. Jährliche Exporte in Höhe von 1000 Milliarden Euro. Ausgeglichener Haushalt schon 2014. Deutschland geht es gut*. [1-4] პანორამული ხედი აჩვენებს ნავსადგურს ამწეებით. ამ კადრს მოსდევს ნახევრად ტოტალური ხედი, რომელიც წარმოადგენს შენობაში მოსიარულე ადამიანებს. ტოტალური ხედით ნაჩვენებია ადამიანები, ასევე ყვითელი და თეთრი ფერის ტრამვაი მეგაპოლისში. [1] ნახევრად ტოტალური ხედით შემდეგი სცენებია წარმოჩენილი: შემდუღებელი აწარმოებს შესადუღებელ სამუშაოებს. ამწე ტვირთავს კონტეინერებს, რომლებიც სატვირთო გემს გადააქვს. [2] დეტალური ხედით ნაჩვენებია ზემოთკენ მოძრავი საფონდო ბირჟის მრუდეები. ამერიკული, ნახევრად ახლო და ახლო ხედით ინსცენირებულია ყოველდღიური სიტუაცია ფერმერთა ბაზარსა და საცხოვში. [3-4]

პოზიტიური შესავლის შემდეგ წარმოდგენილია მთავარი კანდიდატი რაინერ ბრიუდერლე საუზმობისას საცხოვრის კაფეში. პოლიტიკოსს უკეთია ყვითელი ფერის ჰალსტუხი. ის მოსვამს ყავას და ფინჯანს დებს სასაუზმე მაგიდაზე. ნაწილისა და მთელის

მიმართების პარადიგმის ფარგლებში რაინერ ბრიუდერლე აყალიბებს არგუმენტს და აგრძელებს კადრს მიღმა მოსაუბრის სემანტიკურ ჯაჭვს: *Ich möchte, dass es auch Ihnen gut geht.* [5] მახვილი პირის ნაცვალსახელებზე, გადიდებული ხედით ნაჩვენები პოლიტიკოსის მიმიკა (ღიმილი, თავის დაქნევა, წარბების აწევა) დაპირების შესრულების გარანტიას იძლევა. [5] კადრს მიღმა მოსაუბრე აღწერს გზასა და დაპირების ადრესატებს: *Der Wohlstand muss bei den Menschen ankommen, die ihn täglich schaffen. Bei Ihnen.* [6-7] ვიდეორგოლში ვხედავთ გამყიდველს ყვავილების მაღაზიაში, შემდუღებლებს, მშენებელს, კონსტრუქტორს [6-8] პოლიტიკოსი აგრძელებს სემანტიკურ ჯაჭვს. ამასთანავე უნდა ითქვას, რომ მუქად მარკირებული სიტყვები ემოციურ დონეზე ოპოზიციურ წყვილს წარმოადგენს: *Ein Handwerker, Facharbeiter, [რაინერ ბრიუდერლე კადრს მიღმა] eine Designerin [ახლო ხედი] – also die Mitte in Deutschland ist in den Augen von Rot-Grün reich.* [გადიდებული ხედი]. [8] გადიდებული ხედი მთელი ემოციურობით წარმოაჩენს რაინერ ბრიუდერლეს სერიოზულ გამომეტყველებას, რასაც ემატება გაბრაზების ნიშნად ზემოთ აწეული წარბები: *Das ist Unsinn.* [9] მომდევნო წინადადებაში კონტექსტის ჩვენების მიზნით გადიდებული ხედი ახლო ხედში გადადის, რომელსაც დეტალური ხედი ცვლის. ბოლო ცვლილება ფრაზეოლოგიზმით გამოწვეულ ემოციას ზრდის და ვიზუალურად წარმოადგენს ხატოვან გამონათქვამს: *Menschen, die hart arbeiten, denen darf man [ახლო ხედი] nicht die Butter vom Brot nehmen* [კადრში ჩანს ერთ ნაჭერ შავ პურზე კარაქის გადასმა, დეტალური ხედი]. [10] ონლაინ-ლექსიკონში მყარი გამონათქვამი „jemandem die Butter vom Brot nehmen“ შემდეგნაირად არის ახსნილი: „einer Person etwas Wichtiges wegnehmen.“<sup>5</sup> შესაბამისად, გასაგებია ის ემოცია, რომელიც აღნიშნული სცენის მულტიმოდალურ წარმოჩენას უკავშირდება. ვიდეორგოლის კულმინაცია იწყება დაპირებით: *Mit der FDP gibt es keine neuen Steuern* [გადიდებული ხედი], *keine Steuern auf die Steuern.* [ახლო ხედი] [11] ამის შემდეგ ფორმულირებულია დანარჩენი დაპირებები კადრს მიღმა მოსაუბრის მიერ: *Der Mittelstand wird entlastet. Der Soli wird abgeschafft. Löhne und Renten werden weiter steigen. Der Euro bleibt sicher. Privates bleibt privat. Bildung und Aufstieg bleibt für jeden erreichbar.* [12-17] როგორც მარკირებიდან ჩანს, უმეტესწილად არსებითი სახელები ატარებენ მთავარ მახვილს. ვიზუალური მხარე შემდეგნაირად გამოიყურება: მოხუცი დურგალი სახელოსნოში, ორი კარგ ხასიათზე მყოფი ქალი საყიდლების ჩანთებით, კმაყოფილი პენსიონრები შვილიშვილთან ერთად, ახალგაზრდა ბედნიერი წყვილი რესტორანში, მხიარული ახალგაზრდები სმარტფონით საზოგადოებრივ ტრანსპორტში, მეცნიერი კვლევისას და სამი სტუდენტი ქალი მიგრაციული ფონით. გარდა ამისა უნდა აღინიშნოს, რომ დაგეგმილი პოლიტიკური რეფორმები პასიური პარალელური კონსტრუქციებით არის ვერბალიზირებული. პოლიტიკური კურსის სტაბილურობა ლექსიკური პარალელიზმებით *x bleibt y* გადმოიცემა. [12-17] გრამატიკული და ლექსიკური პარალელიზმების სეკვენცია შეჯამებულია მე-18 წინადადებაში კადრს მიღმა მოსაუბრის მიერ: *Deutschland bleibt stark.* ეს გამოთქმა იმპლიციტურად მოიაზრებს, რომ გერმანია წარმატებული სახელმწიფოა და თუ ამომრჩევლები სწორ გადაწყვეტილებას მიიღებენ, წარმატების ისტორია გაგრძელდება.

რაინერ ბრიუდერლე აკრიტიკებს მოწინააღმდეგე პარტიებს: *Rot-Rot-Grün ist nicht das Gelbe vom Ei.* [19] პოლიტიკოსი იყენებს სასაუბრო მეტყველების გამონათქვამს „[nicht] das Gelbe vom Ei sein“, რომელიც ონლაინ დუდენის მიხედვით შემდეგნაირად არის

<sup>5</sup> „jemandem die Butter vom Brot nehmen“ beim Online-Wörterbuch Wortbedeutung.info (21.1.2024) URL: [https://www.wortbedeutung.info/jemandem\\_die\\_Butter\\_vom\\_Brot\\_nehmen/](https://www.wortbedeutung.info/jemandem_die_Butter_vom_Brot_nehmen/)

განმარტებული: „[nicht] das Beste, Vorteilhafteste sein.“<sup>6</sup> ნეგატიური კამპანია<sup>7</sup>, რომელიც შემდგომში დაწვრილებით იქნება წარმოდგენილი, იმპლიციტურად მიუთითებს, რომ მოწინააღმდეგე პარტიების არჩევამ შეიძლება სახელმწიფო არასტაბილურობამდე მიიყვანოს.

მომდევნო სეკვენციის შესავალ ნაწილში ახლო ხედი გადადის გადიდებულ ხედში, რითაც მეორე კულმინაციური წერტილია ვიზუალურად მარკირებული: *Sie haben am 22. September die Wahl.* [20] რაინერ ბრიუდერლე აყალიბებს არგუმენტებს ოპოზიციური წყვილების სახით, რომლებშიც მოწინააღმდეგის პოზიცია ნეგატიურად და საკუთარი პოზიტიურადაა წარმოდგენილი. ანაფორები ემოციურ დაძაბულობას კიდევ უფრო მეტად ამძაფრებს: *Rot-Rot-Grüne Schuldenmachelei* [გადიდებული ხედი] *oder solide Finanzen.* [ახლო ხედი] [21] *Rot-Rot-Grüne Steuererhöhung oder Entlastung.* [ახლო ხედი] [22] *Rot-Rot-Grüne Bevormundung* [ახლო ხედი] *oder persönliche Freiheit.* [გადიდებული ხედი] [23] ანაფორული სეკვენცია *Nur mit uns* აჯამებს წინა ეპიზოდის მოჩვენებით ალტერნატივებს, რომელსაც კადრს მიღმა მოსაუბრე და რაინერ ბრიუდერლე ერთად წარმოადგენენ: [კადრს მიღმა მოსაუბრე] *Nur mit uns gibt es vier weitere gute Jahre.* ამავდროულად ნაჩვენებია, როგორ ატარებენ მშობლები შვილებთან თავისუფალ დროს. ვიზუალური სურათ-ხატები ალტერნატივის არარსებობის დატანებითი მარკერია. [24] რაინერ ბრიუდერლე მთელ ემოციურ მუხტს დებს დასკვნით ფრაზაში: *Nur mit uns,* [ახლო ხედი] *bleibt Deutschland stark.* [გადიდებული ხედი] [25] კადრს მიღმა მოსაუბრე წარმოთქვამს ფდპ-ს სლოგანს: *Nur mit uns. FDP,* რომელიც წერილობითი სახითაც არის წარმოდგენილი. წერილობითი ტექსტი სამი კომპონენტისგან შედგება: 1. *Nur mit uns.* 2. *FDP.* 3. *Die Liberalen.* პირველი და მესამე ნაწილი ყვითელი ფერითაა წარმოდგენილი ლურჯ ფონზე, მეორე ნაწილი - ლურჯი ფერით ყვითელ ფონზე. [26] აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ყვითელი ფერი ამ ვიდეორგოლში მკვეთრად დომინანტია. ეს გასაგებია, რადგან ეს პარტია, ძირითადად, ამ ფერთან ასოცირდება, თუმცა ლურჯიც მნიშვნელოვანია. (შდრ. Baron 2010) ბოლო ფრაზას რაინერ ბრიუდერლე კადრს მიღმა და კადრში წარმოთქვამს: *Übrigens:* [კადრს მიღმა] *Zweitstimme FDP.* [გადიდებული ხედი] [27] პირველ ნაწილში პოლიტიკოსი წიწაკის კონტეინერსა და სამარილეს ერთად დგამს მაგიდაზე. ისინი სიმბოლურად პირველ და მეორე ხმას გამოხატავენ. რადგანაც მეორე ხმა გადამწყვეტი მნიშვნელობისაა, ის მარკირებულია როგორც პარავერბალურად, ასევე ვიზუალურად. პოლიტიკოსის ხმა თბილად ჟღერს. პირველ სტრიქონში წერია სლოგანი, რომელიც ზემოთ იყო გაანალიზებული. მეორე სტრიქონში ჩანს X ნიშანი, მეორე ხმა და *FDP* თეთრი შრიფტით ვარდისფერ ფონზე, რაც ასევე ამომრჩევლისადმი მოწოდებას შეიცავს.

მუსიკა ორივე ვიდეორგოლში გაფორმებულია მხიარული ელემენტებით, რომლებიც სასიამოვნო სიტუაციას ქმნის.

შეჯამების სახით შეიძლება დავასკვნათ, რომ ვიდეორგოლებში პარტიები ცდილობენ მოიპოვონ ამომრჩეველთა ხმები. საარჩევნო სარეკლამო რგოლის დროითი ლიმიტი შეადგენს დაახლოებით 1 წუთსა და 30 წამს. სპდ მიმართავს ყველაზე მეტ სიტყვას წუთში, ბოლო ადგილზე დგას ფდპ და ცდუ. დროის შეზღუდულობის გამო დარწმუნებითი სტრატეგიები გაფორმებულია როგორც ვერბალური, ნონ- და პარავერბალური საშუალებებით, ასევე კამერის ხედით. ეს სხვადასხვა დონეები კოორდინირებულად გამოიყენება აქტიორების მიერ. ცდუ-ს შემთხვევაში ამ ფაქტორებმა წარმატება განაპირობა, რადგანაც, უპირველეს ყოვლისა, წამყვანი კანდიდატის ცნობადობაზეა აქცენტი გაკეთებული. შესაბამისად, ვიდეორგოლის

<sup>6</sup> [https://www.duden.de/rechtschreibung/Gelbe\\_Eigelb](https://www.duden.de/rechtschreibung/Gelbe_Eigelb), 27.01.2024

<sup>7</sup> ნეგატიურ კამპანიასთან დაკავშირებით იხ. Stuckelbeger 2019, Wehling 2009.

დინამიკურობა მხოლოდ ანგელა მერკელთანაა დაკავშირებული. ასევე აღსანიშნავია, რომ უმეტესწილად თავიდან იქნა არიდებული ნეგატიური კამპანია.

### ლიტერატურა

1. Baron, Sascha: Politische Farbenlehre. 29.06.2010. <https://www.dw.com/de/vom-image-der-deutschen-parteien/a-5739926>, 2.02.2024.
2. Eggler, Marcel: Argumentationsanalyse textlinguistisch. Argumentative Figuren für und wider den Golfkrieg von 1991. Tübingen: Niemeyer, 2006.
3. Habscheid, Stephan/Rumann, Horatiu: Wahlsports. In: Niehr, Thomas; Kilian, Jörg; Wengeler, Martin (Hrsg.): Handbuch Sprache und Politik. Bremen: Hempen, 2017. S. 627-650.
4. Kienpointner, Manfred: Vernünftig argumentieren. Regeln und Techniken der Diskussion. Reinbek: Rowohlt, 1996.
5. Kienpointner, Manfred: Alltagslogik. Struktur und Funktion von Argumentationsmustern. Stuttgart-Bad Cannstatt: frommann-holzboog, 1992.
6. Negenborn, Daniel: Die Einstellungsgröße. 13.03.2019. <https://www.filmmachen.de/film-grundlagen/bildgestaltung/einstellungsgroesse>, 15.12.2023.
7. Schicha, Christian; Skroblied, Miriam: Politik im Spot-Format – Rekonstruktion und Analyse von Wahlwerbesspots ausgewählter Parteien zur Bundestagswahl 2017, Forschungspapier, 2017. Erschienen auf: [regierungsforschung.de](http://regierungsforschung.de)
8. Stuckelbeger, Simon. 2019. “Mobilizing and Chasing: The voter targeting of negative campaigning — Lessons from the Swiss case.” Party Politics. Published electronically 28 May 2019. doi: <https://doi.org/10.1177/1354068819852252>
9. Wehling, Elisabeth: Politische Kommunikation, die ankommt. Eine neuro-linguistische Analyse des EU-Wahlkampfes. Friedrich Ebert Stiftung. 2009.
10. Wengeler, Martin: Topos und Diskurs – Möglichkeiten und Grenzen der topologischen Analyse gesellschaftlicher Analysen. In: Warnke, Ingo H. (Hrsg.): Diskurslinguistik nach Foucault: Theorie und Gegenstände. Berlin, New York: de Gruyter, 2012. S. 165-186.
11. Wengeler, Martin: Topos und Diskurs. Begründung einer argumentationsanalytischen Methode und ihre Anwendung auf den Migrationsdiskurs (1960 - 1985). Tübingen: Niemeyer, 2003.
12. ცაგარელი, ლევან (2010) ლიტერატურა და კინოხელოვნება. [Teaching Resource] <http://eprints.iliauni.edu.ge/1800/>, 10.12.2023.

**Ramaz Svanidze**

Akaki Tsereteli State University  
Kutaisi, Georgia

<https://doi.org/10.52340/lac.2024.09.40>

## On the comparative analysis of election commercials of political parties (2013 parliamentary elections)

### Abstract

The report discusses the election commercials of the German parties within the framework of the 18th Bundestag elections. The aforementioned elections took place on September 22, 2013. The

election commercial lasts approximately one minute and 30 seconds. The SPD used the most words per minute, the FDP is in the second place to last and is followed by the CDU. As part of the multimodal analysis, CDU and FDP election commercials are analyzed in detail. In this short video format, the parties tried to bring their main postulates to the voters. The persuasion strategies were designed verbally as well as non-verbally and paraverbally. The directing also includes the camera view, which marks and complements multimodal codes to increase emotionality. The qualitative method is used to determine which multimodal means dominate the parties and which factors ensure effective and goal-oriented communication.