

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
кафедра германської філології та перекладу

**ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СУГЕСТІЇ В НІМЕЦЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ
ДИСКУРСІ
(на матеріалі промов Аліси Вайдель)**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки 4-го курсу
освітньої програми
**«Німецька філологія та переклад, англійська
мова»,**
спеціальність – 035.043 «Германські мови та
літератури (переклад включно), перша –
німецька»
Ірина Сергіївна ВОЛИНЕЦЬ
Науковий керівник:
асистент Катерина Олегівна САЙКО

«Допущено до захисту»
Протокол засідання
кафедри германської філології та перекладу
протокол № 12 від «12» червня 2025 року
завідувач кафедри Сот
к.філол.н., доц. Олександр СТАСЮК

КИЇВ
2025

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНОЇ СУГЕСТІЇ У ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ	9
1.1 Характеристика та структура поняття вербальної сугестії.....	9
1.2 Класифікація мовних стратегій впливу в політичному дискурсі.....	13
1.3 Вербальні маркери та лінгвальні засоби сугестії у політичному дискурсі.....	17
1.4 Методологія дослідження засобів мовної сугестії	22
1.4.1 Дискурс-аналіз.....	22
1.4.2 Контент-аналіз	24
1.4.3 Семантичний аналіз	24
1.4.4 Стилiстичний аналіз.....	26
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	27
РОЗДІЛ 2. МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ СУГЕСТІЇ В НІМЕЦЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ	28
2.1 Реалізація вербальної сугестії в політичному дискурсі Німеччини	28
2.2 Методи впливу політичної партії «Альтернатива для Німеччини»	31
2.4 Аналіз вербальних засобів сугестії промов Аліси Вайдель.....	38
2.4.1 Промова від 31.01.24.....	38
2.4.2 Промова від 20.03.24.....	43
2.4.3 Промова від 06.06.24.....	47
ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2	52
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	55
ZUSAMMENFASSUNG	61

Анотація

«ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СУГЕСТІЇ В НІМЕЦЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі промов Аліси Вайдель)»

Досліджувана тема є надзвичайно актуальною з огляду на зростання значущості політичної комунікації в сучасному суспільстві. Особлива увага приділяється вербальним засобам сугестії, що використовуються в політичному дискурсі як інструмент впливу на громадську свідомість. Дослідження зосереджено на промовах Аліси Вайдель – однієї з лідерок партії «Альтернатива для Німеччини», що вирізняються високим сугестивним потенціалом.

Об'єктом дослідження є політичні промови як невіднятий складник політичного дискурсу сучасної Німеччини.

Предметом дослідження є вербальні засоби сугестії в промовах Аліси Вайдель.

Мета роботи полягає у виявленні, описі та класифікації вербальних засобів сугестії в політичному дискурсі на прикладі виступів Аліси Вайдель.

Для досягнення цієї мети необхідно розв'язати такі завдання: охарактеризувати поняття сугестії в сучасній лінгвістиці, розглянути основні мовні стратегії впливу в політичному дискурсі, окреслити типові вербальні маркери сугестії, а також проаналізувати політичні промови Аліси Вайдель з погляду наявності сугестивних елементів.

У процесі дослідження було застосовано такі методи: дискурс-аналіз – для виявлення прагматичних особливостей сугестивного впливу; контент-аналіз – для вивчення поширеності відповідних засобів; семантичний аналіз – для дослідження значень лексичних одиниць; стилістичний аналіз – для опису стилістичних прийомів у промовах; описово-аналітичний метод задля систематизації та класифікації вербальних засобів сугестії; метод лінгвістичного спостереження, для виявлення повторюваних мовних та позамовних елементів у промовах;

прагмалінгвістичний аналіз задля вивчення мовних засобів у взаємозв'язку з комунікативною інтенцією мовця та реакцією адресата.

У результаті дослідження було описано мовну специфіку політичного дискурсу партії АдН, проаналізовано виступи Аліси Вайдель на предмет використання вербальних засобів сугестії, визначено основні стратегії впливу, охарактеризовано сугестивні прийоми та їхні функції в контексті політичної комунікації.

Ключові слова: вербальна сугестія, політичний дискурс, Аліса Вайдель, мовні стратегії впливу, партія «Альтернатива для Німеччини».

Abstract

"VERBAL MEANS OF SUGGESTION IN GERMAN POLITICAL DISCOURSE (based on the speeches of Alice Weidel)"

The selected topic is highly relevant in light of the growing importance of political communication in contemporary society. Special attention is paid to verbal means of suggestion, which are increasingly used in political discourse as a tool for influencing public consciousness. The research focuses on the speeches of Alice Weidel, one of the leaders of the "Alternative for Germany" party, which are characterized by a high suggestive potential.

The object of the study is political speeches as an integral part of the political discourse of contemporary Germany.

The subject of the study is the verbal means of suggestion in Alice Weidel's speeches.

The aim of the study is to identify, describe, and classify verbal means of suggestion in political discourse based on the example of Alice Weidel's speeches.

To achieve this aim, the following tasks were set: to characterize the concept of suggestion in modern linguistics; to examine the main linguistic strategies of influence in

political discourse; to outline the typical verbal markers of suggestion; to analyze Alice Weidel's political speeches in terms of the presence of suggestive elements.

The research applies several methods, including discourse analysis – to identify the pragmatic features of suggestion; content analysis – to assess the prevalence of relevant means; semantic analysis – to explore the meanings of lexical units; stylistic analysis – to examine rhetorical devices in political speech; descriptive-analytical method for systematising and classifying verbal means of suggestion; method of linguistic observation to identify repeated linguistic and non-linguistic elements in speeches; pragmalinguistic analysis to study language means in relation to the speaker's communicative intention and the addressee's reaction.

As a result of the study, the linguistic features of the political discourse of the AfG party were described; Alice Weidel's speeches were analyzed for the use of verbal suggestive means; the main influence strategies were identified; the suggestive techniques and their functions in political communication were characterized.

Keywords: verbal suggestion, political discourse, Alice Weidel, language strategies of the influence, the party «Alternative for Germany».

ВСТУП

У сучасному світі політична комунікація набуває дедалі більшої ваги, а здатність впливати на свідомість виборця – ключовий інструмент політичної боротьби. У зв'язку з цим актуальність вивчення вербальних засобів сугестії в політичному дискурсі є безсумнівною. Політики активно використовують мовні прийоми, здатні підсвідомо формувати думки, настрої та переконання аудиторії. Особливо показовим у цьому контексті є політичний дискурс Німеччини, де чітко спостерігаються тенденції до зростання популізму й радикалізму, що виявляються, зокрема, у промовах представників партії «Альтернатива для Німеччини» (AfD).

Питання сугестії в політичному дискурсі досліджується у працях таких вітчизняних лінгвістів, як Гарбар І. О., Дяченко О. В., Ковальова Т. П., Петрика В. М. та інших.

Актуальність дослідження зумовлена інтенсифікацією політичної комунікації в європейському просторі та зростанням значення мовних стратегій у боротьбі за підтримку виборців. На тлі соціально-політичних трансформацій, зокрема міграційної кризи, економічної нестабільності та зростання правого популізму в Німеччині, мовні засоби набувають вирішального значення у формуванні громадської думки. Партія «Альтернатива для Німеччини» (AfD), а зокрема її представниця Аліса Вайдель, активно використовує інструменти мовного впливу, зокрема сугестивні прийоми. Її риторика вирізняється емоційною насиченістю, чітко структурованими посланнями та стратегіями прихованого переконування. Аналіз таких промов дозволяє глибше осмислити механізми формування суспільного настрою та ідеологічної орієнтації, що становить неабиякий інтерес як для лінгвістів, так і для дослідників політичної комунікації.

Об'єктом дослідження є політичні промови як невіднятий складник політичного дискурсу сучасної Німеччини.

Предметом дослідження є вербальні засоби сугестії в промовах Аліси Вайдель.

Метою дослідження є виявлення та системний аналіз вербальних засобів сугестії у політичному дискурсі на прикладі виступів Аліси Вайдель.

Поставлена мета передбачає виконання таких завдань:

1. Проаналізувати наукові розвідки, присвячені феномену сугестії в лінгвістиці;
2. Окреслити основні вербальні засоби сугестії, що використовуються в політичному мовленні;
3. Дослідити специфіку мовлення Аліси Вайдель як представниці правого політичного спектра;
4. Здійснити лінгвістичний аналіз промов Вайдель, визначити наявні в них засоби мовного впливу.

Методи дослідження. Для виконання поставлених завдань у роботі використовуються такі методи: дискурсивний аналіз, який дозволяє виявити приховані механізми впливу та дослідити прагматичні аспекти політичного дискурсу; описово-аналітичний метод, що слугує для систематизації та класифікації вербальних засобів сугестії; метод лінгвістичного спостереження, який забезпечує виявлення повторюваних мовних та позамовних елементів у промовах; прагмалінгвістичний аналіз, застосований для вивчення мовних засобів у взаємозв'язку з комунікативною інтенцією мовця та реакцією адресата; а також контент-аналіз відео та текстів публічних виступів, що дає змогу кількісно та якісно оцінити поширеність використання сугестивних елементів.

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні розуміння вербальної сугестії як засобу мовного впливу в політичному дискурсі на матеріалі німецькомовних публічних виступів, що дозволяє виявити особливості функціонування сугестивних стратегій у реальному політичному мовленні.

Практичне значення полягає у можливості застосувати її результати під час аналізу політичних виступів, а також у напрацюванні інструментів критичного аналізу політичного мовлення.

Теоретичною базою цієї роботи слугують праці з сугестивної лінгвістики, а також дослідження політичної риторики, що розглядають мову як засіб впливу на масову свідомість.

Структура роботи. Робота складається із вступу, двох розділів, висновків до кожного з розділів, загальних висновків, списку використаної літератури (основна та інтернет-ресурси) та з резюме німецькою мовою. Загальний обсяг праці складає 63 сторінки, із яких 48 сторінок основного тексту. Список джерел використаної літератури нараховує 54 позиції.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНОЇ СУГЕСТІЇ У ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ

1.1 Характеристика та структура поняття вербальної сугестії

Для розгляду та аналізу засобів вербальної/мовної сугестії у політичних промовах спершу необхідно ознайомитись власне з поняттям сугестії. У підручнику «Сугестивні технології маніпулятивного впливу» авторства В. М. Петрика міститься дефініція сугестії, яка ототожнюється з навіюванням: *«Навіювання або сугестія – це процес впливу на психіку людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності при сприйнятті навіяного змісту, який не вимагає ні розгорнутого особистого аналізу, ні оцінки спонування до певних дій»* [Петрик 2011, с. 16].

У підручнику також представлена класифікація засобів сугестії. Їх поділяють на текстові, тобто ті, що стосуються форми подання тексту, змісту, шрифту тощо, та на мовленнєві, які своєю чергою бувають:

- вербальні (фрази, слова, наголоси та інтонації);
- паралінгвістичні (висота, тон, тембр голосу);
- невербальні (міміка, жести, проксеміка, особливості поведінки учасників відеоряду) [там само, с. 43].

Основна мета сугестії полягає у встановленні й підтриманні психологічного контакту, приєднанні до реальності іншої особи, веденні її за собою, а також у доступі до несвідомого. Вона може набувати фатичного (контактного), предметного (інформативного) або інформаційного характеру. Крім того, сугестія виконує важливу соціальну функцію, зокрема у сфері масової комунікації, сприяючи формуванню громадської думки, її корекції, впливу на масові настанови, цінності та соціальні норми [Руденко 2022, с. 39-40].

Серед основних завдань сугестії виокремлюють роботу з психічними процесами особистості (емоції, установки, несвідомі мотивації), корекцію або трансформацію суспільних орієнтацій, подолання несвідомого опору з боку

адресата, емоційне програмування, а також створення або стереотипізацію певних образів, думок та уявлень. Успішна реалізація цих завдань можлива за умов зниження активності критичної свідомості реципієнта, що досягається шляхом використання спеціальних мовленнєвих стратегій. Інструментарій сугестії є багатокомпонентним і включає як вербальні, так і невербальні засоби, які вже згадувались раніше [там само, с. 39, 41].

У своїй праці Л.Л. Ільницька підсумовує, що, поділяючи погляди більшості науковців, сугестію слід трактувати передусім як вербальний вплив на психіку людини, який сприймається некритично та є важливим складником як професійного дискурсу, так і повсякденної комунікації [Ільницька 2006, с. 14]. Також Т.Д. Мудраченко у своїй статті «Сугестія як засіб мовленнєвого впливу» наголошує, що головним інструментом сугестивного впливу виступає власне слово [Мудраченко 2015, с. 211]. Саме тому можна стверджувати, що сугестія є не лише об'єктом психології, але також і лінгвістики.

Одним із критеріїв диференціації понять, який найбільш цікавий для філології, є характер вербальних засобів, за допомогою яких реалізується вплив. Вибір мовних інструментів сугестії значною мірою зумовлюється тим, на який аспект особистості вони спрямовані — свідомість, підсвідомість, емоційно-чуттєву сферу тощо. Оскільки переконання ґрунтується на логіці, його реалізація передбачає використання раціонально дібраних фактів, логічного упорядкування матеріалу, аргументації та доказів, що забезпечують усвідомлене сприйняття адресатом запропонованої системи оцінок та суджень [Гарбар 2019, с. 45].

Вищезазначена ідея про те, що мова має потенціал сугестивного впливу, сприяла формуванню нової галузі мовознавства — сугестивної лінгвістики. Вона виокремилась із прикладної лінгвістики як міждисциплінарна наука, що досліджує сугестію як складний психолінгвістичний феномен. Сугестивна лінгвістика поєднує доробок усіх основних лінгвістичних напрямів та використовує як традиційні, так і

інноваційні методи дослідження. Цей науковий напрям фокусується на вивченні впливу мови на підсвідомість індивіда й суспільства загалом [там само, с. 60].

У згаданій вище статті авторства Т. Д. Мудраченко сказано, що лінгвосугестивний вплив має три основні складники: сугестор (суб'єкт впливу), текст (висловлювання) впливу та сугеренд (об'єкт впливу). Без детального аналізу кожного з цих елементів неможливо повноцінно описати процес навіювання. Особлива увага приділяється адресанту — сугестору, чия особистість аналізується через його прагматичну інтенцію, тобто намір створити у сугеренда відчуття взаємодії та співпраці [Мудраченко 2015, с. 213].

Загалом виокремлюють такі ключові положення сугестивної лінгвістики: 1) визнання мови як потенційно-сугестивного явища із виразною комунікативно-волюнтативною (сугестивно-магічною) функцією; 2) її міждисциплінарність, що полягає в перетині психології та філології; 3) визначення тексту як основної одиниці аналізу; 4) динамічність предмета дослідження та комплексність методів; 5) імовірнісну природу вербальної сугестії з її правопівкульною орієнтацією, що впливає на установки як окремої особистості, так і соціуму; 6) зацікавлення у вивченні мовлення як сугестора, так і сугестанта, а також корпусу сугестивних текстів; 7) розгляд вербальної міфологізації як методологічного підґрунтя [Гарбар 2019, с. 61].

У межах аналізу сугестії розрізняють її вербальний і невербальний рівні. На вербальному рівні вона пов'язана з визначенням мовної та комунікативної компетенції сугестора [Ільницька 2006, с. 123]. Мовна компетенція охоплює знання правил побудови мовних конструкцій і трансформації повідомлень, тоді як комунікативна передбачає орієнтацію в умовах і ситуаціях спілкування, знання вербальних і невербальних засобів взаємодії та вміння їх ефективно застосовувати в комунікації [там само, с. 123]. Вивчення цих компетенцій є важливим, оскільки сугестор, прагнучи змінити емоційний і когнітивний стан сугеренда, активно

використовує мовні стратегії й тактики, стилістичні прийоми, тропи, емоційно забарвлену лексику, що створює метафоричність контексту й підсилює вплив на адресата [там само, с. 151–152].

Невербальний рівень реалізації сугестії охоплює мову тіла – міміку, жести, поставу, пози, рухи [там само, с. 151–152]. Невербальна комунікація слугує індикатором внутрішнього стану людини, відображає її емоції, установки, мислення та дозволяє краще зрозуміти емоційний фон комунікації. Отже, здатність аналізувати жестові сигнали, зауважувати суперечності між вербальними й невербальними повідомленнями й відтворювати глибинні змісти є невід’ємною частиною професійної майстерності сугестора [Гарбар 2019, с. 63-64].

Що стосується визначення поняття вербальної сугестії, то, погоджуючись із поглядами більшості дослідників, І.О. Гарбар підсумовує, що вербальна сугестія розглядається як *«латентний вербально-психологічний вплив на людину, націлений на її підсвідомість, емоції та поведінку, який здатний викликати у неї конгруентні почуття, думки, дії, образи без критичного аналізу вхідної інформації (що може мати нав’язливий характер) за допомогою арсеналу вербальних і невербальних засобів, націлених на зміну свідомості сугеренда»* [Гарбар 2019, с. 64].

Отже, сугестія є складним психолінгвістичним феноменом, який реалізується через вплив на свідомість і підсвідомість людини з метою формування певних думок, переконань та спонукання до дій за умови зниженої критичності сприйняття. Особливе місце в сучасних дослідженнях посідає вербальна сугестія, що функціонує як потужний інструмент впливу в різних комунікативних сферах, зокрема в політичному дискурсі. Вивчення вербальної сугестії зумовило формування окремого напрямку – сугестивної лінгвістики. А ефективність сугестивного впливу забезпечується через поєднання вербальних компонентів (лексичних, синтаксичних, стилістичних засобів) та невербальних елементів (міміки, жестів, інтонації).

1.2 Класифікація мовних стратегій впливу в політичному дискурсі

Використання сугестивних стратегій обумовлене наявністю конкретних цілей, оскільки цілеспрямованість виступає однією з їхніх ключових характеристик. Мовлення виконує емоційну та фатичну функції, тобто його головне призначення полягає в тому, що *«є усупільнення та встановлення зв'язку між людьми»* [Стецик 2013, с. 225]. Задля реалізації цієї мети комунікації використовуються різноманітні комунікаційні стратегії, зокрема сугестивні.

Поняття комунікативної стратегії має багато трактувань та визначається науковцями по-різному. Наприклад, згідно з когнітивним підходом, комунікаційна стратегія розглядається як засіб впливу на світогляд адресата через мовні засоби. Такий підхід передбачає, що стратегія спрямована на зміну моделі світу співрозмовника, трансформацію його концептуальної свідомості. Це своєрідне «насилля» над адресатом [Пастернак 2013, с. 215].

І. А. Юшковець визначає комунікативну стратегію як оптимальну реалізацію інтенцій мовця, спрямовану на досягнення конкретної мети спілкування, узгоджену з особистісними (статусно-рольовими) і психологічними характеристиками учасників комунікативного процесу, що зумовлено комунікативним досвідом, який передбачає підкорення законам і нормам у відповідній сфері комунікації та конкретно змодельованій ситуації спілкування [Юшковець 2008, с. 5].

Комунікаційні стратегії класифікуються на основні (семантичні або когнітивні) та допоміжні. Основні стратегії відіграють ключову роль на певному етапі комунікативної взаємодії, оскільки визначаються ієрархією мотивів і цілей та здебільшого орієнтовані на вплив на адресата – його модель світу, систему цінностей і поведінку. Натомість допоміжні стратегії виконують функцію підтримки, забезпечуючи ефективну організацію діалогу та сприяючи оптимальному впливу на співрозмовника [Руденко 2022, с. 45]. Сугестивні комунікативні стратегії слугують інструментом для критичної інтерпретації та

формування публічного образу осіб, подій або явищ, що привертають суспільну увагу як інформаційні приводи.

Питання уніфікації засобів реалізації сугестивних стратегій наразі залишається предметом наукових дискусій. Розглядаючи використання таких стратегій для політичного маніпулювання, виокремлюють такі засоби, як політичні технології, в основі яких є виборчі методики, що застосовуються в період передвиборчої кампанії [Єфтені 2015, с. 236].

Сучасні політичні тексти та промови містять безліч маніпулятивних стратегій. Загалом, маніпуляція суспільною свідомістю з боку політиків є поширеним явищем у політичній практиці. Таку маніпуляцію можна визначити як специфічний вплив на психіку, метою якого є зміна та управління ціннісними орієнтирами, емоційним станом і штучними потребами, щоб коригувати поведінку та досягати бажаних результатів для оратора, тобто політичного актора [Коваленко 2019, с. 214].

Вплив мови в політичній комунікації здійснюється за допомогою різних мовних стратегій. Наприклад, лінгвісти включають до маніпулятивних стратегій такі форми:

- стратегія реіфікації, яка передбачає створення образу ворога;
- стратегія делегітимізації, що має на меті знищення іміджу опонента;
- стратегія амальгамування, яка звертається з позиції «ми» (підкреслює бажання адресанта до єдності) [Петрик 2011, с. 59].

Також відзначають такі стратегії: самопрезентація, дискредитація, напад, самозахист, формування емоційного настрою адресата, інформаційно-інтерпретаційна, аргументативна, агітаційна та маніпулятивна [Зірка 2005, с. 31].

Якщо розглядати використання стратегій у політичних промовах та рекламі, то найпоширенішими є: ідентифікації, спотворення інформації та імунізації [Пустовіт 2019].

Одна з найважливіших і найбільш вживаних стратегій у політичних промовах – стратегія ідентифікації, що полягає в ототожненні політика з народом. Її мета – встановити довірливі стосунки з аудиторією, подаючи їх як близьке за духом коло осіб та сформувані асоціації про приналежність комунікатора до народу, називаючи його «вихідцем з народу». Ця стратегія втілюється через використання займенників «ми» та «наш» замість «я» та «мій». Комунікація акцентує увагу на думці, що лідер є «своїм», близьким до народу. Багато політиків асоціюють себе з представниками певної спільноти, щоб викликати довіру та симпатію у виборців, часто згадуючи факти зі своєї біографії. Мовні засоби, що реалізують цю стратегію в політичній рекламі, можуть включати використання розмовної лексики, що передає думку про політика як звичайну людину, яка спілкується повсякденною зрозумілою для більшості мовою [там само].

Стратегія викривлення інформації своєю чергою включає різні тактики маніпулювання в політичній рекламі та промовах, залежно від характеру інформаційних трансформацій. Серед них виділяють: 1) референційну тактику, яка пов'язана з перекручуванням денотата/референта в процесі позначення дійсності; 2) аргументативну тактику, що стосується порушення основних постулатів спілкування. Однією з форм референційної тактики є фактологічне маніпулювання, яке полягає у перекручуванні фактів (наприклад, недомовленості, брехні, перебільшенні, створенні ситуаційної невизначеності) [там само].

Стратегія імунізації полягає в застосуванні тактики універсальних висловлювань, які активізують психологічні механізми, пов'язані з бажанням людини належати до певної спільноти. Маніпуляція здійснюється через використання міфологічних мотивів, які є ефективними для конкретного суспільства. Наприклад, ідея «мужнього лідера» відображає уявлення про важливу роль політичного діяча, який ефективно розв'язує проблеми (політик ототожнює себе з таким лідером, якого потребує нація); концепція «віри у краще майбутнє» має

на меті переконати аудиторію в тому, що, незважаючи на всі тимчасові труднощі, відважний народ досягне успіху та щастя (політик стверджує, що завдяки своїй вірі, відданості та працелюбству нація здолає всі перешкоди на шляху до кращого майбутнього під його керівництвом); ідея «віри у свої сили» підкреслює вірність того, що громадяни здатні забезпечити своє благополуччя (політик запевняє, що разом з ним, завдяки спільним зусиллям, усі можуть досягти добробуту) [там само].

Очевидно, що специфічною рисою політичного дискурсу є інтенція боротьби за владу. Основними комунікативними цілями оратора або сугестора виступають зниження значущості статусу опонента, підвищення значущості власного статусу, а також вплив на аудиторію і залучення її до процесу комунікації. На цій основі можна виділити три комунікативні стратегії в політичному дискурсі: стратегія зниження, стратегія підвищення та стратегія театральності [Запорожець 2010, с. 85].

Стратегія пониження реалізується через низку тактик, спрямованих на демонстрацію негативного ставлення до ситуації або осіб. У мовленнєвому процесі стратегія пов'язується із словесним вираженням негативного оцінювання, що має на меті здійснення впливу на аудиторію шляхом приниження, висміювання чи враження об'єкта висловлювання через зниження рівня його авторитету. Успішність такої стратегії безпосередньо залежить від реакції адресата: чи відчуває він себе скривдженим; лише у такому разі може йти мова про досягнення ефекту успішності реалізації маніпулятивної стратегії [Дяченко 2017, с. 45]. Стратегія підвищення втілюється через тактики, що підкреслюють позитив: позитивний аналіз (фактологічна оцінка з прихованим схваленням), створення привабливого образу, вигідне самопредставлення, відведення критики (виправдання дій за допомогою аргументів), а також самовиправдання (заперечення негативних оцінок). Стратегія театральності охоплює тактики, що спрямовані на емоційний вплив і створення враження. До неї належать: спонукання до дії або прийняття поглядів, кооперація (апеляція до цінностей адресата), розмежування позицій,

інформування без оцінки, обіцянка, прогнозування розвитку подій, запобігання можливим загрозам, іронізація (прихований підтекст) і провокація, що може викликати ризиковані дії [Запорожець 2010, с. 85-86].

Отже, сугестивні стратегії у політичному дискурсі є цілеспрямованим засобом впливу на свідомість і підсвідомість адресата, спрямованим на формування бажаної моделі світу. Наразі наявна низка класифікацій сугестивних стратегій у політичному дискурсі і сьогодні немає жодної загальноприйнятої або уніфікованої системи їхнього поділу, що зумовлює подальші наукові дискусії та пошуки оптимального підходу до їхньої систематизації.

1.3 Вербальні маркери та лінгвальні засоби сугестії у політичному дискурсі

Спершу варто розглянути значення терміну «вербальний маркер сугестії». У своїй праці Н. Пославська виокремлює дефініцію цього поняття. Вона стверджує, що вербальні маркери сугестії — це мовні одиниці, які виконують функцію засобів прихованого впливу на свідомість адресата, спрямованого на формування або зміну його уявлень, емоцій, думок і поведінки без активного залучення критичного мислення [Пославська 2021, с. 147].

Слід також зазначити, що політичні повідомлення можуть бути як письмовими, так і усними. Проте під час виборчих та агітаційних кампаній основна частина комунікації здійснюється усно. У зв'язку з цим особлива увага приділяється не лише вербальним, а й невербальним засобам впливу – таким як інтонація, тембр голосу, жести, міміка, рухи, а також зовнішній вигляд і манера поведінки мовця.

Вербальні засоби сугестивного впливу демонструють високу ефективність, що зумовлено їхніми специфічними характеристиками – відносною сталістю, формалізованістю, комунікативною дистанцією з реципієнтом, а також широким

арсеналом граматичних і стилістичних засобів та високою лексичною насиченістю [Стецик 2013, с. 225]. Вербальні засоби сугестії реалізуються на всіх рівнях мовленнєвої організації. На фонетичному рівні ефект навіювання досягається шляхом трансформації звукової структури слова. Морфологічний рівень представлений змінами в морфемному складі, зокрема через заміну, перестановку, усічення або додавання морфем. Синтаксичний рівень сугестивного впливу виявляється у використанні емоційно насиченої та прецедентної лексики, фігуральних засобів, ідіом, а також у зміні синтаксичної будови речень, зокрема шляхом її розширення, скорочення або переставлення складників. На синтактико-прагматичному рівні сугестивний ефект створюється завдяки інтонаційній варіативності (використання окличних конструкцій, трикрапки) та введенню у текст нетипових питальних структур [Руденко 2022, с. 48].

Варто згадати сугестивні стратегії, про які йшлося раніше. Вони, звичайно, реалізуються за допомогою лінгвістичних інструментів, а саме:

1. Інтимізація та діалогізація: використання окличних конструкцій, елементів комунікативної паузи, питально-відповідних структур, коментарів, розмовної лексики.

2. Клішування (спрощення інформації): застосування стереотипів, ярликів, прецедентної лексики.

3. Провокація: техніки висміювання, підсилення емоційності висловлювання, метафоричність, оцінні судження, риторичні запитання.

4. Переконавання (персвазія): повтори, узагальнення, протиставлення, порівняння, евфемізми, категоризація, модальність та хеджинг [там само, с. 47].

А. М. Коваленко та Т. С. Марченко стверджують, що сучасний політичний дискурс характеризується дедалі більшим рівнем мовленнєвої агресії, що виявляється у широкому застосуванні стратегій і тактик конфронтаційного спілкування, зокрема таких як ігнорування, погрози, вульгаризми, дискредитація,

неправда й образливі висловлювання [Коваленко 2019, с. 219]. Мова постає як потужний засіб агресивного впливу, здатний свідомо змінювати сприйняття та свідомість людини [Дяченко 2017, с. 48].

Тексти політичних промов формують у свідомості слухачів різноманітні образи та емоції, спираючись на розгалужену мережу асоціацій. Залежно від типу асоціативного мислення, такі тексти поділяються на інформаційні, логічні, образні та змішані [Козак 2012, с. 28].

Політичні тексти, що поєднують інформаційні та емоційні функції, відносять до риторичного типу. Риторичні характеристики можуть стосуватись як усього тексту, так і його окремих фрагментів. Залежно від композиційних особливостей, одні політичні промови будуються за принципом тропа, інші – містять лише тропеїчні елементи. До засобів, що формують риторичний статус таких промов, належать метафори, конотації, прецедентні тексти та міфологеми [Баюн 2021, с. 22-23].

Лексичний склад політичної промови охоплює різні рівні лексики, добір якої визначається її здатністю передавати ключові комунікативні смисли. У цьому контексті виокремлюються функціональні категорії: політичні прагмеми, що несуть стабільне прагматичне навантаження і можуть діяти як усталені стереотипи, та політичні інформеми, які виконують інформативно-структурну функцію, змінюючись під впливом інфопрагем і не маючи постійного значення чи експресивного забарвлення [Левченко 2001, с. 105].

У політичному дискурсі слово виступає прагмемою – мовною одиницею, що вказує на орієнтованість висловлювання на адресата. Відповідно до комунікативної функції, лексику політичної промови можна класифікувати на: мовленнєві звороти для встановлення контакту, аксіологеми з експресивною функцією та апелятиви, що виконують функцію впливу. Стилістично політичні тексти насичені алюзіями,

недомовленістю, контрастами, навмисним доведенням думки до абсурду й акцентами на значущих для слухача моментах.

У процесі аналізу політичних промов слід враховувати емотивність – категорію, що охоплює мовні засоби, які передають емоційне забарвлення тексту. Емотивний рівень визначається такими параметрами, як інтенція, спрямованість, модальність і тональність. Важливими є також адресованість (що реалізується через займенники, модальні дієслова тощо) та модальність, яка виражає ставлення мовця до описуваних подій і явищ [Іванченко 1998].

В політичних промовах зазвичай наявні такі елементи:

1. Використання офіційної мови та спеціалізованої термінології.

Політики застосовують технічну лексику, абрєвіатури та професійну термінологію для надання своїм промовам авторитетності та демонстрації компетентності. Наприклад, : «*Solidarität und Eigenverantwortung gehören zusammen. Beide sind Markenzeichen unserer erfolgreichen Sozialen Marktwirtschaft.*» («Солідарність і власна відповідальність становлять єдине ціле. Те й інше - характерні ознаки нашої успішної соціальної ринкової економіки») [52].

2. Використання риторичних прийомів.

До найпоширеніших риторичних засобів, які використовуються в політичних промовах, належать метафори, повторення, звертання та риторичні запитання. Наприклад: «*Wir erleben eine Zeitenwende. Und das bedeutet, die Welt danach ist nicht mehr dieselbe wie die Welt davor.*» («Ми переживаємо зламність часів. А це означає, що світ потім уже не буде таким, як раніше») [53].

3. Використання кліше та символічних висловів.

У політичних промовах часто вдаються до вживання кліше – усталених фраз, що мають на меті викликати емоційну реакцію у виборців. Яскравим прикладом такого вислову стала відома фраза Меркель «*Wir schaffen das!*» («Ми впораємося!») що прозвучала в контексті кризи біженців 2015 року [51].

4. Використання гумору.

Гумор у політичному дискурсі виконує функцію залучення аудиторії, послаблення напруги та створення образу відкритого й доступного політика. Наприклад, «...*wobei ich schon hinzufügen muss, dass ich vor dieser Rede deutlich mehr Manschetten hatte als vor der Rede vor der Generalversammlung der Vereinten Nationen*» («...мушу додати, що перед цією промовою я нервував значно більше, ніж перед промовою на Генеральній Асамблеї ООН»); «*Joja Wendt singt mit seiner Band, den „Söhnen Hamburgs“: „Manche sagen, wir sind dröge, doch das ist 'ne glatte Löge. Wir denken vor dem Sprechen nach, wenn's sein muss auch 'nen ganzen Tag*» («Йоя Вендт співає зі своїм гуртом «Söhne Hamburgs»: «Дехто каже, що ми нудні, але це відверта брехня. Ми думаємо, перш ніж говорити, навіть цілий день, якщо потрібно».) [54].

У процесі створення політичної промови надзвичайно важливо зважати на лексичне наповнення тексту, аналізувати семантику використаних слів і продумано інтегрувати їх у загальну композицію висловлювання. Водночас необхідно враховувати інтереси, потреби та очікування цільової аудиторії. Особливу роль відіграє формування виразних образів, здатних викликати позитивні емоції та сприяти створенню креативного, естетично привабливого висловлювання. Політична промова за своєю природою є лаконічним текстом, орієнтованим на підтримку конкретного політичного суб'єкта, що реалізує функцію переконання та впливу на основі стислого інформаційного повідомлення. Обмеження обсягу зумовлює потребу в точному й змістовному використанні мовних засобів [Фаделі 2022, с. 18].

Отже, вербальна сугестія в політичному дискурсі є цілеспрямованим мовним впливом на свідомість реципієнта, що здійснюється через спеціально підібрані лексичні, граматичні, стилістичні та інтонаційні засоби, які активізують емоції, формують асоціації та сприяють некритичному сприйняттю інформації. Вона

реалізується на різних мовних рівнях, включає стратегічні прийоми, такі як інтимізація, клішування, провокація та персвазія, і активно поєднується з невербальними елементами. Сучасні політичні тексти характеризуються підвищеною емоційністю, риторичністю, стилістичним насиченням та спрямованістю на маніпулятивний і навіть агресивний вплив, залежно від поставлених комунікативних цілей.

1.4 Методологія дослідження засобів мовної сугестії

Дослідження засобів мовної сугестії потребує комплексного підходу із застосуванням різноманітних методів аналізу, що дозволяють всебічно вивчити механізми сугестивного впливу на різних рівнях мовної системи. Загалом можна виокремити такі основні методи: дискурс-аналіз, контент-аналіз, семантичний аналіз та стилістичний аналіз.

1.4.1 Дискурс-аналіз

Дискурс-аналіз посідає важливе місце у методології дослідження мовної сугестії, оскільки дозволяє вивчати тексти з урахуванням їхньої структури, контексту функціонування та прагматичних функцій. Як зазначає Т. А. ван Дейк, *«дискурс-аналіз розглядає мову як форму соціальної практики і зосереджується на способах, якими соціальна та політична домінація відтворюється в тексті й мовленні»* [Ван Дейк 2017, с. 85]. Саме тому цей метод є особливо ефективним для дослідження сугестивних механізмів, що часто мають імпліцитний характер.

О. О. Селіванова зазначає, що *«основними завданнями дискурс-аналізу є вивчення соціальної, текстуальної та психологічної контекстуалізації дискурсу, його зразків і жанрів із певним набором змінних (соціальних норм, ролей, статусів комунікантів, їхніх конвенцій, стратегій, показників інтерактивності й ефективності спілкування); вивчення закономірностей досягнення комунікантами*

комунікативної кооперації або чинників породження комунікативного конфлікту, способів реалізації комунікативного суперництва; опис інституційних форм і типів дискурсів тощо» [Селіванова 2008, с. 626–627].

Н. Ферклаф, один із засновників критичного дискурс-аналізу, наголошує на важливості виявлення прихованих механізмів влади та впливу в дискурсивних практиках [30, с. 41]. Відповідно до його підходу, аналіз сугестивних текстів має включати три рівні: 1) текстуальний аналіз; 2) аналіз дискурсивних практик; 3) аналіз соціальних практик, у межах яких функціонує текст.

Основними напрямками застосування дискурсивного аналізу в дослідженні мовної сугестії є:

1. Аналіз комунікативної ситуації та її впливу на формування сугестивного потенціалу тексту. Н. В. Кутуза підкреслює, що сугестивність дискурсу визначається не лише внутрішньотекстовими характеристиками, а й параметрами комунікативної ситуації, в якій цей дискурс реалізується [Кутуза 2018, с. 110].
2. Вивчення імпліцитних смислів та пресупозицій. За Ф. С. Бацевичем, *«пресупозиції формують концептуальну основу тексту і можуть виступати потужним засобом сугестивного впливу»* [Бацевич 2010, с. 157].
3. Дослідження взаємодії вербальних і невербальних компонентів дискурсу, про які згадувалось раніше.
4. Аналіз стратегій і тактик впливу в різних типах дискурсу. Т. А. ван Дейк зазначає, що *«дискурсивні стратегії є планом дій, спрямованих на досягнення певної комунікативної мети, зокрема здійснення сугестивного впливу»* [Ван Дейк 2017, с. 92].

1.4.2 Контент-аналіз

Контент-аналіз є методом систематичного дослідження текстів, що дозволяє виявити та кількісно оцінити наявність сугестивних елементів. За визначенням К. Кріппендорфа, контент-аналіз – це *«дослідницька техніка для об'єктивного, систематичного і кількісного опису явного змісту комунікації»* [Кріппендорф 2004, с. 25].

К. А. Ноєндорф розглядає контент-аналіз як *«науковий метод кількісного аналізу повідомлень, що характеризується об'єктивністю, систематичністю, кількісним підходом та націленістю на узагальнення»* [Ноєндорф 2002, с. 10]. Цей метод є особливо цінним для дослідження засобів мовної сугестії, оскільки дозволяє не лише виявити наявність певних сугестивних елементів, а й визначити частотність їх використання в різних типах текстів.

Л. Ф. Компанцева використовує елементи контент-аналізу для дослідження сугестивних механізмів в інтернет-комунікації та наголошує, що частотність використання певних мовних засобів у текстах мережевого дискурсу корелює з їхнім сугестивним потенціалом [Компанцева 2020, с. 133].

Основними напрямками застосування контент-аналізу в дослідженні мовної сугестії є:

1. Виділення одиниць аналізу (ключові слова, фрази, тематичні блоки).
2. Кількісний підрахунок сугестивних елементів різних типів. О. О. Селіванова зазначає, що *«кількісні показники дозволяють об'єктивно оцінити насиченість тексту сугестивними елементами»* [Селіванова 2008, с. 204].
3. Якісна оцінка контексту використання сугестивних засобів.

1.4.3 Семантичний аналіз

Семантичний аналіз у дослідженні засобів мовної сугестії спрямований на вивчення значень слів та виразів, що мають сугестивний потенціал. Як зазначають

Дж. Лакофф та М. Джонсон, *«значення мовних одиниць формують когнітивні структури і впливають на процеси сприйняття та інтерпретації дійсності»* [Лакофф, Джонсон 1980, с. 124].

Т. Ю. Ковалевська у своїй праці наголошує, що *«семантичний аналіз дозволяє виявити глибинні механізми впливу на свідомість через використання слів із певним конотативним забарвленням та асоціативним потенціалом»* [Ковалевська 2008, с. 92].

Ф. С. Бацевич аналізує прагматичний вплив із погляду семантики та підкреслює, що у значенні слова можуть бути закладені елементи, які активуються під час сугестивної комунікації й здатні впливати на підсвідомість реципієнта [Бацевич 2010, с. 183].

Основними напрямками застосування семантичного аналізу в дослідженні мовної сугестії є:

1. Аналіз конотативних значень лексем. Н. В. Кутуза наголошує, що сугестивний потенціал слова здебільшого зосереджений у його конотативному компоненті значення [Кутуза 2018, с. 173].
2. Дослідження метафоричних та метонімічних переносів. Наприклад, С. Ніколаєнко зазначає, що метафора є ефективним і м'яким засобом досягнення сугестивного впливу як у гіпнотичному стані, так і поза ним. Її сила полягає в подібності до проблеми сугеренда, образності, що відкриває доступ до підсвідомості, та багатозначності, яка дає змогу інтерпретувати зміст відповідно до особистих потреб [Ніколаєнко 2011].
3. Аналіз імпліцитних значень та підтексту. Неявні (імпліцитні) елементи значення можуть впливати на підсвідомість, минаючи свідомий раціональний контроль.

1.4.4 Стилістичний аналіз

Стилістичний аналіз є важливим методом дослідження засобів мовної сугестії, оскільки дозволяє вивчати стилістичні прийоми, що підсилюють сугестивний вплив.

П. Сімпсон розглядає стилістику як *«аналіз мовних форм, їхніх значень та функцій у контексті»* [Сімпсон 2004, с. 3] і наголошує на важливості вивчення стилістичних засобів для розуміння механізмів впливу тексту на реципієнта. В свою чергу, Л. Джеффріс та Д. Макінтайр пропонують інтегративний підхід до стилістичного аналізу текстів, що поєднує дослідження формальних характеристик тексту з аналізом їхніх функцій та впливу на реципієнта [Джефріс, Макінтайр 2010, с. 71].

Досліджуючи стилістичні прийоми у сугестивній рекламі, Н. В. Кутуза зазначає, що вони слугують дієвими засобами впливу як на свідомий, так і на підсвідомий рівень сприйняття реципієнта [Кутуза 2018, с. 195].

Основними напрямками застосування стилістичного аналізу в дослідженні мовної сугестії є:

1. Аналіз ритмічної організації тексту.
2. Вивчення стилістичних фігур (повтори, паралелізми, градація). О. О. Селіванова підкреслює, що *«стилістичні фігури посилюють експресивність тексту і підвищують його сугестивний потенціал»* [Селіванова 2008, с. 223].
3. Аналіз тропів (наприклад, метафора, метонімія, епітет) як засобів сугестивного впливу.

Отже, дослідження мовної сугестії потребує комплексного підходу із застосуванням взаємодоповнювальних методів: дискурс-аналізу для вивчення контексту і прихованих смислів, контент-аналізу для підрахунку сугестивних елементів, семантичного аналізу для дослідження значень і конотацій, а також стилістичного аналізу для виявлення засобів мовного впливу.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У результаті теоретичного аналізу феномену мовної сугестії в політичному дискурсі можна сформулювати такі висновки:

1. Мовна сугестія розглядається як латентний вербально-психологічний вплив на свідомість і підсвідомість реципієнта, що здійснюється за допомогою спеціально дібраних мовних і комунікативних засобів. У політичному дискурсі вона виступає важливим інструментом маніпулятивного впливу.

2. З'ясовано, що вербальна сугестія в політичному мовленні виконує низку функцій, зокрема навіювання, емоційного програмування та формування стереотипів. Основними одиницями реалізації цих функцій є фрази, лексеми, граматичні конструкції та інтонаційні засоби, які активують емоційний та асоціативний потенціал висловлювань.

3. З'ясовано, що існує низка варіацій класифікації стратегій впливу. Так, наприклад, В. В. Зірка виокремляє такі стратегії як: ідентифікація, делегітимізація, імунізація, інтимізація, клішування, провокація та персвазія.

4. Сучасний політичний дискурс відзначається високим рівнем емоційності, експресивності та риторичності. Його лексичний склад збагачений стилістичними фігурами, алюзіями, метафорами, символізмом, кліше, термінами та елементами гумору.

5. Методологія дослідження сугестивних механізмів у політичному мовленні спирається на дискурс-аналіз, контент-аналіз, семантичний та стилістичний аналізи. Такий багаторівневий підхід дозволяє всебічно дослідити особливості функціонування мовної сугестії в політичному комунікативному середовищі.

РОЗДІЛ 2. МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ СУГЕСТІЇ В НІМЕЦЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

2.1 Реалізація вербальної сугестії в політичному дискурсі Німеччини

У політичному дискурсі Німеччини вербальна сугестія виконує роль потужного інструменту впливу на масову свідомість. Вона реалізується через широкий спектр мовних і позамовних засобів, спрямованих на формування або модифікацію уявлень, переконань і поведінки реципієнтів за допомогою непрямого навіювання, маніпуляції та апеляції до емоцій.

Показовим прикладом реалізації стратегій вербальної сугестії є промова Адольфа Гітлера, виголошена 1 лютого 1933 року. Її змістове й стилістичне наповнення демонструє системне використання риторичних фігур і пропагандистських технік, головна мета яких – сформуванню емоційно заряджений образ політичної реальності та залучити підтримку нового уряду [Веласкес 2013, с. 62].

Серед тропів домінує метафора. Наприклад, у реченні: «*Bauern, Arbeiter und Bürger, sie müssen gemeinsam die Bausteine liefern zum neuen Reich*» («Фермери, робітники та громадяни, разом вони повинні забезпечити “будівельні блоки” для нової імперії» (тут і далі переклад наш. – І.В.)) [38, с. 3], німецький народ ототожнюється з будівельними блоками — основою нового державного устрою. Інша метафора — «*In vierzehn Jahren haben sie eine Armee von Millionen Arbeitslosen geschaffen*» («За чотирнадцять років вони створили мільйонну армію безробітних») [там само, с. 3] – порівнює безробітних з армією, що створює образ масової та потенційно потужної сили. Вживання порівнянь, як-от: «*...die Familie als Keimzelle unseres Volks- und Staatskörpers in ihren festen Schutz nehmen*» («...твердо захищати сім'ю як осередок нашого національного і державного організму») [там само, с. 3],

підкреслює традиціоналістське розуміння родини як органічної основи нації [Веласкес 2013, с. 64].

Промова містить численні стилістичні фігури, наприклад, такі як: анафора («*In vierzehn Jahren...*», («Через чотирнадцять років...»)) «*Binnen von vier Jahren...*» («Впродовж чотирьох років») [38, с. 3]), що ніби ритмізує мовлення та сприяє запам'ятовуванню ключових ідей; анастрофа, як у прикладі «*Wie so oft in unserer Geschichte, bietet Deutschland seit diesem Tage der Revolution das Bild einer herzerbrechenden Zerrissenheit*» («Як неодноразово траплялося в нашій історії, Німеччина від цього революційного дня демонструє образ болісної внутрішньої роздертості») [там само, с. 1], спрямовує увагу слухача на повторюваність кризових станів у національній історії; персоніфікації («*Zwietracht und Haß hielten ihren Einzug*», («Розбрат і ненависть запанували»)) «*In einem unerhörten Willens- und Gewaltansturm versucht die kommunistische Methode des Wahnsinns das in seinem Innersten erschütterte und entwurzelte Volk endgültig zu vergiften und zu zersetzen*» («Неймовірним натиском волі та насильства комуністичний метод безумства прагне остаточно отруїти й роз'єднати народ, глибоко струшений і позбавлений коріння») [там само, с. 2]). Вони оживляють абстрактні поняття, надаючи їм ворожих рис.

Поряд із цим, у промові простежуються характерні пропагандистські техніки: твердження без доказів, як-от: «*Der Allmächtige hat seinem Volk den Segen verweigert*» («Всевишній відмовив Своєму народові в благословенні») [Веласкес 2013, с. 68], створює відчуття загрози та потреби в духовному порятунку. Використання, як це названо у статті, «блискучих узагальнень», таких як «*Freiheit*» («свобода»), «*Gleichheit*» («рівність»), «*Brüderlichkeit*» («братерство») [там само, с. 69], викликає позитивний емоційний відгук, не маючи конкретного змісту. Техніка хибної дилеми: «*Entweder bleibt der Kommunismus bestehen oder wir retten Deutschland*» («Або комунізм залишається, або ми рятуємо Німеччину») [там само, 69], нав'язує вибір лише між двома крайнощами.

Схожі стратегії спостерігаються і в інших промовах Третього рейху, зокрема у виступі Йозефа Геббельса в берлінському Спортпаласі 18 лютого 1943 року. Там фіксується цілий комплекс маніпулятивних стратегій: плеоназми («*Meine deutschen Volksgenossen und Volksgenossinnen*» («Мої німецькі співвітчизники та співвітчизниці»)) як засіб підсилення патетики [Випьорчик 2023, с. 206–207], використання пресупозицій та імплікатур, зокрема у твердженнях, що натякають на єврейську змову («*Das Ziel des Bolschewismus ist die Weltrevolution der Juden*» («Мета більшовизму - світова революція євреїв»)) [там само, с. 207], а також метафори хвороби й технічні образи для дегуманізації супротивника («*Weltpest*» («Всесвітня чума»), «*motorisierte Roboterdivisionen*» («механізовані роботодивізії»)) [там само, с. 208–209].

Ефективність таких впливів посилювалася за допомогою позамовних заходів: ретельного відбору аудиторії, оформлення простору для концентрації уваги, масового характеру заходів і риторичного піднесення аудиторії як представника німецького народу [там само, с. 205]. Особливе значення мала емоційність – як засіб гальмування рефлексії, що сприяє нерелективному засвоєнню інформації [там само, с. 205–206].

У сучасному демократичному політичному дискурсі Німеччини, попри відсутність тоталітарного примусу, маніпулятивні стратегії продовжують залишатися актуальними, хоч і в більш завуальованій формі. Однією з ключових форм вербальної сугестії є політичний слоган – носій ідеологічної інформації, що встановлює комунікативний контакт з адресатом і спонукає його до дії з прогнозованим результатом [Ковальова 2013].

Варто зазначити, що лише 8% політичних слоганів містять відкритий заклик до голосування. Натомість домінує прихована інтенція, яка маскує цілі комунікатора й створює ілюзію автономії адресата [там само]. Гіперболізація — ще один приклад сугестивного інструменту, що моделює відсутність альтернатив, як-

от у гаслі партії Зелених: «*Aus der Krise hilft nur Grün*» («Вихід з кризи - тільки через зелених») [там само]. Такі висловлювання впливають на свідомість виборця, формуючи образ єдиного можливого виходу із ситуації.

Велику роль у посиленні сугестивного ефекту відіграє синергія вербальних і невербальних засобів. Зокрема, у політичних плакатах німецьких партій активно застосовуються графічні та типографічні акценти — колір, підкреслення, розділові знаки, інтеграція невербальних символів — які підсилюють або переосмислюють основне повідомлення [Підлужна 2024, с. 69]. Наприклад, у слогані партії Зелених «*DAS SCHWEIN IST UNS NICHT WURST!*» («**СВИНЯ** нам не **КОВБАСА!**») або «**СВИНЯ** нам не **БАЙДУЖА!**») візуальні акценти фокусують увагу на ключових елементах мовної гри, підсилюючи маніпулятивний вплив [там само, с. 70].

Крім того, варто звернути увагу на прагматичну спрямованість політичної мови: вона «*виконує функцію актуалізації соціальних проблем і цінностей, спонукає до соціальної взаємодії*» [Кемпер 2022, с. 2]. Як відзначається у збірнику «*Sprache in Politik und Gesellschaft*», сучасна політична комунікація часто оперує «*прагматичними засобами представлення ідеології*», використовуючи стратегії позиціонування для впливу на колективну свідомість [там само, с. 2–3].

Отже, як історичний, так і сучасний політичний дискурс Німеччини демонструє високу ефективність реалізації вербальної сугестії. Незалежно від ідеологічного забарвлення, вона реалізується через комплекс лінгвістичних, прагматичних та емоційних засобів, що забезпечують цілеспрямований вплив на реципієнта, використовуючи як відкриті, так і приховані стратегії впливу.

2.2 Методи впливу політичної партії «Альтернатива для Німеччини»

Після ознайомлення з сугестивними методами загального німецького політичного дискурсу, варто приділити увагу методам, які використовуються однією з найбільш популярних і впливових партій Німеччини – «Альтернатива для

Німеччини» (далі – AfD), яка за відносно короткий період свого існування продемонструвала здатність ефективно використовувати широкий спектр методів впливу на німецьке суспільство. Її діяльність охоплює як традиційні політичні інструменти, так і новітні механізми гібридного впливу, що включають популістську риторику, стратегічну дезінформацію, активне використання цифрових медіа, мовну політику та співпрацю з іноземними авторитарними силами. Завдяки цим особливостям політична діяльність AfD є різнобічною та вирізняється серед інших партій у сучасній Німеччині.

Варто розпочати з того, що одним із ключових інструментів, який використовує партія, є формування та поширення специфічних наративів, що апелюють до страхів, підозр і недовіри до демократичних інституцій. Такі наративи охоплюють теми міграції, ісламізації, антивакцинованості, кліматичного скептицизму, змов еліт тощо. Вони подаються як *«альтернативні пояснення»* реальності, що знаходить відгук серед громадян, розчарованих у традиційних політичних та інформаційних джерелах [Суттерова 2024, с. 89–90]. У цьому контексті AfD постає як гібридна загроза, яка не лише формулює опозиційну думку, а й активно підриває довіру до державних інституцій та демократичного устрою [там само, с. 90].

Особливу роль у цій стратегії відіграє цифрова комунікація. AfD ефективно використовує соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) для мобілізації своїх прихильників, поширення політичних повідомлень та нарощування впливу. У порівнянні з іншими партіями, AfD демонструє вищу активність у цифровому просторі, використовуючи агресивну та провокаційну риторику, яка сприяє віральності контенту [Серрано 2019, с. 215-216]. Водночас партія уникає складних соціально-економічних питань, натомість концентрується на культурних та ідентичнісних аспектах, зокрема, як вже згадувалось, на критиці міграційної політики.

Згідно з аналізом соціальних мереж, AfD отримує значно більше взаємодій (вподобань, поширень, коментарів), ніж інші політичні сили, що зумовлено не лише стилем комунікації, а й застосуванням соціальних ботів та онлайн-спільнот, які цілеспрямовано просувають партійний контент. Прикладами таких мереж є Infokrieg та Reconquista Germania, які координували дії в інтернеті на підтримку AfD [там само, с. 216]. Це створює ілюзію масової підтримки та сприяє маніпуляції громадською думкою.

Крім цифрової активності, значну роль у стратегії AfD відіграє зовнішньополітичний вектор, зокрема ідеологічне зближення з інтересами держави-терориста. Зафіксовані численні контакти представників партії з прокремлівськими структурами, включно з фінансовими транзакціями та участю в проросійських заходах, таких як Ялтинський міжнародний економічний форум [Суттерова 2024, с. 91]. Це свідчить про зовнішню підтримку, яка використовується для легітимізації політики, що суперечить європейським цінностям.

Ще одним важливим інструментом впливу AfD є мовна політика, яка використовується не лише як культурна, а й як політична зброя. У програмі партії, ухваленій 2016 року, один із дванадцяти розділів повністю присвячений питанню мови, що підкреслює її важливість у політичній стратегії партії [Лобін 2020, с. 1]. Вже у преамбулі програми наголошується на необхідності захисту німецької мови як елементу національної ідентичності та складової західної християнської культури.

AfD застосовує кілька методів мовного впливу:

1. Партія подала низку законодавчих пропозицій щодо закріплення німецької мови як державної в Основному законі, а також виступала з ініціативами щодо статусу німецької мови в Європейському Союзі [там само, с. 1].
2. Підтримка петицій проти гендерно-нейтральної мови: партія активно підтримує громадські ініціативи на кшталт *«Покінчимо з гендерною*

нісенітницею», виступаючи як захисник традиційних мовних форм та соціальних цінностей [там само, с. 1].

3. У програмі AfD підкреслюється нерозривний зв'язок німецької мови з історичним, культурним і ціннісним контекстом німецького народу [там само, с. 2].
4. Партія поширює риторику про «затоплення англiцизмами» та небезпеку англomовної домінації в науці, економіці та культурі, що використовується для мобілізації електорату [там само, с. 1].
5. AfD використовує мовні питання для просування націоналістичної програми, критики політичної коректності та легітимізації популістських дискурсів [там само, с. 5].
6. У той час як у програмі AfD міститься 12–15 мовно-політичних позицій, програми інших партій мають значно менше таких пунктів, що дозволяє AfD позиціонувати себе як головного захисника німецької мови [там само, с. 4].

Таким чином, мовна політика є не лише культурним елементом, а й інструментом політичного залучення, що використовується для підкреслення національної ідентичності, боротьби з інтернаціоналізацією та посилення впливу AfD в суспільстві.

Значний ризик для демократичного ладу також становлять ідеологічні позиції партії. За даними Німецького інституту з прав людини, у програмі AfD простежуються расистські та нацистські елементи, що суперечать статті 1 Основного закону Німеччини, яка гарантує недоторканність людської гідності [Кремер 2023, с. 23–24]. Яскравим уособленням цієї ідеології є Бйорн Гекке — політик, який неодноразово робив заяви, що містять елементи націонал-соціалістичної риторики та ставлять під сумнів універсальність прав людини [там само, с. 40].

Отже, методи впливу партії «Альтернатива для Німеччини» виходять за межі звичайної політичної конкуренції. AfD активно поширює наративи, що підривають довіру до демократичних інституцій, використовує цифрові інструменти для маніпуляції громадською думкою, впроваджує мовну політику як засіб політичного впливу, співпрацює з зовнішніми авторитарними режимами та просуває світогляд, який суперечить ліберально-демократичним засадам. У сукупності це становить серйозну гібридну загрозу як для Німеччини, так і для Європейського Союзу загалом.

2.3 Особливості політичної риторики Аліси Вайдель

Політична риторика Аліси Вайдель, співголови ультраправої партії «Альтернатива для Німеччини» (AfD), є складним інструментом переконання, що поєднує ідеологічну цілісність із високим рівнем комунікативної адаптивності. Її публічні виступи, тексти та поведінка в медіа показують, що вона використовує різні риторичні прийоми, щоб впливати на виборців — як через емоції, так і через думки. Однією з головних особливостей її риторики є, звісно, сугестивність — здатність навіювати певні образи, смисли й емоції без чітких аргументів.

Центральна ідея, яку просуває А. Вайдель, є національна гомогенність як необхідна умова для існування демократичного суспільства. У своїй книзі «Widerworte. Gedanken über Deutschland» («Заперечення. Думки про Німеччину») вона чітко протиставляє універсалістську ідею демократії етнонаціональному підходу: справжня демократія, за її логікою, можлива лише в межах етнічно, культурно й мовно однорідної нації [49]. Таке звуження політичного поняття до етнічного еквівалента є потужним риторичним прийомом, що трансформує уявлення про демократію у свідомості аудиторії.

А. Вайдель послуговується такими фразами, як, наприклад: *«мультикультурна демократія – це суперечність у термінах»*, – створюючи у

слухача враження логічної несумісності між багатокультурністю та демократичним ладом. Таким чином, ідея демократії в її риториці не тільки переосмислюється, а й асоціюється з загрозою національному порядку, що глибоко апелює до емоцій страху, втрати й «іншості» [там само].

Одним із найпоширеніших прийомів риторики А. Вайдель є побудова бінарної опозиції «ми» – «вони», де «вони» – це іммігранти, зокрема з мусульманських країн. У виступі 2017 року у Бундестазі вона називає мігрантів *«бурками, чоловіками з ножами та іншими нікчемами»*, використовуючи зневажливу лексику, яка викликає автоматичні негативні асоціації [50].

Такі висловлювання мають глибоку сугестивну природу: вони емоційно заряджені, яскраві, легко запам'ятовуються і формують чіткий образ «Іншого» як джерела небезпеки. Через повторюваність і використання шокової лексики аудиторія починає несвідомо сприймати тезу про загрозу як очевидну й логічну. Риторика А. Вайдель тут працює не на логіку, а на рефлексі – страх, гнів, відчуття несправедливості [50].

Після нападу на різдвяному ярмарку в Магдебурзі А. Вайдель виступила з емоційною промовою, що поєднує співчуття, страх і політичну вимогу змін. Вона відкрила виступ із висловлення співчуття, але швидко перевела увагу на *«провал системи»*, вказуючи на винуватість чинної влади внаслідок *«ірраціональної політики відкритих кордонів»* [44].

Це приклад сугестивного перекладання відповідальності: через сильну емоційну подію (теракт) слухачі легко приймають запропоновану причину – імміграційну політику. Вислів *«це не ізольований випадок»* діє як ментальна рамка, що дозволяє аудиторії сприймати будь-які подібні випадки як ланки єдиного ланцюга, спричиненого *«політикою еліт»* [там само]. А. Вайдель, використовуючи такі мовні конструкції, не просто подає факт – вона формує інтерпретацію, яка стає основою для політичної дії та емоційної мобілізації.

На відміну від багатьох популістів, А. Вайдель ретельно вибудовує свій публічний образ як *«раціонального політика»*. Її мова – стримана, міміка – спокійна, манери – врівноважені. У багатьох інтерв'ю вона відповідає впевнено, без емоційних спалахів, а свої дописи в соцмережах супроводжує інфографікою з *«логічними»* аргументами [45].

Такий фасад виконує потужну сугестивну функцію: публіка сприймає її як *«об'єктивну»* й *«помірквану»*, навіть коли зміст її промов містить типову ультраправу риторику. У виступі в Кельні вона заявила, що *«політична коректність має бути викинута на смітник історії»*, супроводжуючи це апеляцією до *«демократів і патріотів»*, голос яких нібито придушується [там само].

Це типова для популістського фрейму стратегія – претензія на монополію на *«справжню демократію»* та *«волю народу»*. Під маскою *«здорового глузду»* ховається риторика виключення та сегрегації. До того ж сугестія працює на всіх рівнях: візуальному (образ розсудливої жінки), семантичному (апеляція до *«народу»*), емоційному (використання страху й гніву) [там само].

А. Вайдель також активно просуває ідею прямої демократії, зокрема проведення референдумів і прямого обрання посадовців, як шлях до *«відродження»* демократії [там само]. Вона стверджує, що *«демократія має бути доповнена рішеннями народу»*, що звучить привабливо для широкої аудиторії. Однак це є ще одним сугестивним прийомом – таке формулювання створює ілюзію доступу до влади, хоча на практиці це може означати лише зменшення ролі інституцій і збільшення простору для маніпуляцій через масову думку [там само].

Це ще одна форма підміни понять, де реальна демократія – як складна система стримувань, прав і відповідальності – замінюється на емоційне уявлення про *«народну волю»* як єдине джерело легітимності. Така риторика надзвичайно ефективна, бо апелює до глибинних прагнень людини – мати контроль, бути почутою, впливати [там само].

Риторика політикині є взірцем стратегічної комунікації з глибокими сугестивними елементами. Вона впливає на свідомість аудиторії не лише змістом, а й формою, інтонацією, образом мовця. Її виступи демонструють, як радикальні ідеї можуть бути подані в прийнятному, навіть симпатичному вигляді – завдяки поєднанню націоналістичних концептів, емоційної залученості, антиелітарної риторики та образу «розумної альтернативи».

Отже, можна підсумувати, що сугестивність риторики А. Вайдель працює на кількох рівнях:

1. **Ідеологічному** – через переосмислення базових політичних понять (демократії, народу, держави);
2. **Емоційному** – через апеляцію до страхів, гніву та травм;
3. **Медійно-візуальному** – через створення авторитетного образу (інфографіка, титули, стриманість);
4. **Поведінковому** – через ретельно зрежисовану манеру мовлення, що викликає довіру.

2.4 Аналіз вербальних засобів сугестії промов Аліси Вайдель

2.4.1 Промова від 31.01.24

У цій промові Аліса Вайдель звернулася до президента Бундестагу, федерального канцлера та депутатів, різко розкритикувавши політику правлячої коаліції. Виступ вирізнявся популістською риторикою та конфронтаційним тоном. Промова була спрямована не лише до представників влади, а й до широкої громадськості завдяки телетрансляції та активному обговоренню в медіапросторі, де вона спричинила значний суспільний резонанс.

Найбільш домінантною стратегією в аналізованій промові є стратегія пониження, що згадується у вже згаданих роботах авторста О. Дяченка та О. Запорожець, спрямована на підрив авторитету політичних опонентів та правлячої

коаліції. Політикиня систематично використовує тактики демонстрації негативного ставлення, характеризуючи членів уряду як «*starrsinnigen Ideologen* (тут і далі переклад наш. – І. В.)» («вперті ідеологи») [46 (усі наведені далі цитати походять із цього джерела)] та стверджуючи, що «*Diese unfähige Regierung trägt als Einzige die Verantwortung für das Desaster...*» («Цей некомпетентний уряд є єдиним, хто несе відповідальність за катастрофу...») [там само]. Особливо показовим є використання неологізму «*Deindustrialisierungsminister Habeck*» («Міністр деіндустріалізації Габек»), який поєднує в собі як делегітимізацію конкретної особи, так і критику політичного курсу. Стратегія пониження реалізується також через створення образу ворога, що відповідає стратегії реіфікації, яка відноситься до класифікації виокремленої В.М. Петриком, і полягає в тому, що правляча коаліція систематично конструюється як деструктивна сила: «*ist der Brandstifter*» («є підпалювачем»), «*Sie ziehen eine Schneise der Verwüstung durch dieses Land*» («Вони прокладають смугу спустошення через цю країну»).

Паралельно зі зниженням опонентів, промовець застосовує згадану у праці О. Запорожець стратегію підвищення власного статусу та партії AfD, позиціонуючи її як «*die Oppositionskraft, auf die immer mehr Bürger ihre Hoffnung setzen*» («Опозиційна сила, на яку покладає надії все більше громадян»). Це створює дихотомічну картину політичного простору, де AfD уособлює надію та рятування, а правляча коаліція – руйнування та занепад. Така бінарна опозиція є характерною ознакою популістського дискурсу та потужним засобом сугестивного впливу.

А. Вайдель активно використовує стратегію ідентифікації з народом, яка виокремлена у праці В. В. Зірки, позиціонуючи себе як захисницю інтересів звичайних громадян. Мовними засобами реалізації цієї стратегії є детальне перерахування соціальних груп: «*Bauern, Handwerker, Mittelständler, Gastwirte, Händler, Transportunternehmer*» («фермери, ремісники, представники середнього класу, власники ресторанів, торговці, підприємці транспортних компаній»), що

створює ефект всеохопності та солідарності з усіма верствами суспільства. Апеляція до статистичних даних: «*Drei Viertel der Deutschen stehen hinter den Mittelstandsprotesten, drei Viertel wünschen sich ein Ende dieser Regierung*» («Три чверті німців підтримують протести середнього класу, три чверті хочуть відставки цього уряду») слугує легітимізації власної позиції та створенню ілюзії масової підтримки.

В. В. Зірка виділяє у своїй класифікації сугестивних стратегій також і стратегію викривлення інформації, що проявляється через фактологічне маніпулювання, коли промовець використовує селективну подачу фактів та їх інтерпретацію у власних інтересах. Використання цієї стратегії можна прослідкувати в такому твердженні А. Вайдель: «*Über 1 000 Frauen werden jedes Jahr Opfer sexueller Gewalt durch Zuwanderer*» («Щороку понад 1000 жінок стають жертвами сексуального насильства з боку іммігрантів»). Тут інформація подається без контексту загальної статистики злочинності, що створює спотворене уявлення про масштаби проблеми. Така аргументативна тактика порушує постулати конструктивного спілкування через односторонню подачу інформації та ігнорування альтернативних поглядів, представляючи економічні проблеми винятково як результат політики уряду.

Стратегія театральності охоплює тактики, спрямовані на емоційний вплив і створення враження. Використання емоційно забарвленої лексики, такої як «*Es brennt in Deutschland*» («У Німеччині пожежа»), створює апокаліптичний образ сучасної Німеччини та стан кризи, що потребує негайного втручання. Риторичні запитання, зокрема «*Das ist eine Eins mit wie vielen Nullen, Herr Habeck?*» («Це одиниця зі скількома нулями, пане Габек?»), слугують не лише засобом іронії, але й способом залучення аудиторії до псевдодіалогу, створюючи ілюзію безпосереднього спілкування.

Лексичні засоби сугестії представлені широким спектром негативно конотованих лексем: «*Brandstifter*» («підпалювач»), «*Schneise der Verwüstung*» («смуга спустошення»), «*steuerfinanzierte Denunziation*» («викриття за рахунок податків»), «*Verleumdungskampagne*» («кампанія з наклепу»).

Метафоричність промови проявляється через образи наадзвичайних ситуацій, коли стан країни описується через категорії хвороби у вже згаданому виразі «*Es brennt in Deutschland*» («У Німеччині пожежа»), де горіння як символ надзвичайного стану, що потребує негайного втручання. Це створює відчуття невідкладності та необхідності радикальних змін, що є характерним для популістського дискурсу.

Синтаксичні засоби включають паралелізм, який посилює емоційний вплив через повторення синтаксичних конструкцій: «*Sie reden vom Sparen; aber Siebürden die Lasten allein den Bürgern auf*» («Ви говорите про заощадження, але всі тягарі покладаєте лише на громадян»). Контраст між словами та діями уряду підкреслює його нещирість та лицемірство. Риторичні запитання використовуються для залучення аудиторії та створення ілюзії діалогу, хоча насправді вони слугують засобом одностороннього впливу.

Прагматичні засоби представлені прямими зверненнями, які створюють ефект безпосередньої конфронтації: «*Schämen Sie sich! Schämen Sie sich in Grund und Boden!*» («Сором вам! Вам має бути нестерпно соромно!»). Такі звернення не лише виражають емоційне ставлення промовця, але й програмують відповідну емоційну реакцію аудиторії. Категоричні твердження, зокрема «*Diese Regierung hasst Deutschland*» («Цей уряд ненавидить Німеччину»), використовують абсолютні судження без нюансів, що є характерною ознакою маніпулятивного дискурсу.

Маніпулятивні прийоми А. Вайдель включають чорно-біле мислення, коли складні політичні та економічні питання представляються у спрощеному форматі «добро проти зла». Апеляція до страху систематично нагнітає тривоги щодо

економічного занепаду, міграційної кризи та втрати національної ідентичності. Селективна статистика використовується без контексту, що створює спотворене уявлення про реальний стан справ.

Псевдопатріотизм проявляється через монополізацію права говорити від імені «справжніх німців» та звинувачення опонентів у ненависті до власної країни. Фінальне твердження «*Weil Sie Ihr eigenes Land, weil Sie Deutschland hassen. Diese Regierung hasst Deutschland*» («Бо Ви ненавидите власну країну, бо ви ненавидите Німеччину. Цей уряд ненавидить Німеччину») є кульмінацією цієї промови, створюючи максимальний емоційний ефект через звинувачення у зраді національних інтересів.

Психолінгвістичні механізми впливу включають емоційне зараження через використання емоційно насичених виразів, що знижує критичне мислення аудиторії. Систематичне повторення таких ключових ідей, як критика міграційної політики («*Sie fluten das Land weiter mit illegalen Migranten. Jeder kann kommen, keiner muss gehen.*» («Ви й далі заповнюєте країну нелегальними мігрантами. Кожен може прийти, ніхто не мусить іти»)), економічних проблем («*Normalverdiener, Rentner, Familien, Mittelständler, Freiberufler müssen sich Jahr für Jahr mehr einschränken*» («Представники середнього класу, пенсіонери, сім'ї, фрилансери змушені щороку дедалі більше обмежувати себе»)), енергетичної політики («*Diese unfähige Regierung trägt als Einzige die Verantwortung für das Desaster in unserem Land... mit Ihrer zerstörerischen Politik der künstlichen Energieverknappung und Energieverteuerung*» («Цей некомпетентний уряд несе одноосібну відповідальність за катастрофу в нашій країні... зі своєю руйнівною політикою штучного дефіциту енергії та її здорожчання»)) – створює ефект навіювання та закріплює основні тези в свідомості слухачів.

Отже, проведений аналіз демонструє, що у промові Аліси Вайдель домінуючими є стратегії зниження та ідентифікації, що реалізуються через

широкий спектр вербальних засобів. Також слід відзначити систематичне використання стратегії реіфікації та викривлення інформації, що є характерними ознаками популістського дискурсу. Аліса Вайдель майстерно поєднує емоційний вплив з раціональною аргументацією, створюючи потужний сугестивний ефект.

2.4.2 Промова від 20.03.24

Варто зазначити, що промова, яка буде проаналізована у цьому підпункті, присвячена питанням участі Німеччини у війні між Україною та росією та позиції щодо Європейської Ради. Вона демонструє системне використання різноманітних вербальних засобів сугестії з метою впливу на аудиторію та формування певного ставлення до зовнішньополітичних питань.

Найбільш вираженою в промові А. Вайдель є стратегія делегітимізації, яка описує у своїй праці В. М. Петрика. Стратегія має на меті знищення іміджу опонента та реалізується через систематичне підривання авторитету політичних противників. У промові А. Вайдель послідовно дискредитує своїх опонентів через негативне маркування: «*schwarz-grüne Koalition der Kriegstreiber*» («чорно-зелена коаліція розпалювачів війни») [47 (усі наведені далі цитати походять із цього джерела)]. Воно створює асоціацію коаліції власне з розпалюванням війни. Або, наприклад, фраза, «*FDP-Rüstungslobbyistin Strack-Zimmermann*» («лобістка ВДП з питань оборони Штрак-Ціммерманн») дискредитує згадану політикиню, а звинувачення Фрідріха Мерца в «*bemerkenswerte Geschichtsvergessenheit*» («разючому забутті історії») підриває його компетентність. Критика стилю опонентів як «*martialische Rhetorik*» («войовнича риторика») додатково знижує їхній авторитет в очах аудиторії.

Паралельно з делегітимізацією опонентів ця промова також демонструє стратегію реіфікації через створення негативного образу «військових ескалаторів». Використання термінів «*Kriegstreiberei und Kriegsrhetorik*» («розпалювання війни і

воєнна риторика») для характеристики діяльності європейських та німецьких політиків, зображення політичної діяльності як «*kriegerischer Überbietungswettbewerb*» («змагання з воєнної ескалації») формує в свідомості аудиторії чіткий образ ворога миру та стабільності.

Згадана раніше стратегія пониження, використовується Алісою Вайдель і тут. Применшення можливостей Бундесверу через характеристику «*desolater Zustand der eigenen Streitkräfte*» («жалюгідний стан власних збройних сил») та конкретизацію критики як «*keine einzige einsatzfähige Heeresbrigade*» («жодної боєздатної армійської бригади») створює враження некомпетності керівництва країни. Моральна дискредитація опонентів через їх характеристику як «*Torheit und Hybris*» («дурість і пихатість») підсилює негативне сприйняття їхніх дій.

Водночас оратор майстерно застосовує стратегію підвищення для позитивного самопредставлення, позиціонуючи себе як представника «*rationaler Politik*» («раціональної політики») та претендуючи на «*Realistische Außenpolitik*» («реалістичну зовнішню політику»). Апеляція до «*wohlverstandenen Interesse unseres eigenen Landes*» («правильно усвідомлених інтересів нашої власної країни») створює враження турботи про національні інтереси, що підвищує довіру до оратора.

Стратегія ідентифікації, що полягає в ототожненні політика з народом, реалізується через підкреслення приналежності до німецької нації в фразах «*unseres eigenen Landes und unseres eigenen Volkes*» («нашої власної країни і нашого власного народу») та акцент на національному суверенітеті в твердженні, що «*Deutsche Interessen werden in Berlin vertreten und definiert, nicht etwa in Kiew oder in Washington*» («Німецькі інтереси представляються і визначаються в Берліні, а не в Києві чи у Вашингтоні»). Розширення ідентифікації на європейський рівень через заклик діяти «*zum Besten des eigenen Volkes und der Völker Europas*» («на благо

власного народу та народів Європи») створює враження широкої підтримки позиції оратора.

Стратегія викривлення інформації проявляється в переформулюванні характеру конфлікту як «*Stellvertreterkrieg der USA gegen Russland*», («проксі-війна США проти росії»), а також категоричному запереченні можливостей України через твердження про «*nicht den leisesten Hauch einer Chance*» («ані найменшого шансу») та дискредитацію офіційної позиції сил України як «*unrealistisch*» («нереалістичних») змінюють сприйняття реальних обставин конфлікту.

Стратегія театральності, спрямована на емоційний вплив та створення враження, реалізується через драматизацію ситуації в описі «*verhängnisvolle Blutvergießen mitten in Europa*», («фатальне кровопролиття в самому серці Європи») емоційний акцент на «*zahllose Soldatenleben*» («незлічені життя солдат») та створення атмосфери загрози через попередження про «*stete Gefahr der Eskalation zu einem dritten Weltkrieg*» («постійну загрозу ескалації до третьої світової війни»). Ці засоби активізують емоційні реакції аудиторії та підсилюють сугестивний вплив.

Інші стратегії, які В. В. Зірка відносить до своєї класифікації – стратегія імунізації та аргументативна стратегія. Елементи стратегії імунізації проявляються через апеляцію до традиційних німецьких цінностей та активізацію психологічних механізмів, пов'язаних з бажанням належати до певної спільноти. Посилання на «*das Friedensgebot im deutschen Grundgesetz*» («заповідь миру в Основному законі Німеччини») активізує конституційні принципи, твердження про те, що «*Deutschlands Interesse ist der Friede in Europa*» («Інтерес Німеччини – це мир у Європі») використовує міфологічний мотив Німеччини як миротворця, а заклик «*Gerade wenn die Waffen sprechen, darf die Diplomatie nicht schweigen!*» («Саме тоді, коли говорить зброя, дипломатія не може мовчати!») апелює до дипломатичних традицій країни.

Аргументативна стратегія в промові характеризується порушенням основних постулатів спілкування через селективну подачу фактів про стан Бундесверу, односторонню інтерпретацію міжнародної ситуації та замовчування контраргументів, що створює викривлене уявлення про реальність.

На лексичному рівні сугестивний вплив досягається через використання емоційно забарвленої лексики («*duster*» («похмурий»), «*verhängnisvoll*» («фатальний»), «*desolate*» («жалюгідний»)), метафор та образних виразів («*Blutvergießen*» («кровопролиття»), «*verschlingt*» («поглинає»), «*festgefahren*» («зайшла в глухий кут»)), а також політичної термінології з негативною конотацією («*Kriegstreiberei*» («розпалювання війни»), «*Defätismus*» («поразництво»)). Синтаксичний рівень характеризується повторами та анафорами («*Deutschland beteiligt sich... Deutschland liefert... Deutschland leistet...*» («Німеччина бере участь... Німеччина постачає... Німеччина надає...»)), паралелізмами («*Fraglos ist... Ebenso fraglos hat...*» («Безсумнівно... Так само безсумнівно...»)) та імперативними конструкціями («*Handeln Sie zum Besten des eigenen Volkes!*» («Дійте на благо власного народу!»)). Прагматичний рівень включає пресупозиції про негативні наслідки військової допомоги Україні та імплікатури щодо неефективності західної політики.

Отже, аналіз даної промови демонструє комплексне та системне використання вербальних засобів сугестії, що відповідає класичним стратегіям політичного маніпулювання. Аліса Вайдель майстерно поєднує стратегії делегітимізації опонентів, самопрезентації, ідентифікації з народом та театральності для досягнення максимального впливу на аудиторію. Використання стратегії викривлення інформації та селективної подачі фактів свідчить про маніпулятивний характер промови, спрямований на формування бажаної моделі світу у свідомості адресата. Таким чином, промова є яскравим прикладом використання сугестивних стратегій у політичному дискурсі, що підтверджує тезу

про цілеспрямованість впливу на свідомість і підсвідомість адресата з метою трансформації його концептуальної картини світу.

2.4.3 Промова від 06.06.24

Наступна промова була виголошена в Бундестазі під час пленарного засідання. Виступ був реакцією на трагічний інцидент у місті Мангайм, пов'язаний з нападом мігранта на поліцейського, і супроводжувався гострою критикою урядової міграційної та безпекової політики. Промова містить різкі політичні звинувачення, емоційно забарвлені оцінки, а також численні приклади статистичних даних і аргументів популістського характеру.

У своїй промові політикиня систематично застосовує емоційно забарвлену лексику для створення напруженої атмосфери та формування негативних асоціацій. Використання таких метафор, як «*Das Blutbad auf dem Mannheimer Marktplatz*» («басейн крові на мангеймській площі») [48 (усі наведені далі цитати походять із цього джерела)], створює драматичний ефект та підсилює емоційне сприйняття подій. Епітети «*mörderischen Folgen einer verantwortungslosen Migrationspolitik*» («смертоносні наслідки безвідповідальної міграційної політики») формують негативне ставлення до міграційної політики через поєднання слів з яскраво вираженою негативною конотацією. Особливо показовим є використання терміну «*Horrorzahl von 761 Gruppenvergewaltigungen*» («жахлива цифра 761 групового зґвалтування»), де слово «*Horrorzahl*» («жахливе цифра») підсилює емоційний вплив статистичних даних.

Стратегія реіфікації чітко простежується через систематичну демонізацію мігрантів. Промовець використовує стигматизійні означення «*islamistischer Attentäter*» («ісламістський терорист»), «*afghanischen Messerstecher*» («афганський нападник з ножем»), «*Polizistenmörder von Mannheim*» («вбивця поліцейського з Мангейма»), які формують негативний образ через етнічні та релігійні маркери.

Об'єднання різних категорій осіб під загальним означенням «*Verbrecher und Asylbetrüger*» («злочинці й шахраї в системі надання притулку») створює узагальнений образ ворога суспільства, а формулювання «*importierten islamistischen Extremismus*» («імпортований ісламістський екстремізм») представляє міграцію як зовнішню загрозу національній безпеці.

Стратегія делегітимізації реалізується через систематичну дискредитацію політичних опонентів. Пряме звинувачення «*Ihre Heuchelei ist tödlich*» («Ваше лицемірство смертельне») спрямоване на знищення морального авторитету опонентів, а твердження «*Sie relativieren die Bedrohung*» («Ви применшуєте загрозу») представляє їх як таких, що не розуміють серйозності ситуації. Звинувачення «*Sie missbrauchen die Ressourcen der Sicherheitsbehörden*» («Ви зловживаєте ресурсами правоохоронних органів») має на меті підірвати довіру до компетентності влади в питаннях безпеки.

Маніпулятивне використання статистичних даних демонструє стратегію викривлення інформації. Твердження «*40 Prozent der Tatverdächtigen sind ausländische Staatsbürger – dreimal mehr als ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung*» («40 відсотків підозрюваних – іноземні громадяни – у три рази більше, ніж їх частка в населенні загалом») подається без належного контексту, що створює спотворене уявлення про реальний стан справ. Формулювання «*Seit 2021 hat die Zahl der Messerangriffe um ein Drittel zugenommen. Es gab fast 15 000 Messerangriffe im letzten Jahr, fast 40 täglich*» («З 2021 року кількість злочинів із застосуванням ножів збільшилася на третину. У минулому році зареєстровано майже 15 000 таких злочинів, що становить майже 40 випадків на добу») використовує щоденну проєкцію для драматизації статистики. Псевдонаукова аргументація підкріплюється категоричним ствердженням «*das ist Fakt*» («це факт»), яке створює ілюзію незаперечності наведених даних.

Стратегія театральності проявляється через емоційний вплив та створення драматичних образів. Провокативне твердження «*schlafwandeln Sie am Rande eines dritten Weltkrieges*» («Ви, як сомнамбули, стоїте на межі третьої світової війни») створює відчуття катастрофи та невідворотності.

Стратегія зниження реалізується через систематичне применшення опонентів та їхній дій. Характеристика міграційної політики як «*verantwortungslose Migrationspolitik*» («безвідповідальна міграційна політика») знецінює урядові рішення, а іронічне найменування, яке вже було згадане в іншій промові А. Вайдель, «*Deindustrialisierungsminister Habeck*» («міністр деіндустріалізації Габек») спрямоване на дискредитацію політика. Знецінення аргументів опонентів через означення їх як «*leeren Phrasen*» («пусті слова») має на меті підірвати довіру до їх позиції.

Риторичні засоби та стилістичні фігури використовуються для підсилення персуазивного ефекту. Метафора «*aus dem Ruder gelaufenen Scheinasylantentums*» («фальшива система притулку, що вийшла з-під контролю») поєднує морську термінологію з негативною оцінкою міграційних процесів. Економічні проблеми описуються через метафору «*Spirale der kalten Enteignung*» («спіраль холодної експропріації»), що створює відчуття безвиході. Біблійна алюзія та морська метафора в «*Exodus des Flaggschiffs BASF*» («вихід флагмана БАСФ») підкреслюють масштабність економічних втрат.

Повтори «*Er ist ein Produkt... Er ist das Produkt... Er ist das Ergebnis... Und er ist kein Einzelfall. Er ist einer von vielen...*» («Він – продукт... Він – цей продукт... Він – результат... І він – не поодинокий випадок. Він – один із багатьох...») створюють ритмічність та підсилюють емоційний вплив через накопичення негативних характеристик. Градація «*verantwortungslos*» → «*zynisch*» → «*tödlich*» («безвідповідальний» → «цинічний» → «смертельний») демонструє наростання негативної оцінки, а гіперболізація через «*millionenfachen Missbrauchs des*

Asylsystems» («мільйонні зловживання системою надання притулку»), «*Abermilliarden für die Illusion*» («безліч мільярдів на ілюзію»), «*gigantische 176 000*» («гігантські 176 000») створює враження катастрофічних масштабів проблем.

Елементи стратегії амальгамування проявляються через створення спільної ідентичності за допомогою формулювань «*unser Land*» («наша країна»), «*unsere Grenzen*» («наші кордони»), які об'єднують А. Вайдель з аудиторією. Ідентифікація з «*arbeitende Bevölkerung*» («населення робітників») та апеляція до «*Bürger und ihre Rechte*» («громадяни та їхні права») створюють відчуття спільності інтересів між політикинею та громадянами.

Стратегія імунізації реалізується через використання міфологічних мотивів, що є ефективними для конкретного суспільства. Міф про загрозу зовні втілюється в концепції «*importierten islamistischen Extremismus*» («імпортований ісламістський екстремізм»), міф про втрачений рай проявляється через ностальгію за безпечною Німеччиною минулого, а міф про необхідність рішучого лідера імпліцитно презентує AfD як рятівника нації.

Фрагмент «*Das Blutbad auf dem Mannheimer Marktplatz bringt den Verfall der Sicherheit im öffentlichen Raum und die mörderischen Folgen einer verantwortungslosen Migrationspolitik ins öffentliche Bewusstsein*» («Басейн крові на мангеймській площі виводить на загальне усвідомлення занепад безпеки в публічному просторі та смертоносні наслідки безвідповідальної міграційної політики») одночасно створює образ ворога, дискредитує владу та здійснює емоційний вплив.

Можна стверджувати, що промова ефективно реалізує всі три ключові стратегії політичного дискурсу в контексті боротьби за владу: стратегію пониження опонентів через відкрите засудження міграційної політики, стратегію підвищення власного статусу через імпліцитну презентацію AfD як єдиної альтернативи, та стратегію театральності на прикладі фрази «*schlafwandeln Sie am Rande eines dritten Weltkrieges*» («Ви, як сомнамбули, стоїте на межі третьої світової війни»).

Когнітивний вплив промови спрямований на трансформацію концептуальної свідомості адресата через перекодування реальності, де міграція ототожнюється з загрозою, зміну ціннісних орієнтацій з пріоритетом безпеки понад толерантність, та формування нової моделі світу, в якій Німеччина перебуває під загрозою зникнення.

Аналіз цієї промови підтверджує, що Аліса Вайдель послуговується системним та професійним використанням широкого спектру вербальних засобів сугестії. Основними стратегічними підходами є стратегія реіфікації через створення образу ворога за допомогою етнізації та релігіюїзації злочинності, стратегія делегітимізації через системну дискредитацію політичних опонентів, стратегія викривлення інформації через маніпулятивне використання статистики та фактів, та стратегія театральності через емоційну драматизацію для залучення аудиторії.

Отже, можна дійти висновку, що в сучасному політичному дискурсі сугестивні стратегії є не просто риторичними прийомами, а систематичними інструментами когнітивного впливу, спрямованими на фундаментальну зміну світоглядних установок електорату. Сугестивний вплив досягається комбінацією раціональних елементів (наприклад, у вигляді статистики) та логічних зв'язків з емоційними засобами, включаючи метафори, епітети та градації, що створює ефект переконливості зі збереженням високого рівня емоційного впливу на аудиторію.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2

У результаті аналізу вербальної сугестії в німецькому політичному дискурсі можна дійти до таких висновків:

1. Вербальна сугестія є невід'ємним складником німецького політичного дискурсу, що реалізується через комплекс мовних, прагматичних та емоційно забарвлених засобів, спрямованих на вплив на свідомість і підсвідомість реципієнта. Вона функціонує як у історичному, так і в сучасному політичному середовищі.

2. Вербальна сугестія в німецькому політичному дискурсі виконує не лише комунікативну, а й маніпулятивну та ідеологічну функції. Вона формує образи «своїх» і «чужих», конструює соціальну реальність і впливає на громадську свідомість, що є суттєвим чинником для оцінки ризиків демократичної стабільності.

3. Особливу увагу в дослідженні приділено політичній риториці Аліси Вайдель, однієї з лідерів партії «Альтернатива для Німеччини». Мовлення політичині активно використовує сугестивні стратегії: ідентифікацію (через протиставлення «ми – вони»), делегітимізацію опонентів, імунізацію (дискредитацію критики), інтимізацію (апеляцію до емоцій і страхів аудиторії). До основних мовних засобів, що реалізують згадані стратегії, належать: емоційно забарвлена лексика, метафори, риторичні запитання, анафора, гіперболи, контрастні опозиції та повтори. Особливої ваги набувають лексеми з негативною конотацією, що активізують емоційну реакцію аудиторії.

4. Риторика Аліси Вайдель вирізняється емоційністю, експресивністю, апеляцією до страху, патріотизму та захисту ідентичності, що сприяє формуванню стійких установок у свідомості адресата. Ефективність мовної сугестії забезпечується повторюваністю смислових структур, які апелюють до колективної пам'яті, соціальних стереотипів, а також використанням простої, доступної мови.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У межах цієї кваліфікаційної роботи здійснено всебічне дослідження вербальних засобів сугестії в німецькому політичному дискурсі на прикладі промов Аліси Вайдель – однієї з лідерок правопопулістичної партії «Альтернатива для Німеччини» (AfD). На основі проведеного аналізу можна зробити низку висновків.

Можна впевнено стверджувати, що вербальна сугестія виступає як важливий мовний інструмент прихованого впливу на свідомість і підсвідомість аудиторії, реалізується через комбінацію лексичних, синтаксичних, стилістичних та інтонаційних засобів і спрямована на формування певного емоційного тла, переконань і поведінкових моделей. У політичному дискурсі вона використовується для створення ідеологічно маркованих образів, стимулювання довіри до мовця та делегітимізації опонентів.

У теоретичному розділі було узагальнено класифікації комунікативних стратегій сугестії, до яких належать: ідентифікація, делегітимізація, провокація, персвазія, клішування та ін. Усі вони мають конкретні мовні реалізації, що виявляються у вживанні таких засобів, як емоційно забарвлена лексика, риторичні запитання, анафора, метафора, гіпербола, антонімічні конструкції, прецедентні вислови тощо. Ці засоби відіграють ключову роль у побудові ефективної риторики, здатної знижувати рівень критичного сприйняття повідомлення та підсилювати емоційну залученість адресата.

У другому розділі роботи було проаналізовано низку публічних виступів Аліси Вайдель, у яких систематично використовуються сугестивні стратегії. Серед найпоширеніших засобів були ідентифіковані: використання займенників «ми/наш» для створення ефекту спільності з аудиторією; емоційно насичені оцінні судження; апеляції до колективного страху чи загроз; образ ворога, що виявляється через делегітимізаційні конструкції; часте використання клішованих слоганів і повторюваних емоційних закликів.

Важливою перевагою дослідження стало застосування багаторівневого методологічного підходу, що включав дискурс-аналіз, контент-аналіз, семантичний і стилістичний аналізи. Це забезпечило комплексне бачення лінгвістичної природи сугестивного впливу, його структурних і функціональних особливостей у межах сучасного німецького політичного дискурсу.

Загалом дослідження підтвердило припущення про те, що промови Аліси Вайдель містять засоби сугестії різних типів. Особливо показово це виявляється в риториці популістської партії, яка активно експлуатує потенціал емоційної та підсвідомої взаємодії з аудиторією.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики. Львів: ПАІС, 2010. 336 с.
2. Баюн К. Й., Тараба І. О., Борковська О. В. Текст німецькомовної реклами: лінгвістичний вимір. Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі: матеріали II міжнар. наук.-теорет. конф., м. Амстердам, 29 жовт. 2021 р. Амстердам, 2021. Вип. 2. С. 22–25.
3. Гарбар І. О. Вербальні маркери сугестії в сучасному американському юридичному трилері: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Запорізький національний університет. Київ; Запоріжжя, 2019. 346 с.
4. Дяченко О. В. Стратегії та прийоми мовно-маніпулятивного впливу в ході політичного конфлікту. Актуальні проблеми політики. 2017. Вип. 59. С. 41–52.
5. Єфтені Н. М. Політичне маніпулювання: особливості застосування. Актуальні проблеми політики. 2015. Вип. 56. С. 234–241.
6. Запорожець О. Особливості політичного дискурсу у період світової економічної кризи. Політичний менеджмент. 2010. № 4. С. 83–93.
7. Зірка В. В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі: автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.04. Київ, 2005. 34 с.
8. Іванченко Р. Г. Текст у рекламі. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=49>
9. Ільницька Л. Л. Англomовний сугестивний дискурс: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2006. 20 с.
10. Коваленко А. М., Марченко Т. С. Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англomовних ЗМІ. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2019. Вип. 38, т. 1. С. 214–218.
11. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: монографія. Одеса: Астропринт, 2008. 324 с.

- 12.Ковальова Т. П. Комунікативні стратегії і тактики впливу в німецькому політичному дискурсі (на матеріалі слоганів політичної реклами). Мовні і концептуальні картини світу. 2013. № 43 (2). С. 197–204.
- 13.Козак С. В. Комунікативні стратегії як засіб маніпулятивного впливу в англomовних прес-релізах. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. 2012. Вип. 23. С. 68–70.
- 14.Компанцева Л. Ф. Лінгвістична експертиза соціальних мереж в умовах гібридних викликів національній безпеці України. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. 2020. Вип. 40. С. 119–139.
- 15.Кутуза Н. В. Комунікативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвістичний аспект: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. 736 с.
- 16.Левченко Л. О. Психологічні особливості діяльності засобів масової інформації. Людина і політика. 2001. № 2. С. 103-108.
- 17.Мудраченко Т. В. Сугестія як засіб мовленнєвого впливу. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». 2015. Вип. 15. С. 211–214.
- 18.Ніколаєнко С. Психологічні особливості базових видів сугестії. Світогляд. Філософія. Релігія: зб. наук. пр. Суми: ДВНЗ "УАБС НБУ", 2011. № 1(1). 6 с.
- 19.Пастернак Т. А. Комунікативна стратегія як конструктивна характеристика дискурсу. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 215-217.
- 20.Підлужна І. А. Стратегії впливу на адресата в політичних плакатах (на матеріалі німецької мови). Закарпатські філологічні студії. Ужгород: Видавничий дім "Гельветика", 2024. Т. 2, вип. 33. С. 69–73.

- 21.Пославська Н. Вербальні маркери сугестії у сучасній українській літературній повісті-казці Ю. Винничука «Місце для дракона». Проблеми гуманітарних наук. Серія: Філологія. 2021. Вип. 48. С. 145–151.
- 22.Пустовіт Т. М. Мовні засоби прихованого впливу у політичній рекламі. Матеріали XLVIII науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, м. Вінниця, 13-15 берез. 2019 р. Вінниця, 2019. С. 112-118.
- 23.Руденко Н. В. Сугестія як засіб формування громадської думки в сучасних англійськомовних інтернет-виданнях: інформаційно-комунікаційні стратегії та способи їх реалізації: дис. ... д-ра філософії: 061 / Сумський державний університет. Суми, 2022. 235 с.
- 24.Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
- 25.Стецик Т. С. Система лінгвістичних засобів вираження персуазивності в політичному дискурсі. Наукові записки. Серія «Філологічна». 2013. Вип. 36. С. 225–227.
- 26.Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева та ін.; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид. Київ: ВІПОЛ, 2011. 248 с.
- 27.Юшковець І. А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Донецьк, 2008. 20 с.
- 28.Cremer H. Warum die AfD verboten werden könnte: Empfehlungen an Staat und Politik. Berlin: Deutsches Institut für Menschenrechte, 2023. 72 S.
- 29.Fadeli M., Wardhani T. F., Setiawan A. Semiotics of political campaign through advertising boards. Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi. 2022. Vol. 6, No. 1. P. 14–30.

30. Fairclough N. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman, 1995. 265 p.
31. Jeffries L., McIntyre D. *Stylistics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. 226 p.
32. Kämper H., Plewnia A. *Sprache in Politik und Gesellschaft: Perspektiven und Zugänge*. Berlin; Boston: Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2022. 352 S.
33. Krippendorff K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2004. 413 p.
34. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 242 p.
35. Lobin H. Die Sprachpolitik der AfD. Die Engelberg-Galaxis. *Digitale Welten jenseits der Schriftkultur (Spektrum.de SciLogs)*. 2020. 6 S. URL: <https://scilogs.spektrum.de/engelbart-galaxis/die-sprachpolitik-der-afd/>
36. Medina Serrano J. C., Shahrezaye M., Papakyriakopoulos O., Hegelich S. The Rise of Germany's AfD: A Social Media Analysis. *Proceedings of the 10th International Conference on Social Media and Society (SMSociety '19)*. New York: Association for Computing Machinery, 2019. P. 214–223.
37. Neuendorf K. A. *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2002. 301 p.
38. *Proklamation der Reichsregierung an das deutsche Volk (1. Februar 1933)*. Band 7. *Deutschland unter der Herrschaft des Nationalsozialismus 1933–1945*. Berlin, 1933. 5 S.
39. Simpson P. *Stylistics: A Resource Book for Students*. London: Psychology Press, 2004. 247 p.
40. Sutterová D., Kopeček V. *Shifting Narratives of the Alternative for Germany*. 2024. Vol. 24, № 1. P. 87–105.

41. Van Dijk T. A. Discourse and Power. London: Bloomsbury Publishing, 2017. 320 p.
42. Velásquez K. Deliberative oratory: linguistic analysis of Adolf Hitler's persuasive language. Penonomé: University of Panama, Coclé Regional Center, Faculty of Humanities, English School, 2013. 103 p.
43. Wypiorczyk A. Die ausgewählten manipulativen Strategien in den öffentlichen Propagandareden der NS-Zeit. Dargestellt am Beispiel der „Sportpalastrede“. 2023. Vol. 23, № I. S. 199–211.

Електронні ресурси

44. Alice Weidel and the rise of conservative, anti-globalist politics. URL: <https://www.post-truth.eu/2024/12/27/alice-weidel-and-the-rise-of-conservative-anti-globalist-politics/>
45. Alice Weidel, the mask of AfD's 'rational voice'. URL: <https://www.diggitmagazine.com/articles/alice-weidel-mask-afd>
46. Deutscher Bundestag: Stenografischer Bericht. 150. Sitzung. Berlin, Mittwoch, den 31. Januar 2024. Berlin: Deutscher Bundestag, 2024. URL: <https://dserver.bundestag.de/btp/20/20150.pdf#P.19128>
47. Deutscher Bundestag: Stenografischer Bericht. 159. Sitzung. Berlin, Mittwoch, den 20. März 2024. Berlin: Deutscher Bundestag, 2024. URL: <https://dserver.bundestag.de/btp/20/20159.pdf#P.20331>
48. Deutscher Bundestag: Stenografischer Bericht. 172. Sitzung. Berlin, Donnerstag, den 6. Juni 2024. Berlin: Deutscher Bundestag, 2024. URL: <https://dserver.bundestag.de/btp/20/20172.pdf#P.22137>
49. Germany's Far Right Party AfD and Its Rhetoric of Radicalisation. URL: <https://www.schedium.net/2024/02/germany-far-right-party-afd-rhetoric-radicalisation.html>

50. Militarism and fascist demagogy in the German parliament. URL: <https://www.wsws.org/en/articles/2018/05/22/pers-m22.html>
51. Rede von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel zum Haushaltsgesetz 2016 vor dem Deutschen Bundestag. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/newsletter-und-abos/bulletin/rede-von-bundeskanzlerin-dr-angela-merkel-452842>
52. Rede von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel auf der Festveranstaltung " 125 Jahre Gesetzliche Krankenversicherung" am 11. Juni 2008 in Berlin. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/bulletin/rede-von-bundeskanzlerin-dr-angela-merkel-795452>
53. Gut reden in turbulenten Zeiten. URL: <https://www.deutschlandfunk.de/politik-reden-rhetorik-100.html>
54. Rede von Bundeskanzler Olaf Scholz beim Montagsempfang der Stadt Vechta anlässlich des Stoppelmarktes 2024 am 19. August 2024 in Vechta. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/newsletter-und-abos/bulletin/rede-von-bundeskanzler-olaf-scholz-2303768>

ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Problematik der verbalen Suggestion im politischen Diskurs am Beispiel der Reden von Alice Weidel, einer führenden Politikerin der Partei „Alternative für Deutschland“ (AfD).

Trotz zahlreicher Studien zur politischen Rhetorik fehlt es an detaillierten Analysen der verbalen Suggestion in den Reden einzelner Politikerinnen und Politiker. Insbesondere die Reden von Alice Weidel bieten ein aufschlussreiches Material zur Untersuchung der strategischen Gestaltung manipulativer Sprachhandlungen im deutschsprachigen Diskurs. Die emotionale Aufladung, rhetorische Struktur und gezielte Botschaftslenkung in ihren Reden machen sie zu einem repräsentativen Beispiel für moderne politische Sprachführung.

Das Forschungsobjekt dieser Arbeit sind politische Reden als untrennbarer Bestandteil des politischen Diskurses im heutigen Deutschland.

Der Forschungsgegenstand sind die verbalen Mittel der Suggestion in den Reden von Alice Weidel.

Das Hauptziel der Arbeit besteht darin, die wichtigsten sprachlichen Strategien der Suggestion systematisch zu identifizieren und zu analysieren, wie sie im politischen Diskurs der AfD zur Anwendung kommen.

Daraus ergeben sich folgende Aufgaben:

1. Die Analyse des Forschungsstandes zur verbalen Suggestion in der Linguistik;
2. Die Beschreibung typischer sprachlicher Strategien und Mittel der Suggestion im politischen Sprachgebrauch;
3. Die Untersuchung der spezifischen Merkmale der politischen Rhetorik von Alice Weidel im Kontext des Rechtspopulismus;
4. Die Durchführung einer Analyse ausgewählter Reden mit dem Ziel, konkrete Beispiele verbalen Einflusses zu identifizieren.

Zur Erreichung der Forschungsziele werden folgende Methoden verwendet: Diskursanalyse, semantische Analyse, stilistische Analyse, deskriptiv-analytische Methode, Methode der linguistischen Beobachtung, pragmalinguistische Analyse sowie Inhaltsanalyse von Videomaterial und Transkriptionen der Reden.

Der theoretische Wert der Arbeit liegt in der Vertiefung des Verständnisses der verbalen Suggestion als Mittel des sprachlichen Einflusses im politischen Diskurs anhand deutschsprachiger öffentlicher Auftritte, was ermöglicht, die Besonderheiten der Funktionsweise suggestiver Strategien in der realen politischen Rede aufzudecken.

Der praktische Nutzen der Untersuchung besteht in der Anwendbarkeit ihrer Ergebnisse für die Analyse politischer Reden sowie in der Entwicklung von Werkzeugen für die kritische Bewertung manipulativer Sprachverwendung in der Öffentlichkeit.

Die theoretische Grundlage der Arbeit bilden Studien zur suggestiven Linguistik sowie zur politischen Rhetorik, welche Sprache als Mittel der Meinungssteuerung in der Gesellschaft begreifen.

Der Struktur nach besteht die Bachelorarbeit aus der Einleitung, zwei Kapiteln, Schlussfolgerungen, dem Literaturverzeichnis und der deutschsprachlichen Zusammenfassung.

Im theoretischen Teil der Arbeit wurden verschiedene Klassifikationen kommunikativer Suggestivstrategien zusammengefasst, darunter: Identifikation, Delegitimierung, Provokation, Persuasion, Klischeebildung und andere. Alle diese Strategien besitzen konkrete sprachliche Realisierungen, die sich in der Verwendung von emotional gefärbter Lexik, rhetorischen Fragen, Anaphern, Metaphern, Hyperbeln, antonymischen Konstruktionen, prägnanten Zitaten und anderen Ausdrucksformen äußern. Diese Mittel spielen eine zentrale Rolle beim Aufbau einer wirkungsvollen Rhetorik, die das kritische Bewusstsein der Rezipientinnen und Rezipienten herabsetzen und deren emotionale Beteiligung verstärken kann.

Im zweiten Kapitel der Arbeit wurden mehrere öffentliche Reden von Alice Weidel analysiert, in denen suggestive Strategien systematisch zur Anwendung kommen. Zu den am häufigsten identifizierten sprachlichen Mitteln gehören: der Gebrauch der Pronomen „wir/unser“, um ein Gemeinschaftsgefühl mit dem Publikum zu erzeugen; emotional aufgeladene Werturteile; Appelle an kollektive Ängste oder Bedrohungen; die Konstruktion eines Feindbildes durch delegitimierende Formulierungen sowie der häufige Einsatz von klischeehaften Slogans und sich wiederholenden emotionalen Aufrufen.

Ein bedeutender Vorteil dieser Untersuchung liegt in der Anwendung eines mehrstufigen methodologischen Ansatzes, der Diskursanalyse, Inhaltsanalyse, semantische Analyse und stilistische Analyse kombiniert. Dieser Zugang ermöglichte eine umfassende Betrachtung der linguistischen Natur des suggestiven Einflusses sowie seiner strukturellen und funktionalen Merkmale im Rahmen des zeitgenössischen deutschen politischen Diskurses.