

ანიმაციური ფილმების მულტიმოდალური ანალიზის შესახებ

რამაზ სვანიძე

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ქუთაისი, საქართველო
e-mail:ramaz.sva@gmail.com

<https://doi.org/10.52340/lac.2026.11.36>

მოხსენებაში განხილული იქნება მესამე ბუნდესტაგის (15. 09. 1957) არჩევნების ფარგლებში გერმანიის სოციალ-დემოკრატიული პარტიისა (SPD) და ქრისტიან-დემოკრატიული კავშირის (CDU) მიერ წარმოდგენილი ანიმაციური ფილმები. ეს ის პერიოდია, როცა ქვეყანამ ნაწილობრივ დააღწია თავი მეორე მსოფლიო ომის მიერ გამოწვეულ კატასტროფას და თანმიმდევრული პოლიტიკის შედეგად დაადგა შეუქცევად აღმშენებლობას. პოლიტიკური სტაბილურობა ეკონომიკურ კეთილ-დღეობაზე აისახა.

პოლიტიკური ენა, კერძოდ, საარჩევნო კომუნიკაცია მნიშვნელოვანი საანალიზო ობიექტია, რადგან ის განაპირობებს, რომელი პარტია მართავს ოთხი წლის განმავლობაში სახელმწიფოს. ანიმაციური ფილმი საარჩევნო კამპანიის ერთ-ერთი საინტერესო კომპონენტია. ამ საკითხთან დაკავშირებით აღსანიშნავია ა. როოკის მოსაზრება, რომელიც ხაზს უსვამს საარჩევნო პროცესის მნიშვნელობასა და მისი ანალიზის აუცილებლობას: „Wenn aber Wahlen und Wahlkämpfe wesentlicher Bestandteil von Demokratien sind, und wenn sie obendrein das tägliche Leben der Bevölkerung deutlich beeinflussen, dann darf dieser Bereich nicht unverstanden vonstattengehen, sondern muss möglichst umfassend und aus unterschiedlichen Perspektiven beschrieben und erklärt werden.“ [Roock 2011: 17] ქრ. შოირლი მიუთითებს საარჩევნო სარეკლამო რგოლის „მუდმივ ცვალებადობაზე“ [Scheurle 2009: 87], რაც მის კვლევას საინტერესოს ხდის.

ანიმაციური ფილმები მოკლე ქრონომეტრაჟით გამოირჩევა და მათი ხანგრძლივობა 2 წუთსა 49 წამს არ აღემატება. შესაბამისად, თითოეული გამომსახველობითი საშუალება უნდა იყოს კარგად გათვლილი. თვისებრივი მეთოდის დახმარებით გამოვლინდება მულტიმოდალური საშუალებები, რომლებსაც ანიჭებენ პარტიები უპირატესობას საკუთარი სათქმელის ამომრჩეველთან უკეთ მისატანად. ჰ.შტიოკლი მიუთითებს სხვადასხვა სიმბოლოს მთლიანობაში შესწავლის მნიშვნელობაზე: „Texte sind heute überwiegend Konglomerate verschiedener Zeichensysteme. Der Gebrauch der Zeichenressource Sprache wird durch Bilder, Textgraphisches, Musik, Geräusche etc. ergänzt, geprägt und überformt. Schrift in der Fläche favorisiert das gedruckte Bild, wobei bereits der typographischen Gestaltung eines Textes, d.h. seiner gesamten textgraphischen Realisierung, ein starkes bildliches Moment zukommt.“ [Stöckl 2004: V] თ. ნირი ასევე დარწმუნებულია მულტიმოდალური კვლევების აუცილებლობაში: „Insbesondere die Berücksichtigung von Bildmaterial – etwa bei der Analyse von Parlamentsdebatten, Nachrichtensendungen und Talkshows – machte zunehmend deutlich, dass eine Beschäftigung allein mit den sprachlichen Anteilen der Kommunikation defizitär ist. Vor diesem Hintergrund entstanden Studien, die sich intensiver mit dem Zusammenspiel von Bildern und Texten befassen.“ [Niehr 2014: 47]

გარდა ამისა სხვა ასპექტებიც საგულისხმოა: ქ. ი. ჰიცფელდი აღნიშნავს „დიაქრონული“ კვლევის სირთულეს, რადგან ის მოითხოვს სოციოკულტურული ფაქტორების გათვალისწინებას: „Dies ist ein Problem, das die diachrone Beschäftigung mit Sprache jedoch immer mit sich bringt, da es zu jeder Zeit außersprachliche Bezugspunkte für Gesagtes gibt, die wenn überhaupt nur spekulativ erschlossen werden können.“ [Hitzfeld 2010: 140] მსგავს მოსაზრებას გამოთქვამენ შტ. ჰაბშიდი და ჰ. რუმანი [Habscheid/ Rumann 2017: 640], ე. ველინგი. [Wehling 2009: 8] ასევე მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული თ. ნირის თვალსაზრისი, რომ პოლიტოლინგვისტური კვლევა „აღწერით“ ხასიათს ატარებს: „Die Politolinguistik dagegen versteht sich als Teil der deskriptiven Linguistik, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, sprachliche Phänomene zu beschreiben und zu erklären, ohne sie jedoch einer Wertung zu unterziehen.“ [Niehr 2014: 18]

პირველ რიგში, წარმოდგენილი იქნება 1957 წლის ბუნდესტაგის არჩევნების სოციოკულტურული კონტექსტი: არჩევნებში მოსახლეობის 87, 8 %-მა მიიღო მონაწილეობა. კავშირის პარტიებმა ხმათა აბსოლუტური უმრავლესობა მოიპოვეს პარლამენტში (50, 2 %), რაც წინა არჩევნებთან მიმართებით 5 %-ით მეტი იყო. ამ უპირატესობის მიუხედავად CDU-CSU-მ კოალიცია შექმნა გერმანულ პარტიასთან (3,4 %). მართალია, SPD-მ 3 %-ით მეტი ხმა აიღო, თუმცა ეს მაინც მძიმე მარცხს ნიშნავდა. შესაბამისად, SPD (31, 8 %) და თავისუფალი დემოკრატიული პარტია (FDP) 7,7 %-ით ოპოზიციაში აღმოჩნდა. კავშირის წარმატება რამდენიმე ხელსა-ყრელმა ფაქტორმა განაპირობა: კონრად ადენაუერის (KA) პოლიტიკის შედეგად ზაარლანდის, როგორც მათე ფედერალური მიწის, შეერთება გერმანიის ფედერა-ციულ რესპუბლიკასთან (1.01.1957), 1956 წელს სახალხო ამბოხება უნგრეთში და საბჭოთა კავშირის რეაქცია, საპენსიო რეფორმა (1957).²

შემდგომში განხილული იქნება 1957 წლის ბუნდესტაგის არჩევნების ფარგლებში პოლიტიკური მეინსტრიმის პარტიების მიერ წარმოდგენილი ანიმაციური ფილმები³ მულტიმოდალური თვალსაზრისით: პირველი სამი სარეკლამო რგოლი CDU-ს მიერაა შექმნილი. ანიმაციური ფილმი „Herr Schmitz“ რეციპიენტს თავაზობს ზღაპრისთვის დამახასიათებელ დასაწყისს „Es war einmal“ და ოპოზიციურ სკრიპტს *კეთილდღეობა და საშინელი წარსული*. ეს უკანასკნელი აისახება სემანტიკურ დაპირისპირებებში, ვერბალურ

¹ ქრისტიანულ-სოციალური კავშირი.

² „Bundestagswahl 1957“: <https://www.tagesschau.de/wahl/archiv/1957-09-15-BT-DE/index.shtml>, <https://www.hdg.de/lemo/kapitel/geteiltes-deutschland-gruenderjahre/weg-nach-westen/bundestagswahl-1957.html>, <https://www.konrad-adenauer.de/seite/bundestagswahl-1957>, მოძიებულია 2026 წლის 10 იანვარს.

³ ენობრივი მაგალითები ამოღებულია ანიმაციური ფილმებიდან, რომლებიც მოძიებულია 2026 წლის 11 იანვარს, და მონიშნულია ბრჭყალებით: CDU-Wahlwerbespot „Herr Schmitz“. 2015. YouTube ვიდეო, 1:42. <https://www.youtube.com/watch?v=LnXv6leUrsU&list=PLvIpf6ykOJs-34UghcPmnCJdOct-k7aEF>;

CDU-Wahlwerbespot „Keine Experimente“ (1957). 2015. YouTube ვიდეო, 2:49. <https://www.youtube.com/watch?v=CyH49o5uQ5Q&list=PLvIpf6ykOJs-34UghcPmnCJdOct-k7aEF&index=2>; CDU-Wahlwerbespot „Der Wirtschaftswunderbaum“. 2015. YouTube ვიდეო, 2: 26. <https://www.youtube.com/watch?v=6HGIEBbyJO4>;

Wahlfilm "Woher - wohin" (1957). 2008. YouTube ვიდეო, 1:54. <https://www.youtube.com/watch?v=mLrEj71n7IU&list=PLvIpf6ykOJs-34UghcPmnCJdOct-k7aEF&index=8>; Bundestagswahl 1957, SPD-Kino-Spot. 2007. YouTube ვიდეო, 0:54. https://www.youtube.com/watch?v=xpVwsig1Hyg&list=PL_N7cEtie52nrOcpDGFxYw4x0CVrgxPQ-&index=7; Wahlfilm „Sicherheit für alle“ (1957). 2008. YouTube ვიდეო, 1:35.

<https://www.youtube.com/watch?v=Kqt1LNxETeW&list=PLvIpf6ykOJs-34UghcPmnCJdOct-k7aEF&index=3>; Wahlfilm „Das Windei“ (1957). 2008. YouTube ვიდეო, 0:54.

<https://www.youtube.com/watch?v=zVHHP8l2Rfo&list=PLvIpf6ykOJs-34UghcPmnCJdOct-k7aEF&index=5>.

და ვიზუალურ ოპოზიციურ წყვილებში და ნეგაციურ ფორმებში: „Rad gefahren“ – „Motor“, „nicht mehr Ahornblätter“ - „Zigarre“, „vorm Fenster nicht mehr Bretter“ - „Denn auf dem ganzen Lebenslauf sowie am Bauch ging es bergauf.“ ვიზუალური დონე თვალსაჩინოდ წარმოადგენს და აზუსტებს ვერბალურ ასპექტს, რაც გარკვეულ ინფორმაციულ სიჭარბეს განაპირობებს და დამატებით აძლიერებს ინტერესთა კონფლიქტს: პირველ სცენაში მოწყენილი და გამხდარი მოქალაქე ველოსიპედით ჩაუვლის ბნელ შენობებს. მეორე სცენაში ის მხიარული და ელეგანტურად ჩაცმულია, მოტოციკლით მგზავრობს ნათელი შენობებისა და მომუშავე საწარმოების ფონზე. საყურადღებოა სიღარიბისა და კეთილდღეობის გამომხატველი სხვა სურათ-ხატების დაპირისპირება: ნეკერჩხლის ფოთლებისგან დამზადებული სიგარეტი, ღარიბული ოთახი - სიგარა, წიგნის კითხვა სასიამოვნო გარემოში. ღამისა და ავადმყოფობის მეტაფორები მიანიშნებენ მძიმე წარსულზე: „Zeit der Schieber, an Fettdekaden, Fleischersatz und an die Arbeit für die Katz“. გამონათქვამი „Arbeit für die Katz“ აძლიერებს ნეგატიურ შეფერილობას. ვიზუალურ დონეზე შემდეგი სურათები დომინირებს: მძინარე მოქალაქე, შავი ბაზრის მოვაჭრეები, უსაფრთხოების სამსახურის წარმომადგენელი, მომლოდინე ადამიანთა რიგები, მცენარეული საკვები. ვიდეორგოლის ქარგა გრძელდება ანტითეტური სურათ-ხატებით: Reise „in vollen Zügen“ – „mit dem stabilen Geld“ in einem komfortablen Einzelabteil, „Hunger“ – „geschätzt im Ausland“. ადვერსატიული კავშირით „doch“ შემოდის საწინააღმდეგო დისკურსი. ერის ოლენჰაუერის [EO] ფიგურას უჭირავს ჩასაბერი ინსტრუმენტი და ბუმტი წარწერით „Wende in der Politik“, რაც ბატონ შმიცს აშინებს. ლექსემები „Wende“ და „wendet“ ასოცირდება მნიშვნელობასთან „rückwärtsgehen“, კერძოდ, მეორე მსოფლიო ომის შემდეგდროინდელ კატასტროფულ მდგომარეობასთან. ეს მეტაფორა დამატებით კოდირებულია ვიზუალურ დონეზეც, EO ზურგშექცევით მიდის. ვიდეორგოლის კულმინაციაში ბედნიერი და კმაყოფილი პროტაგონისტი საარჩევნო ბიულეტენზე, რომელზეც გამოსახულია „ADENAUER CDU“, სასურველ არჩევანს აფიქსირებს. სასაუბრო მეტყველების წარმოთქმა და გამონათქვამები საარჩევნო გზავნილის სიცხადეს ემსახურება: „Heut“, „gemachter Mann“¹, „dran“², „Schieber“³, „für die Katz“⁴, „der“⁵.

მეორე ანიმაციური სარეკლამო რგოლი „Keine Experimente“ პარტიის პოლიტიკურ კურსსა და ბუნდესკანცლერის მმართველობის სტილს დადებითად წარმოაჩენს. ვიდეორგოლი იწყება ანტითეტური კონცეპტით: შავ ტანსაცმელში ჩაცმული პირები მიიპარებიან შენობისკენ, კარგ ხასიათზე მყოფი KA კი ბერკეტებსა და გადამრთველებს მართავს. დასაწყისის საკვანძო სიტყვებია „NATO/ ein/ aus/ F/R/I/E/D/E/N“. პირველ ვერბალურ სცენაში კანცლერი დახასიათებულია ნომინალური და პარტიციპიალური ფრაზებით, მაღალი ღირებულების მქონე სიტყვებით: „ein kluger Mann“, „verehrt als tüchtiger Verwalter“, „geschätzt durch seinen weisen Rat“. კამერის ხედი⁶ მონაცვლეობს ნახევრად ახლოსა და ახლოს შორის. ეკრანზე თანმიმდევრობით გამოსული სიტყვები აძლიერებენ წარმოთქმული ტექსტის ზეგავლენას: „größtmögliche“, „Reform“, „gemeinsamer Markt“, „Verhandlungen“, „stabil“, „Zusammenarbeit“. დეტალურ ხედში ნაჩვენებია ხელი, რომელიც გადამრთველს ააქტიურებს, რის შემდეგაც ნატო-ს ისარი ჩართვაზე („ein“) მიუთითებს.

¹ „gemacht“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/node/141209/revision/1453655> (Abrufdatum: 15.01.2026).

² „dran“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/node/134751/revision/1337101> (Abrufdatum: 15.01.2026).

³ „Schieber“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/node/127398/revision/1283484> (Abrufdatum: 15.01.2026).

⁴ „Katz“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/node/77102/revision/1263722> (Abrufdatum: 15.01.2026).

⁵ „der“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/node/133955/revision/1437001> (Abrufdatum: 15.01.2026).

⁶ ob. Negenborn [2019], ცაგარელი [2010].

შემდეგ თემატიზირებულია „სწორი“ ქმედება, რომელიც დაძლევეს კრიზისს და უსაფრთხოებას უზრუნველყოფს. პირის ნაცვალსახელის „wir“ გამეორება და ჰიპერბოლა „sehr beruhigt“ ქმნის სტაბილურობის განცდას. ვიზუალურ პლანში ნაჩვენებია მშვიდად მძინარე მოქალაქე, KA კი სამუშაო მაგიდასთან დგას და რჩება შთაბეჭდილება, რომ მის უსაფრთხოებას დარაჯობს. ადვერსატიული კავშირი „doch“, მეტაფორა „blind“ და კომპარატივი „klüger“ საპირისპირო არგუმენტაციულ მსჯელობას აყალიბებს. ვიზუალურ დონეზე ეს კონტრასტი გადმოცემულია შავად ჩაცმული პირებით, რომლებიც სამუშაო კაბინეტში შედწევას ცდილობენ. KA ახლო ხედში სერიოზული გამომეტყველებითაა გამოსახული. მოქალაქე სიზმარში ნახულობს შესაძლო სავალალო სცენარს, თუ სხვა პარტიები მოვლენ ხელისუფლებაში: „eines Nachts“, „die Nacht der Bundeswahl“, „nun, nun“, „die große Renovierung“, „Warnsignale“, „jeder schaltet, was er kann“, „Wer viel versprach, der muss viel halten“, „So wird vom Schalten und vom Walten das schöne Werk schnell abgenützt“. მეტაფორები, გამეორებები, წყვილული სიტყვები, ანაფორა და ნეგატიურად კონოტირებული ლექსემები ქაოტურ სიტუაციას აღწერენ. მინიშნებათა ჯგუფი, როგორცაა, მაგალითად, ჰიპერბოლა „in jenem schlimmsten Falle“, სახლის მეტაფორა და ნატო-სგან გასვლა, მოახლოებულ კატასტროფაზე მიუთითებს: „Und statt der Sicherheit für alle kommt Kurzschluss über´s deutsche Haus.“ ვიზუალური გამოხატვის პლანი ვერბალურ ტექსტს მისდევს: სანამ მოქალაქე მოუსვენრად ტრიალებს საწოლში, მართვის პანელზე წვდომას აღწევს უცხო პირები. ეკრანზე გამოსახული მაღალი ღირებულების მქონე სიტყვები ციმციმებს, რაც შეიცავს ქვეტექსტს, სახელმწიფო საფრთხეშია. ქაოსი ნატო-ს ბერკეტის გადართვით კულმინაციას აღწევს, რაც იწვევს სიბნელეს და გაისმის საჰაერო განგაშის სირენების ხმა. ეს მოვლენები ომის მოახლოებულ საფრთხეზე მიანიშნებს, თუ პოლიტიკური პროცესი ამ მიმართულებით განვითარდება. სიუჟეტის განვითარების საკვანძო ელემენტს წარმოადგენს მორალი ვიდეორგოლის დასკვნით ნაწილში: „Nur mit einem Ziele zu ändern, was schon Blüten treibt, steht alles, alles auf dem Spiele. Drum sorgt, dass es beim Alten bleibt.“ გამეორება, იდიომები, იმპერატივი სასაუბრო მეტყველების კაუზატიურ ზმნიზედასთან ერთად¹, ასევე კომმარის ვიზუალური მეტაფორა ხაზს უსვამს მოსალოდნელ საფრთხეს, გამოხატავს სკეპტიციზმს პოლიტიკური კურსის შეცვლის მიმართ და ამავედროულად მხარს უჭერს არსებული მდგომარეობის შენარჩუნებას.

მესამე ანიმაციური ფილმი „Der Wirtschaftswunderbaum“ ემყარება სემანტიკურ ოპოზიციას: მეორე მსოფლიო ომის მიერ გამოწვეული კატასტროფა და წარმატებული ეკონომიკური განვითარება („Trümmerwiese“ - „Wirtschaftswunderbaum“). მეორე კომპონენტი ექსპლიციტურად უკავშირდება ბიბლიურ ნარატივს. მისი განსაკუთრებული თვისებები ხაზგასმულია ადვერსატიული ზმნიზედისა და პოზიტიური ზედსართავი სახელების გამოყენებით: „fruchtbar“ და „gesund“. ანაფორა და რითმული წინადადებები სემანტიკურ მთლიანობას აყალიბებენ. დაპირისპირების კონცეპტს ვიზუალური დონეც აგრძელებს. მეტაფორები „Garten“, „Baum“ და „Gärtner“, ასევე მათთან დაკავშირებული პოზიტიური მნიშვნელობის გამოთქმები ხაზს უსვამენ პოლიტიკური სისტემის სტაბილურობას, ეკონომიკასა და ფინანსებზე პასუხისმგებელი პირების ლუდვიგ ერჰარდისა (LE) და ფრიც შეფერის (FSCH) წარმატებულ საქმიანობას, სახელმწიფოს მიერ ხელშეწყობილ საყოველთაო კეთილდღეობას: „Pflege“, „mit der festen Hand“, „scheffelt“, „Erträge“, „teilt sie aus im ganzen Land“, „gegossen“, „gepflegt“, „jeder hats am Leib erfahren, dass er für ihn die Früchte trägt.“ ვიზუალურ დონეზე ორივე აქტიორი წარმოდგენილია როგორც შრომისმოყვარე, ურთიერთგაგებითა და შეთანხმებით მოქმედი გუნდის წევრები. მთელი ვიდეორგოლის განმავლობაში ისინი ბაღის მოვლისთვის საჭირო ხელსაწყოებით უვლიან

¹ „drum“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/node/135004/revision/1337255> (Abrufdatum: 15.01.2026).

ხეს და აგროვებენ მოსავალს. EO-ს პერსონაჟი შორისდებულთ „ei“¹ და ძახილის წინადადებით ჩნდება სიუჟეტურ ქარგაში. სიტყვა „Genossenschaft“ მიუთითებს SPD-ს მიერ პროპაგირებულ გეგმიურ ეკონომიკაზე. EO-ს ქმედებები ნეგატიური ლექსიკითაა კონოტირებული. უნდა აღინიშნოს, რომ ქაოტური და არარეალისტური კონტექსტის შესაქმნელად გამოიყენება ასევე ისეთი ენობრივი ხერხები, როგორცაა გამეორება, წყვილელი სიტყვები, შეპირისპირება, ჰიპერბოლა: „ärgert“, „laut“, „nicht sehr schmeichelhaft“, „Er fordert jenes, fordert dieses und er verspricht und kommentiert“, „Da bläht sich selbst der Luftballon“, „kritisiert“, „Trugbild“, „immer dicker“, „entschwebt“. რეციპიენტს ექმნება შთაბეჭდილება, რომ სიტუაცია კონტროლიდან გამოდის: პოლიტიკოსი უმეტესწილად შეუჩერებელივ გადაადგილდება ბუშტით ხელში, რომელიც მას საბოლოოდ ჰაერში აიტაცებს და გასკდომის შემდეგ მდელიოზე ეშვება. SPD-ს სლოგანები არარეალისტურადაა კონტექსტუალიზირებული: „bessere Wirtschaftspolitik!“, „mehr Geld und weniger Steuern!“, „Sicherheit für alle!“ ტექსტის კულმინაცია, მორალი განიხილავს ილუზიის კრახს რეალობასთან დაპირისპირებისას, რაც ენობრივად გაფორმებულია იმპერატივით, კაუზალური და ადვერსატიული კავშირებით, ასევე პოზიტიური სიტყვით „unerschütterter“. ვიდეორგოლის ქვეტექსტი მდგომარეობს იმაში, რომ გერმანიაში ჩამოყალიბებული წარმატებული პოლიტიკური და ეკონომიკური სისტემა ნებისმიერ გამოწვევას გაუმკლავდება. აღსანიშნავია ის საკითხი, რომ აქ განხილულ ყველა სარეკლამო რგოლში მუსიკა ტექსტისა და მოძრავი გამოსახულების დრამატურგიას მიჰყვება და ემოციურად კიდევ უფრო მიმზიდველს ხდის ინფორმაციას.

ქვემოთ წარმოდგენილი იქნება SPD-ს ანიმაციური ფილმები: პირველი საარჩევნო რგოლი „Woher – wohin“ ზღაპრის ანიმალური პერსონაჟებითაა დატვირთული, რომლებიც, მათ შორის, საარჩევნო ფონდის მთავარ დონორებს „Industrie, Arbeitgeberverbände, Interessentenverbände“ განასახიერებენ. ჰიპერბოლა როგორც ვერბალურად, ასევე ვიზუალურად და პარავერბალურადაა წარმოდგენილი: ჭურჭელი, რომელშიც თანხა ჩაედინება, ციფრების მატებასთან ერთად იზრდება. ხმისა და ტონის სიმაღლეც თანდათანობით იმატებს და უმაღლეს წერტილს აღწევს „40 Millionen“-ის დასახელებისას. კითხვის ნიშანი და კითხვითსიტყვიანი კითხვითი წინადადება ეჭვქვეშ აყენებს ხარჯვის მიზანშეწონილობას. მოკლე პაუზის შემდეგ წარმოდგენილი ალტერნატივა აჩვენებს, როგორ შეიძლება შეგროვებული თანხის უკეთ გამოყენება ღირებული მიზნისთვის, კერძოდ, საბინაო მშენებლობაში ინვესტირებისთვის. მიმართვა, იმპერატივის თავაზიანი ფორმა, რითმითა და კონტრასტული აქცენტით გაფორმებული ანტითეზა მოუწოდებს მოქალაქეებს სწორი არჩევანის გაკეთებისკენ: „Wählerinnen und Wähler, lassen Sie sich nicht einfangen. Quittieren Sie die Millionen D-Mark der Regierungsparteien mit ihrer Stimme für die Sozialdemokratie. Keine Stimme für Adenauer! Jede Stimme für Ollenhauer!“

მეორე სარეკლამო რგოლი ეხება გერმანიის ორად გაყოფის თემას. ომის საფრთხე წარწერით „ZONEN-GRENZE“, ასევე საბრძოლო ტექნიკის (რაკეტები, ტანკები და სხვაე ჰაუბიცები) გამოსახულებებითაა გადმოცემული. ბინოკლით შეიარაღებული ფრინველი პერსონაჟები აკვირდებიან მძიმე სიტუაციას და ამავდროულად საუბრობენ გაერთიანებასა და გამალეზულ შეიარაღებაზე. ამ უკანასკნელს მძაფრად აკრიტიკებენ. ხის ტოტთან ხმაურიანი შეჯახება ირიბად მიანიშნებს არსებულ კატასტროფულ მდგომარეობაზე. დიდი ასობით წარმოდგენილი სლოგანები ხაზს უსვამენ პარტიის მიერ გაცხადებულ ღირებულებებს: „SICHERHEIT FÜR ALLE“, „WIEDER / VEREINIGUNG-/ IN FRIEDEN / UND FREIHEIT.“ პოზიტიური საკვანძო სიტყვების თანმიმდევრობა „Sicherheit“, „Frieden“ და „Freiheit“ ნათლად აჩვენებს პარტიულ მიდგომას. „ALLE“ გულისხმობს როგორც დასავლეთ, ასევე აღმოსავლეთ გერმანიის მოქალაქეებს. ვიზუალური დონე თვალსაჩინოდ წარმოადგენს ვერბალურ ტექსტს: ანიმაციური გმირები ათვალიერებენ სავარაუდოდ

¹ „ei“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/node/135831/revision/1341471> (Abrufdatum: 15.01.2026).

პარტიის საარჩევნო ბუკლეტს. პირველ გვერდზე გამოსახული ახალგაზრდა კანკალებს ატომური ბომბის („A-BOMBE“) გამო. მეორე გვერდზე იმავე პიროვნების სიმშვიდის მიზეზი SPD-ს დამოკიდებულებაშია „KEINE ATOMWAFFEN FÜR BUNDESWEHR“. შემდეგ ეპიზოდში ერთ-ერთი პერსონაჟი აშორებს მავთულხლართს, რომელიც ორ ერთნაირ სახლს ყოფს. ეს ქმედება გერმანიის გაერთიანებაზე მიუთითებს, რასაც ამტკიცებს სიტყვა „WIEDER-VEREINIGUNG“. ვიდეორგოლის ბოლოს წითელ ფონზე პარტიის აბრევიატურა „SPD“ ჩნდება.

სლოგანი „Sicherheit für alle“ არა მხოლოდ სათაურშია გამოტანილი, არამედ წითელ ზოლად გასდევს მესამე სარეკლამო რგოლს. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სამი საყრდენი („Einheit“, „sozial gerecht sein“, „Freiheit des Geistes“) გამოიყოფა, რომელსაც უსაფრთხოება ეფუძნება. ისინი სიმბოლურად გამოხატულია სამყურას სახით და სამი წერტილით გერმანიის სახელმწიფო დროშის ფერებში. დასაწყისის რითმული წინადადებები „Wir leben im geteilten Haus. Unsicher ist für Mann und Maus“, „Der Kanzler zahlt den NATO-Preis, die deutsche Einheit liegt auf Eis“ გერმანიის გაყოფაზე პასუხისმგებლობას მოწინააღმდეგე პარტიას აკისრებენ. მეტაფორა „Haus“ და იდიომები აძლიერებენ ემოციურ ზემოქმედებას, რადგანაც ისინი ხაზს უსვამენ დაპირისპირებას ორ მდგომარეობას შორის: მთლიანობა, უსაფრთხოება - დანაწევრება, სტაგნაცია. არსებითი სახელითა და სასაუბრო მეტყველების ზმნიზედით¹ გადმოცემული მოთხოვნა გაისმის როგორც უშუალო მოწოდება სწრაფი მოქმედებისკენ: „Den Schlagbaum weg! In jedem Falle bringt Einheit Sicherheit für alle.“ ვიზუალურ დონეზე სამი პერსონაჟი სხვადასხვა თემატიკითაა დაკავებული: პირველი გმირი ჯადოსნური ჯოხით ჯერ ყოფს სახლს ორ ნაწილად, შლაგბაუმის მოშორების შემდეგ კი ისევ აერთიანებს. სახურავზე განთავსებულია სიტყვა *Deutschland*. შემდეგი სემანტიკური ჯაჭვი ეხება სოციალური სამართლიანობის თემას, რომელიც SPD-ს პოლიტიკის ერთ-ერთი ცენტრალური ბურჯია: „Gar böse ist, wenn in dieser Welt der eine rafft das ganze Geld. Sozial gerecht sein! In dem Falle schafft hier die Sicherheit für alle.“ ვიზუალურ დონეზე მეორე გმირი ზრუნავს სამართლიანობის აღდგენაზე, კერძოდ, თანაბარ გადანაწილებაზე. ბოლო თემატური ნაწილი განიხილავს მეცნიერებისა და კვლევის თავისუფლებას: „Es leuchtet hell die Wissenschaft, die Freiheit braucht sie, wenn sie schafft. Freiheit des Geistes überall heißt Sicherheit in jedem Fall.“ ვიზუალურ პლანში დომინირებს სინათლის მეტაფორა: მესამე გმირი სიბნელეში ჩნდება ანთებული სანთლით, რომელიც შემდეგ დეტალურ ხედშია გამოსახული. მომდევნო სცენაში თეთრხალათიანი მეცნიერი მუშაობს მიკროსკოპით. ვიდეორგოლის კულმინაცია კიდევ ერთხელ უსვამს ხაზს სამივე ფაქტორის მნიშვნელობას უსაფრთხოებისთვის, იყენებს რა ჰიპერბოლასა და რითმებს ემოციების გასაძლიერებლად: „Drei Punkte sind wir, stets bereit, zu schaffen höchste Sicherheit. Bald wird gewählt! In jedem Falle wählt man drum Sicherheit für alle.“ განუსაზღვრელი ნაცვალსახელის, პრეზენსისა და კაუზალური ზმნიზედის კომბინაცია, ასევე პასიური წინადადება აყალიბებს სავალდებულო რჩევას, როგორც ლოგიკური მსჯელობით მიღებულ შედეგს და მობილიზებას უწევს მოქალაქეებს.

მეოთხე საარჩევნო ფილმი „Das Windei“ წარმოდგენს 1937 და 1957 წლების შედარებას. ფინანსურ დანაკარგზე მინიშნება ეკონომიკურ ზრდასა და ფოლქსვაგენის აქციებს ნეგატიურ კონტექსტში განიხილავს. ადვერსატიული კავშირი, ნეგაცია, წინდებულიანი ფრაზა და მეტაფორა ბატონი მაიერის ნატვრას ანადგურებს: „Für ein Tausend Mark ein eigener Wagen, da muss ich gleich mein Geld hintragen. So dachte Herr Meier und zahlt' ein. Doch soll er nie Besitzer sein. Durch Hitlers Krieg zerstöß sein Geld.“ ვიზუალური დონე იმეორებს და სრულყოფს ვერბალურ ტექსტს: მოქალაქე მიდის ქუჩაში, მის გვერდით კი ორფრთიანი ავტომობილი მიფრინავს. კვერცხის გასკდომა წარუმატებელი შენაძენის სიმბოლოა. შემდეგ სცენაში სხვადასხვა საშუალება (სასაუბრო მეტყველების სიტყვები და მყარი

¹ „weg“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/node/204808/revision/1368795> (Abrufdatum: 15.01.2026).

გამონათქვამები, რითმები, მეტაფორები: *Henne, Krankheit*) ქმნის ნერვულ გარემოს და ამავდროულად აყალიბებს მოთხოვნას: „Regierungsrummel, Wahlgeschrei, die Wirtschaftshenne legt das Ei. Volkswagenaktien, Leute her. Nein, denkt Herr Meier, jetzt nicht mehr. Der Aktienspuk schlägt auf den Magen, viel lieber möchte ich billige Wagen.“ ნეგაცია „nein“ მიანიშნებს, რომ მოქალაქემ წარსულის მაგალითზე ისწავლა და სწორი დასკვნები გამოიტანა. კულმინაცია დიდი ასოებით დაწერილ სლოგანშია ჩამოყალიბებული, რომელიც რითმისა და კომპაქტურობის მეშვეობით ადვილი დასამახსოვრებელია: „KEINE VW-AKTIEN/ SONDERN / BILLIGE VOLKSWAGEN/ SPD“. ვიზუალური დონე ვერბალურ ტექსტს კიდევ უფრო ამდიდრებს.

თვისებრივი ანალიზის მეშვეობით დადგინდა, რომ ანიმაციური ფილმები ამომრჩევლებში ემოციების გამოსაწვევად იყენებენ ზღაპრისა და იგავ-არაკის ელემენტებს, ანტითეტურ კონცეპტებსა და სკრიპტებს, ვერბალურ და ვიზუალურ ოპოზიციებს, უარყოფას, იდიომას, ჰიპერბოლას, გამეორებას, წყვილულ სიტყვებს, ბრძანებით წინადადებას, ანაფორას, მიმართვას, რითმას, ნომინალურ, პარტიციპიალურ და პროპოზიციულ ფრაზებს, განმაზოგადებელ ნაცვალსახელს, ალუზიასა და ტონის მოდულაციებს. სასაუბრო მეტყველების წარმოთქმა და გამონათქვამები, პოზიტიური და ნეგატიური კონოტაციის სიტყვები, შედარება, მეტაფორა ქმნის ხატოვანებას და ხელს უწყობს საარჩევნო გზავნილის მიმზიდველობას. საკუთარი სლოგანები დადებითადაა კონტექსტუალიზებული, ხოლო მოწინააღმდეგე პარტიის - ნეგატიურად. CDU-ს ანიმაციური ფილმები საკვანძო არგუმენტებს კონტრასტულ სურათებ-ხატებზე აფუძნებენ: *Baum, Garten, Gärtner, Haus vs. Nacht, Krankheit, Rückstand/Instabilität, Wende, Alptraum; politische Stabilität vs. Katastrophe beim Regierungswechsel; gewohnter, erfolgreicher Rerigierungskurs vs. Kontrollverlust, Chaos, Versuche*. SPD-ს სარეკლამო რგოლები აკრიტიკებენ მთავარ ოპონენტ პარტიას და აქებენ საკუთარ საქმიანობას ვერბალური და ვიზუალური ჰიპერბოლით, შედარებისა და მეტაფორის (*Tier, Vogel, Krankheit/Licht, Haus*) მეშვეობით. ეს საშუალებები ასახავენ საფრთხეებსა და საშინელ სცენარებს, ასევე ალტერნატივებს სხვადასხვა თემატური სფეროებისთვის: გაერთიანება, უსაფრთხოება, სოციალური სამართლიანობა, ეკონომიკა, საბინაო მშენებლობა და განათლება.

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ მესამე ბუნდესტაგის ფარგლებში CDU-სა და SPD-ს მიერ შექმნილი ანიმაციური ფილმები პოლარიზაციით ხასიათდება. მიუხედავად იმისა, რომ ქვეყანა თანმიმდევრული პოლიტიკის წყალობით ნელ-ნელა აღწევდა თავს მეორე მსოფლიო ომის მიერ გამოწვეულ კატასტროფულ მდგომარეობას, მიაღწია რა პოლიტიკურ სტაბილურობასა და ეკონომიკურ კეთილდღეობას, ოპოზიციური პარტიები აკრიტიკებდნენ მთავრობის მიერ გაწეულ სამუშაოს. მათი კრიტიკის მთავარი საგანი იყო, მაგალითად, გერმანიის დასავლეთთან ინტეგრაცია, სახელმწიფოს ორ ნაწილად გაყოფა და ეკონომიკა. ანიმაციური ფილმები, როგორც საარჩევნო კამპანიის საინტერესო ტექსტის სახეობა, ხასიათდება მოკლე ქრონომეტრაჟითა და დახვეწილი კონცეფციით. მრავალფეროვანი სტრატეგიები მოიცავს ენობრივ, ნონ- და პარავერბალურ, ასევე კინომატოგრაფიულ ასპექტებს. მუსიკა, როგორც დრამატურგიის აუცილებელი კომპონენტი ხაზს უსვამს შინაარსს. (მომრავი) გამოსახულება, სხვადასხვა ხედი და ტიპოგრაფიული ხერხები (მაგალითად, ფერები, დიდი ასოები) სრულყოფს ვერბალურ ტექსტს ან ინფორმაციულ სიჭარბეს იწვევს, რითაც აძლიერებს საარჩევნო ვიდეორგოლის ზემოქმედების ძალას. თვისებრივი მეთოდის გამოყენებით გამოვლინდა მულტიმოდალური რესურსები, რომლებსაც პარტიები უპირატესად მიმართავენ ამომრჩევლის უკეთ დასარწმუნებლად.

ლიტერატურა:

1. Habscheid, Stephan/Rumann, Horatiu: Wahlspots. In: Niehr, Thomas; Kilian, Jörg; Wengeler, Martin (Hrsg.): Handbuch Sprache und Politik. Bremen: Hempen, 2017. S. 627-650.
2. Hitzfeld, Christina Ida (2010): Wandel von Werbung - Werbung im Sprachwandel. Der Begriff Werbung und eine Analyse der Werbesprache im Nachrichtenmagazin Der Spiegel von 1947 bis 2005. Freiburg: Dissertation.
3. Negenborn, Daniel: Die Einstellungsgröße. 13.03.2019. <https://www.filmmachen.de/film-grundlagen/bildgestaltung/einstellungsgroesse>, 31.01.2026.
4. Niehr, Thomas (2014): Einführung in die Politolinguistik: Gegenstände und Methoden. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
5. Roock, Arne (2011): Wahlkampf. Eine linguistische Analyse strategischer Kommunikation. Frankfurt am Main: Peter Lang.
6. Scheurle, Christoph (2009): Die deutschen Kanzler im Fernsehen. Theatrale Darstellungsstrategien von Politikern im Schlüsselmedium der Nachkriegsgeschichte. Bielefeld: Transcript.
7. Stöckl, Hartmut (2004): Die Sprache im Bild - Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte, Theorien, Analysemethoden. Berlin: Walter de Gruyter.
8. Wehling, Elisabeth: Politische Kommunikation, die ankommt. Eine neuro-linguistische Analyse des EU-Wahlkampfes. Friedrich Ebert Stiftung. 2009.
9. ცაგარელი, ლევან (2010) ლიტერატურა და კინობელოვნება. [Teaching Resource] <http://eprints.iliauni.edu.ge/1800/>, 10.12.2023.

Ramaz Svanidze

Akaki Tsereteli state University

e-mail:ramaz.sva@gmail.com

<https://doi.org/10.52340/lac.2026.11.36>

On the multimodal analysis of animated films

Abstract

This paper analyzes the animated films produced by the CDU and SPD during the third federal election in Germany. During this period, the country had partially overcome the wounds of the Second World War and, thanks to targeted policies, embarked on a path of reconstruction. Political stability had a positive impact on economic prosperity. Political communication represents a significant object of analysis, as it influences, among other things, which parties govern the state for a four-year term. Animated films can be considered an interesting text type within election campaigns, characterized by their brevity (a maximum of 2 minutes and 49 seconds). Accordingly, the use of every design element must be carefully considered. The strategies employed in election advertisements are manifold and encompass linguistic, non-verbal, paraverbal, and film-technical aspects. The (moving) image contributes to complementing the verbal text or to providing informative redundancy, thereby enhancing the impact. Using a qualitative method, this study identifies multimodal resources that political parties preferentially employ to communicate their messages more effectively to voters.

Keywords: 1953 German federal election, political language, election campaign, animated films, qualitative method, multimodal resources