

## 2.1. Стратегія компромісу та консенсусу в політичному дискурсі.

З урахуванням історичних наслідків розгортання політичних конфліктів глобального та національного масштабу варто зазначити, що компромісна форма взаємодії політичних суб'єктів зарекомендувала себе як найбільш цивілізована, безпечна і ефективна. Разом із тим, існує певна недовіра до компромісу як інструменту угоди. Причина полягає в тому, що нерідко компроміс видається найбільш витратною за часом і ресурсами, а також сумнівною за результативністю моделлю політичного діалогу [46, с. 33].

Німецькомовний політичний дискурс не визначає термін "компроміс", як однозначно позитивне явище. Соціолог Георг Зіммель вважає, що компроміс є одним із найбільших винаходів людства, він заперечує думку, що компроміс – це відмова, навіть зрада – це означає відхилення від компромісу, визнаного правильним, хоча наявність компромісу є знаком слабкості та поблажливості [16, с. 58]. Кожен, хто переконаний у абсолютній правильності своєї позиції, побачить у компромісі вихід, який він насправді не повинен собі дозволяти.

З однієї сторони компроміс – це незамінний інструмент у політиці, особливо якщо мова йде про війну і мир. З іншої сторони існують моральні межі для компромісу, якщо вони порушуються, компрометується сам компроміс та мир який він, можливо, досяг і він стає зі знаком мінус: "*er ist faul, er stinkt und kontaminiert den Frieden*" [64, с. 10].

Компроміс – угода, досягнута шляхом взаємних поступок. Використання компромісу, як методу вибору політичної дії можливо в тому випадку, якщо учасники рішення не знаходяться один з одним в різко негативних взаєминах, тобто коли їх інтереси частково збігаються і одночасно частково стикаються. У таких ситуаціях виявляється можливим прийняти рішення, яке не гарантує ні для однієї зі сторін повноти виконання їх вимог, але забезпечує реалізацію загальної або вищої мети [14, с. 4].

У суспільстві такою вищою метою, яка об'єднує його членів, є виконання загальнонаціональних завдань, таких як збереження миру і цілісності та

незалежності держави. Для жителів планети головним фактором, який гальмує протилежні стремління держав, виступає гарантування миру між народами, оскільки розв'язання ядерної війни ставить під питання подальше існування людства [28, с. 44–45]. Тому очевидним є факт, що роль компромісу постійно зростає.

Звичайно, не випадково один із батьків-засновників Європейського Союзу бельгієць Пауль Генрі Шпак дав чітке та оригінальне визначення терміну компроміс, називаючи його мистецтвом вирішення конфліктної ситуації таким чином, що кожен із учасників вважає, що його інтереси найкращим чином враховано [73, с. 374]: *"Der Kompromiss ist die Kunst, eine Torte so aufzuteilen, dass jeder glaubt, das größte Stück zu haben"* (Thorsten Eitz, *"Zehn Stigmavokabeln"* ).

У такому трактуванні компроміс постає як чисто технічний засіб, метод пом'якшення протиріч та протиборства, що загострилися. Однак глибинний, інтенційний сенс цього поняття значно складніший. Компроміс включає такі ознаки, як збирання, об'єднання, співробітництво взаємодіючих сторін, і в той же час деякі характеристики взаємного вийнятку, протиборства, конфліктності, які проявляються в стосунках між ними [113, с. 1].

Стратегія компромісу цілеспрямована на досягнення не тільки порозуміння, але і кооперації між учасниками політичних зносин і базується на намаганнях повного відстоювання балансу обличчя опонентів, що виявляється в їхній вдалій інтегративно компліментарній взаємодії. Як зазначає німецький політичний лідер Ангела Меркель: *"Man kann versuchen zu argumentieren, immer wieder und immer wieder, aber man müsse einfach klare Grenzen setzen"* (Angela Merkel, *"Keine Kompromisse"*).

Хоча компроміс є "еліксиром життя" демократії, останнім часом у німецькомовному політичному дискурсі він асоціюється з такими негативними характеристиками, як *"fauler"* чи навіть *"halbgarer"* і *"schlechter"* (Eva Quadbeck, *"PR Online"*).

Аналізуючи стратегію компромісу важливо враховувати, що компроміс не може бути розглянутим як спосіб вирішення конфлікту, тому що взаємна поступка слугує у багатьох випадках лише етапом у пошуку вирішення проблеми. Не виключено, що можуть змінитися обставини, які викликали напружену ситуацію, у такому разі конфліктна ситуація може бути вичерпана компромісом.

Компроміс є способом "розв'язання (урегулювання) політичного конфлікту, що досягається шляхом взаємних поступок" [76, с. 324]. Інколи супротивним сторонам вдасться порозумітися завдяки угоді, хоч і не за всіма пунктами, але принаймі за ключовими питаннями протиборства [29, с. 64]. Тоді мова ітиме про добровільний компроміс. *"Wenn man sich die Details des Vertrages anschaut, muss man der Kritik sicher grundsätzlich zustimmen"* (Joe Biden, *"Zeit Online"*).

Тяжіння обох сторін до миру може бути спричинено як нереальністю досягнення поставленої мети, так і розумінням того, що подальший конфлікт більш прогративний варіант, чим його припинення [30, с. 109]. Укладання угоди за таких умов, сучасні політологи називають вимушеним компромісом: *"Politische Kompromisse sind oft fauler Natur. Besonders beliebt ist, dass man sich auf sachfremden Gebieten entgegenkommt. "Kuhhandel" ist geradezu ein Euphemismus für ein solches Gegengeschäft"* (Gerhard Schwarz, *"Gute und faule Kompromisse"*).

Стратегія компромісу спрямована на створення порозуміння та кооперації в інтеракціях між учасниками політичної комунікації і заснована на намаганні повного збереження балансу обличчя опонентів по комунікації, що виявляється завдяки їхній успішній інтегративній компліментарній взаємодії [39, с. 224].

Зазвичай компромісна інтеракція між комунікантами характеризується залежно від мети як експресивна, спрямована на вияв свого ставлення до обговорюваного питання або партнера комунікації; залежно від інтенції мовця вона є координативною, оскільки встановлює баланс інтересів комунікантів; відповідно до балансу цілей партнерів комунікації вона є кооперативною

завдяки встановленню кореляції цілей учасників дебатів [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 15]: "*Den Kompromiss nennt man das Ergebnis von Verhandlungen zwischen zwei oder mehreren Parteien, in denen die Verhandlungspartner größere oder kleinere Teile ihrer ursprünglichen Forderungen und Ansprüche aufgeben, um zu einer gemeinsamen Lösung zu gelangen*" (Kurt Sontheimer, "Zeit Online").

Ця стратегія забезпечується використанням тактик інтеграції, емоційного зараження, похвали та компліменту.

*Тактика інтеграції* передбачає об'єднання цілей, намірів та установок усіх комуні кантів парламентських дебатів, які належать до різних політичних сил, з урахуванням рівності можливостей і досягнених результатів [16, с. 49].

*Тактика емоційного зараження* є ефективною у випадку створення необхідного емоційного стану при залученні всіх діячів дискурсу до обговорення для підтримки та порозуміння між партнерами комунікації. Вважаємо, що зараження є первинним і головним дієвим психологічним механізмом впливу на масову свідомість. У сучасних дослідженнях соціальної психології зараження визначають як "процес передачі емоційного стану від одного індивіда до іншого", що відбувається на психофізичному рівні контакту безпосередньо у поєднанні із мовленнєвим впливом або додатково до нього [60, с. 82].

*Тактика похвали та компліменту.* Головною передумовою для висловлення мовленнєвого акту компліменту є позитивна оцінка мовцем одного з аспектів, який стосується слухача. Це зближує комплімент із такими суміжними експресивними актами як похвала, лестощі чи вітання, оскільки їх також вживають як засіб визнання чи поваги співрозмовника [51, с. 17].

Найтоншою є межа між компліментом та похвалою, тому багато дослідників звертались до цієї теми, намагаючись розрізнити ці мовленнєві акти. Деякі вчені не бачать відмінностей між цими іллокутивними актами, вважаючи, що за допомогою як похвали, так і компліменту висловлюють схвалення щодо слухача за певні досягнення чи зовнішність, а це передбачає,

що об'єкт слухача, якому роблять комплімент, чи річ, яку хвалять, є позитивними [8, с. 96].

Важливе місце у врегулюванні політичних конфліктів займає таке політичне явище, як консенсус (лат. *consensus* – згода, одностайність, узгодженість) – поняття, що означає наявність подібних пізнавальних і практичних орієнтацій між двома і більше індивідами, що дозволяє їм встановити взаєморозуміння і (або) взаємодію в будь-якому відношенні: "*Der Preis des Friedens*" (Wolfgang Stern, "*Startseite Netzwerk Friedenskooperative*").

Консенсус – це такий спосіб розв'язання політичного конфлікту, який ґрунтується на реалізації безкомпромісної згоди поміж основних політичних сил у питаннях, що стосуються розподілу політичної влади, суспільних ресурсів та політичної організації загалом [17, с. 264]. Беручи за свою основу принцип урахування думки як більшості народу, так і його меншин, консенсус є сучасним універсальним і превентативним засобом, і засобом розв'язання вже існуючого конфлікту чи зменшення суспільної соціально-політичної напруженості: "*Die beiden Parteien präsentierten ein Regierungsübereinkommen, in dem die wichtigsten Punkte ihrer Regierungsarbeit festgelegt sind*" (Emma Seuler, "*Die Presse*").

Американський соціолог Толкотт Парсонс стверджував, що політичний консенсус, як раціонально усвідомлена солідарність є нормою соціального та політичного життя людей, що втілюють як центр політичної системи, так і периферію [74, с. 179]. Консенсус не містить ніяких ментальних установок чи спеціальних домовленостей, а лише фіксує мінімум узгодженості у взаємних очікуваннях: "*Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer und ein Hubschrauber noch keinen Frieden*" (Paul Bourdin, "*Zeit Online*").

Політичною поведінкою, що орієнтується на політичний консенсус, можна вважати ту поведінку, яка, будучи спрямованою проти окремих політичних інститутів з повагою ставиться до державної політичної системи в цілому і до окремих політичних інститутів, віри чи норм поведінки зокрема. Ангела Меркель компроміс визначає як: "*Eine Art der Führung, die einen klaren*

*Sinn hat, verantwortlich, wertorientiert und stets an den Erfordernissen der Situation orientiert ist" (Stefan Locke, "Frankfurter Allgemeine").*

Отже, політичний стратегії компромісу і консенсусу слід розуміти не тільки як засіб соціально-політичної самоідентифікації, а й як суттєвий фактор подолання згубних впливів політичного конфлікту.

## **2.2. Стратегія аргументації в політичному дискурсі.**

З семіотичної точки зору кожен текст здійснює вплив на свідомість адресата. Однак для політичного тексту комунікативний вплив є визначальним, тому вибір лінгвістичних засобів вимагає чіткого осмислення бажаного результату [17, с. 176].

У якості найбільш значущих для політологічної концепції політичної аргументації є положення когнітивного підходу, згідно якого базовою умовою аргументативної діяльності у суспільно-політичному житті, як комунікаційного феномену є модельно-плановий характер отримання та використання індивідами знань про соціальний та політичний світи [22, с. 336].

Аргументація у найширшому розумінні є процесом обґрунтування певного твердження, положення, концепції чи гіпотези маючи на меті переконати у його істинності чи слушності: *"Um den Geltungsanspruch einer strittigen Aussage zu stützen, zieht man andere, unstrittige Aussagen heran" (Dorothee Gronostay, "Argumentationstheoretische Grundlagen politischer Argumentation").*

На думку А. Д. Белової, аргументація є комунікативною діяльністю суб'єкта у триєдності вербального, невербального й екстралінгвального, метою якої є переконання адресата за рахунок обґрунтування правильності власної позиції [9, с. 183]. Аргументи є носіями переконливості / персуазивності, тобто контекстуально залежною функцією лексичних одиниць, здатною створювати аргументований фокус, аксіологічну перспективу, що посилює вплив, опираючись на цінності: *"wenn-dann" чи "weil-deshalb" [68, с. 73].*

Дослідники мовної комунікації стверджують, що *стратегія аргументації* є базовою для комунікативної взаємодії, складаючи комплекс вербально реалізованих когнітивних процедур обробки знання, що призводить до зміни його онтологічного статусу в моделі світу адресата й тим самим реально чи у перспективі впливають на процес прийняття рішень [1, с. 101]. Така взаємодія обумовлюється намірами, цілями і установками партнерів по комунікації, які обмінюються репліками для вирішення обговорюваної проблеми. Т. В. Анісімова виокремлює основні норми комунікативної етики, які сприяють успішній аргументації: 1) абсолютність волі до раціональності, тобто раціональної аргументації; 2) абсолютність волі до розумного консенсусу, оскільки під час серйозно аргументованого розв'язання певної проблеми потрібна наявність об'єднання аргументів, а комунікація без об'єднання, кооперації неможлива [3, с. 367]. До складників логічних висновків та правил аргументативної комунікативної взаємодії відносять: 1) правила висновку, тобто гіпотетичні висловлення, які гарантують перехід від безсумнівних для співрозмовників даних до загального висновку; 2) правила прийняття рішення, які встановлюють межі переходу від конкретного набору посилянь до висновку; 3) організуючі правила, або процедури організації, які визначають допустимі способи постановки головного обговорюваного питання, а також послідовність представлення аргументу, тезису, висновку [42, с. 241].

Термін "політична аргументація" запропоновано В. І. Курбатовим. Дослідник вважає цей тип аргументації важливим елементом суспільно політичних відносин і запевняє, що функція аргументації в обґрунтуванні політичних програм та у пропаганді дуже велика. До елементів риторики, які застосовуються для успішної аргументації. Дослідник відносить стиль публічного виступу, його мову, композиційну структуру мовлення й риторичні прийоми [21, с. 67]. Кожний комунікант формує найбільш переконливі аргументи за рахунок влучних стилістичних засобів і риторичних прийомів для утримання комунікативного лідерства та контролю за увагою адресатів, які у

разі переконання та погодження із точкою зору доповідача демонструють свою підтримку.

Важливим результатом досліджень у межах когнітивного підходу є встановлення того, що аргументування у політичному полі має справу із двома рівнями когнітивної діяльності. Перший локалізовано у сфері набуття соціальної ідентичності (наприклад групової), другий – у сфері отримання інформації із джерел масової комунікації [25, с. 92].

Аргументація також володіє низкою тактик, які зорієнтовано на переконання опонента у достовірності поглядів адресата. А.А. Маркович виділяє такі основні тактики аргументації: ототожнення політичного діяча з народом, протиставлення опонентові, тактика емоційного тиску, посилення на власний досвід чи апелювання до статистичних, або наукових даних [1, с. 146].

Визначною тактикою політичного дискурсу А. А. Маркович називає ідентифікацію політика з народом. Головною ціллю кандидатів під час виборчих компаній, з одного боку, є довести виборцям власну неординарність, а з іншого, все ж, залишитись у їхніх очах звичайною людиною. Загальноприйнятий факт, що люди більше довіряють схожим на них політикам, тому останні прагнуть створити імідж пересічного громадянина і намагаються переконати аудиторію, що політик "своя" людина, яка не може нашкодити тим, хто його оточує [24, с. 147]. Вони прагнуть навіть розмовляти такою ж мовою, як їхні виборці, тому в їх мовленні присутні типові елементи розмовної мови, а іноді і слова-паразити.

Цей вид аргументації базується на тезисах, що досить забарвлені емоційно. Наприклад політик згадує під час виступу членів власної родини та друзів, що сприяли досягненню успіху не лише в кар'єрі, але і в житті загалом. Значний вплив здійснює вираження на загал любові та піклування про дружину і дітей, а також демонстрація вдячності. Часто використовується особовий займенник *wir*, щоб підкреслити свою приналежність до суспільства [2, с. 117].

Як відомо, сила переконливості промови зростає, якщо вона торкається або містить у собі проблеми, що викликають у людей особисту зацікавленість.



Іншими словами, індивід чимось зацікавлений і принципово погоджується з позицією промовця. Саме таку зацікавленість викликає тактика емоційного тиску. Ця тактика реалізується за допомогою такого прийому, як апеляція до емоцій, батьківських почуттів, до страху за життя дітей, посилення на традиційні цінності сім'ї, майбутнє дітей, права жінок, на спокійне життя, рівність перед законом тощо.

Політик оперує переважно емоційними аргументами, базує ці аргументи на таких поняттях, як: *"Der demokratische Diskurs lebt von der Widerrede – aber nicht von dem Negieren von Fakten. Anstatt zu argumentieren, quengeln sie wie unreife Kinder"* (Michel Friedman, "Allgemeine Zeitung").

Ефективною є тактика апеляції до авторитету, її суть полягає в тому, що аргументами слугують статистичні дані, або результати наукових досліджень. Правдивість джерел інформації не викликає сумнівів у народі, хоча всім відомо, що статистика може містити похибку, або і взагалі бути далекою від істини. Тим не менш аудиторія охоче вірить полібним даним [17, с. 52]. Ця тактика базується переважно на раціональних аргументах: *"Selbst mit dem jüngsten Rückgang werden heute 34% der Mädchen im Teenageralter mindestens einmal vor ihrem 20. Geburtstag Schwanger. Übrigens machen 7% der Frauen, die keine Verhütungsmittel anwenden, 53% aller ungewollten Schwangerschaften aus"* (Julian Schonter. "Politische Priójekte").

Аналіз передвиборчих промов показує, що важливим аргументом є підтримка політиків, які уже володіють любов'ю і повагою народу, тому що це знак, що кандидат рухається у правильному напрямку [28, с. 243]. Хоча ця тактика в промові проявляється лише тим, що політик висловлює вдячність за підтримку та довіру, вона здійснює сильний вплив на електорат.

При вказуванні на хибні рішення опонента, ті що не пішли на користь суспільству часто використовуються повтори, щоб підсилити ефект емоційного впливу аргументації. У прикладі ці повтори створюють певний ритм та підкреслюють негативні вчинки опонента: *"Nein, zu höheren*

*Kraftstoffeffizienzstandards, Nein zu Investitionen, Nein zu erneuerbaren Kraftstoffen"* (Mario Franz, "Debatte Politische Teilhabe").

Проте різка критика опонента може здатися аудиторії неетичною і спроможна викликати реакцію протеста. Щоб уникнути цього, потрібно попередньо "м'яко" вивести супротивника з гри. Виявивши до нього повагу, зазначити його позитивні якості, але потім підкреслити, що він також людина і може помилятися.

Яскраво виражається впевненість політиків у тому, який зміст вони вкладають у такі конструкції, як: "*Lassen Sie es keinen Zweifel geben, ich bin zutiefst anderer Meinung*" (Karl Meier, "Frankfurter Allgemeine").

Для характеристики опонента обирається емоційно забарвлені іменники, якими вони засвідчують свою повагу до опонента: "*Sie sind wie sadistische Krankenschwester in einer Psychiatrie*" (Jenny Friedrich-Freksa, "Zeit Online").

Деякі політики навіть наголошують на своїх добрих стосунках з опонентом. В мовленні це нвідображено такими словами, як: "*Freund*", "*Freundschaft*", "*zusammen*" [68, с. 74].

Кульмінацією даної тактики є фрази зі сполучником *aber*: "*Aber die Aufzeichnung ist klar ... Aber ich bin zutiefst anderer Meinung ...*" (Heide Noll, "Frankfurter"). Саме вони акцентують увагу на відмінності поглядів опонентів.

Але важливо не лише знати тактики, необхідно вміти їх правильно інтегрувати у життя. Тому плануючи промову варто дотримуючись правил аргументації. Від варіації аргументативних тактик залежить яке враження буде справлено на аудиторію. Одним співвітчизники довіряють більше, іншим – менше, або і взагалі не довіряють.

Аргументація представляє собою метод або систему методів, яка дозволяє: проводити свої аргументи максимально ефективно; домагатися зниження ефективності аргументації супротивника; активно контролювати хід обміну доводами за допомогою застосування обраної методики; висловлювати в тактиці спільні стратегічні цілі.

Отже, аргументація у політичному дискурсі реалізується через низку тактик, основним призначенням яких є вплив на думки та погляди аудиторії і переконання її в тому, що позиція промовця правильна і варта підтримки.

### 2.3. Стратегія самопрезентації

Стратегія самопрезентації слугує позитивно конотованому представленню іміджу політичної сили, реалізація якої залежить від успішності переконання в своїй професійності, обізнаності, досвідченості та перспективності для покращення свого статусу та завоювання симпатії.

На думку О. Паршиної, самопрезентація – це емоційна самоподача оратора, опосередкована демонстрація якостей його особистості для формування певного враження про нього та його комунікативні цілі [36, 126].

Стратегія самопрезентації ґрунтується також на створенні свого кола, тобто ідентифікації себе з певною політичною групою, партією, політичною силою за рахунок створення так званого "ми-дискурсу" [28, с. 88]. та демонстрації групової ідентифікації.

Поняття групової ідентифікації співвідносять із феноменом солідарності, протиставлення своєї групи іншим груповим об'єднанням. Така приналежність до певної групи, на думку А. В. Олянича, будується на основі використання певних мовних засобів:

- 1) особових та присвійних займенників (*wir, unser*);
- 2) лексем із значенням єдності (*zusammen, gemeinsam, zugleich, gleichzeitig*) [81; с. 326]
- 3) збірних лексем із компонентами єдності, конотацією групової ідентифікації (*Freunde, Parteifreund, Parteigenosse*) [82, с. 135];
- 4) специфічних маркерів групової ідентифікації (*demokratisch, liberal*) [35, с. 82].

Однією з провідних стратегій особистості політика є стратегія позиціонування себе в очах аудиторії та формування свого позитивного образу [14, с. 179], тобто стратегія самопрезентації. Це пояснюється тим, що

політик має головною метою спілкування рекламу своїх політичних поглядів, що має на увазі піднімання цінності власних політичних дій і дискваліфікацію їх у політичних супротивників.

Бажання представити себе в найкращому світлі під час політичної комунікації є досить виправданим. Проблематикою самопрезентації займаються вчені з різних наукових галузей, таких як мовознавство, психолінгвістика, когнітивістика, соціологія та інші [36, с. 29]: *"Es ist an der Zeit, unseren dauerhaften Geist zu bekräftigen; dieses kostbare Geschenk, diese edle Idee, die von Generation zu Generation weitergegeben wurde, weiterzugeben: das von Gott gegebene Versprechen, dass alle gleich sind, alle frei sind und alle eine Chance verdienen, verfolgt zu werden ihr volles Maß an Glück"* (Hans Balmann, "Spiegel").

Набір тактик, зазвичай одна основна і кілька допоміжних спрямованих на досягнення певної мети, становить стратегічний план. О.Іссерс розглядає мовленнєву стратегію як "комплекс мовленнєвих дій, які спрямовані на досягнення комунікативної цілі" [17, с. 54], що в свою чергу діляться на загальні і конкретні.

Комунікативну стратегію самопрезентації О. Ковригіна визначає як таку, що покликана створити позитивне враження про адресата та про його соціально схвальну суспільством поведінку [2, с. 152]. З точки зору О.Іссерс, стратегія самопрезентації притаманна всім комунікативним актам, в одних вона відіграє провідну роль, в інших – другорядну. [17, с. 119]. Але існують випадки, коли стратегія самопрезентації нараз є основною і допоміжною.

У дослідженні ми виділяємо чотири види стратегії самопрезентації: позитивна, наступальна, запобіжна і оборонна самопрезентація. Наша класифікація ґрунтується на таксономії самопред'явлення [61, с.118-119]. У свою чергу, в кожному виді стратегії самопрезентації нами виділено ряд тактик, які реалізуються за допомогою різних комунікативних засобів.

Позитивне самопред'явлення, основний девіз якого: *"Ich bin gut!"* (Claudia Nuss, *"Die Presse"*). містить активні, але не агресивні заходи щодо створення позитивного враження про себе.

Наступальна самопрезентація, заснована на прагненні виглядати добре за рахунок очорнення інших людей: *"Empörend und schlichtweg inakzeptabel"* (Heike Schmoll, *"Frankfurter Allgemeine"*). Це агресивний спосіб створення бажаного образу, усі тактики якого спрямовані на критику конкурента.

Запобіжне самопред'явлення, де насамперед ставиться мета не виглядати погано. Людина уникає можливості справити про себе негативне враження, відмовляючись по змозі від взаємодії з іншими людьми [40, с. 55].

Оборонне самопред'явлення, коли суб'єкт, створюючи власний образ, поводиться активно, але має настановлення позбавити його негативних рис. Ця стратегія, як правило, розгортається тоді, коли людину звинувачують у причетності до якоїсь несхвально небажаної події. Що помітніша роль людини в цій події, то важче людині змінити свій негативний образ у бік позитивного. Позитивна самопрезентація містить активні, але не агресивні дії по створенню позитивного враження про себе. Даний вид самопрезентації використовується як чоловіками-політиками, так і жінками-політиками [21, с. 55].

Як бачимо, стратегія визначає ключову спрямованість політичної суб'єктивної діяльності політика і влади. Її об'єкт – це розробка базової мети, програми на конкретному етапі. У залежності від особливостей політичної дійсності підбираються тактика для реалізації задуманого. У нашій роботі ми виокремлюємо чотири основні тактики самопрезентації:

1. Тактика акцентування позитивної інформації про себе: *"Ich werde die CP-Partei nicht verlassen und werde wie früher arbeiten – ehrlich, energisch und ohne zu politisieren"* (Katharina Bitzl, *"Allgemeine Zeitung"*).

Зазвичай політики використовують прислівники і прикметники з позитивною конотацією, які вселяють довіру до адресант, хоча вони не завжди можуть відповідати дійсності.

2. Тактика солідаризації, яка тісно пов'язана з попередньою тактикою:

1. *"Aber wir werden nicht alle auf einmal mit Ihnen gehen in die obligatorische Krankenversicherung eingetaucht"* (Verena Gehrig, *"Allgemeine Zeitung"*). – вказує на спільність інтересів за допомогою впровадження колективної форми *"mit Ihnen"* [20, с. 149].
2. *"Ich stimme Ihnen zu. Momentan brauchen wir ständige Meinungs austausch und Diskussion an sehr komplexe Themen"* (Jana Anzling, *"Süddeutsche Zeitung"*) – адресант висловлює згоду з оцінкою проблеми, даної адресатом і окреслено шляхи подальшої співпраці.
3. Тактика позиціонування: *"Ich spreche über mich selbst. Ich möchte sagen, dass ich als Politikerin so leidenschaftlich an meiner Arbeit interessiert bin. Glauben Sie mir, das sind keine schönen Worte. Es ist eine große Ehre, ein großes Vertrauen der Menschen. Es ist eine große Verantwortung, Politikerin einer solchen Stadt zu sein"* (Andre Meister, *"Netzpolitik.Org"*). Вказівка на посаду, озвучена в даному короткому уривку два рази, дозволяє припустити, що цим адресант хотів наголосити на тому, що він не просто політик, а політик-жінка. Крім того, вживання особового займенника "я" говорить про те, що адресант позиціонує себе як діяльну, сильну особистість. І все це створює позитивну само презентацію.
4. Тактика кооперації: *"Ich habe meinen Standpunkt zum Ausdruck gebracht, das glaube ich Bundeskanzler hat viel getan. Ich weiß, dass ich das Land aus dem Abgrund gezogen habe, weil ich damals in der Regierung gearbeitet habe"* (Max Weiland, *"Aktuelles"*) – вказівка на взаємодію з представниками вищих органів влади, зокрема, президентом, підкреслення його заслуг і вказівку на свою роль. У нашому дослідженні в мові чоловіків-політиків ми не знаходимо реалізації даної тактики.

Із позицій інтеракціонізму самопрезентацію розглядали як засіб формування демонстрованого У. Джемс, Ч. Кулі, Г. Мід, Я. Так, вважали, що людина схильна підлаштовувати власну поведінку під очікування оточення, аби

справити на нього бажане враження: *"Ich habe nicht das Gefühl, dass ich das Recht habe, in die Kirche zu gehen, es könnte etwas verursachen, wie wir es an anderen Orten gesehen haben. Und ich vermisse es, in die Kirche zu gehen, aber ich denke, es geht nicht"* (Mattias Biehler, "Südkurier").

Дослідник запропонував концепцію "соціальної драматургії", згідно з якою реальні життєві ситуації можна порівняти з театральною виставою. Вважається, що людина в процесі спілкування здатна не тільки дивитися на себе очима партнера, а й використовувати різні поведінкові прийоми для створення найбільш сприятливого враження про себе. Але здатність керувати враженням про себе у різних людей неоднакова. Одні люди вибудовують свою поведінку з огляду на спонуки свого внутрішнього (реального) Я. Інші керуються тим враженням, яке вони хочуть справити (проективне Я – проекція думок інших про нас). Люди, які у своїй поведінці керуються проекцією чужих думок і оцінок, вирізняються високим рівнем саморефлексії, тому вони:

- цікавляться очікуваннями інших, вибудовуючи свою поведінку;
- здатні контролювати і видозмінювати самовираження залежно від власних цілей (можуть навіть говорити неправду в обличчя);
- видозмінюють самопрезентацію від ситуації до ситуації [36; с.154].

Отже, ефективна само презентація полягає у здатності сконцентрувати увагу оточуючих на своїх безперечних перевагах і закамouflювати недоліки, що тісно пов'язано з умінням володіти психологічною ініціативою у процесі здійснення когнітивного впливу на опонента (аудиторію).

#### **2.4. Стратегія дискредитації**

Стратегії у політичному дискурсі визначаються цілями, які ставить перед собою той чи інший політик. Зазвичай, політичний діяч намагається:

- а) спонукати адресата проголосувати на виборах за певного кандидата, партію, блок, рух тощо;
- б) завоювати авторитет чи закріпити свій імідж, "сподобатися народу";
- в) переконати адресата погодитися з виступаючим, його думкою, прийняти його точку зору тощо; створити сприятливу емоційну атмосферу,

викликати певний емоційний стан адресата; д) надати адресату нові знання, нові уявлення про предмет розмови, інформувати адресата про свою позицію з будь-якого питання [44, с. 134].

Досить часто у своїх промовах політики звертаються до агресивних мовленнєвих стратегій, які розраховані на формування деструктивних почуттів: невдоволення, гніву, обурення, ненависті, помсти й таке інше *"wissen, dass etwas existiert und versteckt halten"* (B. Wenzlaff, *"Berliner Morgenpost"*). Застосовуючи стратегію вербальної (мовленнєвої) агресії, політик ставить перед собою завдання – насамперед заплямувати, ослабити свого суперника в очах публіки за допомогою відвертої "брехні", очевидних наклепів, непристойних, образливих асоціацій, заяв та висловлень [41, с. 31]. Як правило, політик, що застосовує цей прийом, відкрито протиставляє себе конкурентам: *"Gesicht zeigen; wahrhaftige Transformation Europas; vertrauensvoll zusammen zu arbeiten; verstärkte Gedanken über längerfristige Themen machen; in die Wege leiten; Die einzig richtige Entscheidung"* (Thorsten Eitz, *"Zehn Stigmavokabeln"*).

Створюючи негативний фон іншому, мовець робить усе можливе задля сприйняття його власної персони як фігури позитивної. Факт наявності протиборства спонукає комуніканта реалізовувати у мовленні найоптимальніший план для зниження статусу співрозмовника, розвиваючи за рахунок цього свою значимість [47, с. 25]. Адресант прагне зробити процес спілкування емоційно насиченішим, апелювати до почуттів слухачів, роблячи з перемовин шоу, таким чином спостерігач вбачає "політичні події як якесь дійство, що розігрується для нього" [8, с. 96], у процес гри, зробити його співучасником: *"und es ist wiederholt zu beleidigenden und verletzenden Äußerungen gekommen, die sich mit den Idealen der Stiftung nicht vertragen und eine negative öffentliche Berichterstattung über die Stiftung ausgelöst haben"* (Lars Petersen, *"Business Insider"*).

У сучасному світі, як ніколи, політична діяльність перегукується з його вербальною діяльністю. Майстерне володіння мовою та вміння використовувати слово як зброю є однією з ключових якостей професійного



політика. Як відомо, політику роблять політики, а політиків робить слово [45, с. 221]. Як вже вище згадувалося, нині у публічній комунікації активно представлений агресивний тип поведінки, де учасник суперечки робить все можливе, щоб "захопити слово" і якнайповніше висловити та довести свою власну позицію, використовуючи при цьому усі можливі мовні засоби. Варто зазначити, що практично в усіх політичних медіа виступах присутні негативні емоції, почуття, наміри: *"Noch schlimmer ist, wenn Sie sagen: Das macht mich ein Stück weit betroffen. Das wäre sozusagen die Spitze des Politikerdeutchs"* (Ralph Gerstenberg, *"Deutschlandfunk"*). Промови політиків вирізняються надмірною експресивністю, фамільярністю, елементами агресії, уживанням жаргонізмів, інвективної лексики, що є невід'ємною складовою розмовної мови і недопустимим явищем для публічних виступів: *"Unsere Gedanken sind bei den Opfern und deren Angehörigen. Jetzt gilt es, schnell und unbürokratisch zu helfen; Die Lokalzeitung kritisiert, dass noch kein Schuldiger für das Unglück gefunden sei. Daraufhin der Bürgermeister: Nun gilt es, umfassend, ohne Ansehen der Personen, die Ursachen aufzuklären"* (Ole von Beust, *"Süddeutsche Zeitung"*). У мовленнєвій поведінці адресанта вбачається прагнення захопити комунікативну ініціативу, витіснити мовленнєвого партнера з комунікативного простору за допомогою дискредитації його висловлювань. На думку О. Й. Шейгал, вербальна агресія є невід'ємною й природною складовою політичного дискурсу і пов'язана насамперед із реалізацією його агональної функції. Тому що політика це завжди про протистояння, спочатку завоювання, а потім утримання влади, звідси і агональне світосприйняття, що знаходить своє відображення у відповідних агональних мовних ідеалах [57, с. 180]: *"Warum benutzen Politiker oft so viele Worte, ohne etwas zu sagen? Warum weigern sie sich, konkret zu werden? Warum wählen sie von verschiedenen möglichen Formulierungen gerne die umständlichste? Ist das Unbeholfenheit, Ignoranz oder Desinteresse? Tilo Jung hat dazu eine klare Meinung: Politiker haben heutzutage keine Visionen, sagt er, sie seien nur daran interessiert, den Status Quo zu erhalten."* (Elke Schmitter, *"Presse und Sprache"*)

Політика, якщо її розуміти як боротьбу за втримання влади, – це, безперечно, сфера агонального мислення, де побутують агональні мовленнєві ідеали. Дискурс політичних дебатів – це діалогічне середовище для дослідження, конфліктогенних стратегій і тактик, оскільки політичний дискурс передвиборчої комунікації є особливо яскравим прикладом вербалізації конкуруючих ідеологій його учасників. У власне мовленнєвому плані – це зустріч-конфлікт двох цілеспрямованих складних мовленнєвих потоків, обов'язковою умовою якої є виключення досягнення консенсусу та співробітництва. Мета опонентів – досягти політичних та виборчих переваг один над одним, інакше кажучи, – домінувати спочатку в даній локальній комунікативній інтеракції, а згодом – перемогти на виборах [39, с. 127]. Найчастіше для цього застосовують *тактику обвинувачення*. Звинувачення може бути направлено на конкретного політика (партію), або носити узагальнений характер.

Проведений аналіз промов німецьких політиків показав, що звинувачувальні і викривальні мовні дії спрямовані на заклик до дотримання загальноприйнятих норм та вказівки на брехливість співрозмовника.

Отже, політичний дискурс являє собою демонстрацію боротьби, агона, де завзята боротьба за панування носить характер національних ігор, що мають певну атрибутику, образи, демонструють мовленнєву агресію і т. д. У мові політиків агональна функція насамперед реалізується у низці комунікативних стратегій, під якими ми розуміємо сукупність комунікативних намірів, що обумовленні зовнішніми і внутрішніми чинниками та інтегруються у життя за рахунок використання відповідних мовних засобів.

## **2.5. Харизматичні особистості німецькомовного політичного дискурсу**

Мовлення людини віддзеркалює її внутрішній світ вибудовуючи таким чином розуміння про її особистість загалом. Вивчення публічних особистостей, що завдяки мовним засобам, досягають влади і утримують її протягом тривалого часу становить не аби який інтерес для лінгвістів сучасності.

Н. В. Петлюченко наголошує, що дослідження паралінгвальних та екстралінгвальних чинників таких особистостей видозмінює поняття мовної особистості та зобов'язує до введення понять "комунікативної, або дискурсивної особистості", яка керуючись специфікою спілкування застосовує із мовним кодом інші семіотичні коди [37, с. 351].

Методологічно існує два суперечливі підходи визначення корелятив харизма:

- харизмою називають стан натхнення мовця, який ще можна описати як психолінгвістичний феномен емоційного характеру [78, с. 132];
- за Вебером харизмою називають якість особистості, яка визначається нетиповою і оцінюється, як надлюдська, або в меншій мірі специфічна і недоступна іншим людям [6, с. 69].

Науковець наголошував на істотній відмінності між "справжньою харизмою" і рутинізованою, трансформованою в більш "стабільні" форми. При змішуванні цих двох понять ігнорується визначальне положення аналізу за Вебером, а саме розгляд харизми як процесу. Дослідник вважає, що справжня харизма є вродженою і екстраординарною якістю, вона не є складовою нормативного порядку і повсякденної діяльності: *"eine schlechthin an dem Objekt oder der Person, die es nun einmal von Natur besitzt, haftende, durch nichts zu gewinnende Gabe"* ((Josef Strauß, "Ansprache"). Проте, у чистій формі харизматичне панування у політичному житті досить нестабільне, оскільки більшою мірою носить характер відчужений від повсякденного життя і рутинних структур. Всі модифікації справжньої харизми, в основному, мають один і той же мотив: забезпечити собі безпеку, трансформувати харизму і харизматичні благодіяння в постійне благо повсякденного життя.

Харизматиком вважається всякий, хто здатний впливати на масу з великою емоційною силою. Особистість, що наділена цією екстраординарною якістю надихає на покору і прихильність. Прийнято вважати харизматичну владу нелогічною, такою що може нести фатальні наслідки і для представника харизми, і для суспільства вцілому. Разом з тим харизматичне лідерство поряд

із раціонально-правовим є складовою частиною політичної культури сучасної людини.

Механізм харизматичного лідерства ґрунтується на проекції психічної енергії колективного підсвідомого на лідера. Хоча проекція здійснюється свідомо, але вона все ж являє собою емоційний порив: *"Freiheit nach innen und Friede nach außen"* (Susanne Bossemeyer "IDW"). Лідер стає втіленням колективних почуттів і очікувань, тому як результат між лідером і його прихильниками встановлюється тісний емоційний зв'язок, що притягує нових прихильників, які відчують під його впливом прилив позитивних емоцій, задоволення чуттєвих потреб, зняття соціальних фрустрацій і впливів комплексів.

Багато властивостей механізму харизматичного лідерства зближують великих політиків з справжніми харизматичними лідерами, що діють в послабленому і видозміненому вигляді [37, с. 359].

Варто відрізнити харизматичне лідерство від психічної інфляції та авторитету, що мають подібний механізм проекцій несвідомого.

*Психічна інфляція* – це рольова маска, *харизма* – це справжнє обличчя лідера, авторитет лідера серед мас виборців також сам по собі не є харизмою. Те що може дозволити собі харизматичний лідер (при цьому отримавши підтримку виборців), доступне просто авторитетному лідеру тільки за умов значного ризику [38, с. 116]:

- новаторські гасла, що суперечать політичній традиції: *"Ich bin nicht dafür bekannt, daß ich Kreide fresse, um eine angenehmere Stimme oder eine angenehmere Diktion vorzutäuschen, sondern ich bin dafür bekannt, dass ich sage, was ich denke, und dass ich auch das denke, was ich sage"* (Andrea Wasmuth, "Handelsblatt");
- демонстративне взяття на себе особистої відповідальності за ризиковані кроки: *"Ich weiß, dass ich Fehler gemacht habe. Ich meine aber größtenteils andere, als die, die man mir vorwirft"* (Franz Josef Strauß, "Nordbayern");

- протиставлення себе державному оточенню: *"Es ist mir egal, wer unter mir Bundeskanzler wird"; Schmidt ist der bessere Schauspieler, ich bin der bessere Politiker*" (Helmut Schmidt, "TAZ Politik");

- насадження власних переконань не підкріплених результатами власних дій: *"Ich habe nie beschlossen Politiker zu werden, aber ich bin es unter dem Zwang der Stunde geworden, um vielleicht in Erfüllung meiner instinktiv verstandenen Pflicht meinen Beitrag dafür zu leisten, dass die deutsche Politik nie wieder auf schreckliche Irrwege kommen solle, wie wir sie erlebt haben und dass dem deutschen Volk eine dritte Katastrophe im gleichen Jahrhundert und später erspart bleiben mög"* (Josef Strauß, "Ansprache" ).

Поняття "харизматичний лідер" є еталоном, який дозволяє оцінювати подібні явища нижчого порядку, при необхідності наслідувати харизму, або навпаки, виявляти імітацію і боротися з нею. Харизматичне лідерство стало моделлю передвиборчої гри, на яку орієнтується багато політиків, які не володіють харизмою, тому одночасно розвиваються засоби викриття та нейтралізації псевдо харизматичних лідерів [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 20].

Дослідники розрізняють поняття "харизми кутюр'є" і "харизми мас". Остання відноситься до здатності лідера апелювати до мас, перша ж співвідноситься із його здатністю викликати відданість серед внутрішнього ядра прихильників.

Цінним вважаємо в концептуальному інструментарію термін "квазіхаризматичний" у тих випадках, коли завдання полягає в тому, щоб виділити лідерів, котрі будучи особисто самовпевненими не прагнуть до радикальних змін. Харизматичні лідери можуть розташовуватися в різних точках континууму в залежності від особистих характеристик. У відношенні нерадикальних лідерів вживання епітета "квазі" зайве: харизма не являється синонімом переконливості, або показовості [37, с. 264].

Отже, сучасна суспільна наука продовжує дослідження феномену харизми розробляючи нові концепції харизматичного лідерства. Представлені

пояснювальні моделі будуються на різних аксіоматичних підставах і, відповідно, кожна з них має свої теоретичні і методологічні обмеження і недоліки. Проте всі ці теорії багаторівневої харизми позначають перспективні напрямки подальшого дослідження феномена.

## **Висновки до розділу 2**

1. Виокремлені нами кооперативні і конфліктогенні стратегії і тактики є найпоширенішими у німецькомовному політичному дискурсі. Сучасний процес глобалізації у рамках демократичної парадигми визначає нові правила політичної гри, де громадська підтримка є основним інструментом на шляху досягнення поставленої мети, а політичний плюралізм знімає обмеження у виборі засобів. Важливим залишається факт значимості досягнення збалансованості соціально-політичної реальності у кінцевому результаті. Стратегія компромісу та консенсусу у політичному дискурсі яскравий приклад реалізації політичного балансу. Демократія – це політичне середовище у якому діалог спрямований на досягнення консенсусу.

2. Під аргументацією у політичному дискурсі розуміють вербальну, соціальну, розсудливу діяльність, спрямовану на переконання аудиторії в прийнятті (неприйнятті), якої-небудь думки за допомогою низки тверджень призначених для виправдання чи спростування цієї думки – тексти насичені аргументами, логічними тезами, переконаннями та зачасту оперують статистичними даними. Політичний дискурс скерований на швидке завоювання уваги учасників комунікативного акту та пасивних слухачів з метою здійснення когнітивного впливу на їх свідомість, тому аргументативний матеріал образний і легко резонує з емоціями і почуттями.

3. Стратегія самопрезентації частково є гендернообумовленою, що знаходить своє відображення у наданні перевагах, тому чи іншому виду стратегії самопрезентації політиками-чоловіками і політиками-жінками. Поняття самопрезентації з'ясовується багатьма науками. Згідно з психологічним підходом, самопрезентація спрямована на апелювання до

емоцій, що викличуть бажану реакцію. Стратегія самопрезентації політичного лідера як комунікативна стратегія побудови його іміджу посідає одне з провідних місць серед стратегій, які впливають на масову свідомість.

4. Стратегія дискредитації застосовується у політичній боротьбі з метою знизити статус противника. Політики, які використовують таку стратегію, намагаються підірвати довіру народу до свого опонента, його дій, слів, авторитету. Ця стратегія втілюється у життя наступними тактиками: звинувачення, безособове звинувачення, докір, констатація некомпетентності противника та інше. Тактика звинувачення заснована на визнанні / приписуванні будь-якої провини. Тактика безособового обвинувачення відрізняється від вищеписаної тактики способом вираження об'єкта звинувачення: якщо реалізація тактики звинувачення пов'язана з експліцитним характером об'єкта, то реалізація тактики безособового обвинувачення з імпліцитним характером об'єкта. Тактика докору заснована на вираженні невдоволення, несхвалення кого-небудь. Закиди можуть висловлюватися не тільки колишніми, але і сьгоднішніми керівниками. Тактика констатації некомпетентності противника найчастіше спрямована проти опонентів, конкуруючих партій, попередніх урядів. У більшості випадків противники називаються відкрито, експліцитно дається оцінка їм і їхнім діям.

5. Важливим елементом політичної комунікації також вважається харизматичність лідера. Харизматичний лідер – це політичний і релігійний лідер, чиє панування ґрунтується на харизмі. Походження цих здібностей є спірним питанням у науці і до кінця нез'ясованим. Харизматичний лідер є втіленням одного з архетипів політичного вождя, який вірить у власну місію, інакше він не зможе переконати в цьому потенційних прихильників. Імітація харизматичного лідерства швидко розкривається і не дозволяє досягти стійкого політичного впливу.

Основні положення цього розділу висвітлено у публікаціях авторки [33; 34].

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

На сучасному етапі розвитку суспільства мовну картину світу і свідомість людей визначає політичний дискурс. Тісна єдність політичного мислення, політичної комунікативної дії і мовної форми робить політичний дискурс об'єктом досліджень таких дисциплін як політологія, психологія, філософія, соціологія, економіка, теорія комунікації.

Наразі політичний дискурс знаходиться у фокусі уваги політичної лінгвістики, яка вивчає взаємозв'язок між мовою та владою, мовні засоби, стилістичні та риторичні прийоми комунікації, її ідеологічне, стратегічне, маніпулятивне спрямування, детермінує основні концепти дискурсивних політичних практик.

Аналізуючи німецькомовний політичний дискурс ми застосовували низку методів, як загальних (аналіз, синтез, порівняння, описовий метод), так і спеціальних (синергетичний, соціологічний, суцільної вибірки, дискурс-аналізу та метод контент-аналізу тощо).

Політичний дискурс – це дискурс влади, що складається з сукупності комунікативних ситуацій, які спрямовані на конструювання політичної реальності, що забезпечується формуванням, досягненням і утриманням владних відносин у суспільстві та здійснення міжнародної політики. Ефективність комунікативного впливу у більшій мірі залежить від того, наскільки символи, концепти яким оперують політики близькі масовій свідомості.

Багатоаспектність вивчення політичного дискурсу здійснює значний вплив на варіативність інтерпретацій цього типу дискурсу в межах сучасної політичної дискурсології, так само як і на розуміння, визначення та диференціацію його характерних особливостей.

Комунікативна взаємодія учасників політичного дискурсу характеризується домінуванням суб'єктивного оцінно-емотивного та підвищено експресивного обміну інформаційними повідомленнями. Вираження



свого суб'єктивного ставлення до представленої інформації виражається в категоріях оцінки та емотивності. Специфіку емотивності й оцінності визначає спонтанність і неможливість передбачення розвитку інтеракцій між комунікантами, що формує активний і подекуди агресивний обмін репліками, які продукуються спонтанно та характеризуються використанням експресивних, оцінно-емотивних мовних засобів, метафор, порівнянь, імперативів, цитувань, які сприяють посиленню переконливості. Також використовуються різноманітні стратегії та тактики для створення максимального ефекту від висловлень.

Комунікативну стратегію визначаємо як компонент інтенційної програми адресатності політичного дискурсу, його організації, проведення, структурування з метою досягнення ефективності інформаційного взаємообміну та забезпечення комунікативного впливу на основі кооперативної або конфліктної взаємодії партнерів по комунікації.

Комунікативні тактики розглядаємо конкретними засобами втілення у життя програми стратегічності і інтенційності дискурсивних практик.

На основі проведеного нами дослідження було виокремлено ключові кооперативні і конфліктогенні стратегії і тактики політичного дискурсу. До кооперативних стратегій відносимо стратегії компромісу, консенсусу, самопрезентації та аргументації.

Стратегії компромісу та консенсусу спрямовані на збереження балансу обличчя комунікантів, поведінку комунікантів можна охарактеризувати як баланс інтересів конфліктуючих сторін або як стратегію взаємної поступки. Основою аргументативної стратегії стає вміння учасників комунікації оперувати інформацією для ефективної сильної аргументації під час обміну репліками, спрямованими на вирішення обговорюваної проблеми. Стратегія самопрезентації покликана сформувати позитивний імідж політичної сили, що залежить від успішності переконання у своїй професійності, обізнаності, досвідченості та перспективності для покращення свого статусу.

Коли ж виникає конфліктна ситуація в разі протилежності, неузгодженості цілей і стратегічних програм комунікантів, а також асиметричності відношення між опонентами, встановленні дисбалансу статусів обличчя комунікантів – свою реалізацію знаходить стратегія дискредитації. Така стратегія покликана зруйнувати імідж опонентів комунікації за рахунок посилено негативно конотованої вербальної агресії, вона слугує дієвим інструментом формування іміджу політичних діячів, виявляє усі недоліки, провали і помилки у діяльності противника. Підґрунтям стратегії дискредитації є гостра критична оцінка, негативна номінація та посилена іронія, які вживаються для максимального зниження статусу обличчя об'єкта обвинувачення.

У результаті виокремлення ключових стратегій і тактик німецькомовного політичного дискурсу нами було встановлено, що серед кооперативних стратегій найчастіше вживаними є стратегії компромісу та консенсусу і становлять 41%. Реалізація цих стратегій забезпечується тактикою інтеграції – 16%, тактикою емоційного зображення – 18%, тактикою похвали – 7%, а також іншими тактиками. Стратегія аргументації найчастіше представлена тактикою апелювання до емоцій – 14%, що базуються на ототожненні / протиставленні політика з народом, посилення на власний авторитет, звернення до статистичних чи наукових даних. Застосування стратегії самопрезентації виявили при аналізі кожної окремої стратегії, у більшій чи меншій мірі, тому що створення та підтримання власного іміджу невід'ємний елемент при здійсненні комунікативного впливу. Щоправда, найчастіше представлено цю стратегію у передвиборчій агітації тактикою демонстрації професійності – 27%. Розглядаючи конфліктогенні стратегії зупинили свою увагу на стратегії дискредитації, що представляється тактикою обвинувачення – 9%, тактикою докору – 3%, тактикою констатування некомпетентності – 6%.

Вважаємо харизматичність політичних діячів важливою характеристикою, яка впливає на вибір тактик і стратегій в політичному дискурсі. Харизматичністю особистості називаємо її особливі риси, що асоціюються з лідерством.

Перспективним вважаємо подальше дослідження політичного дискурсу, а саме конфліктогенних стратегій комунікації.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов: учебное пособие. Москва : Логос, 2006. 383 с.
2. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов: учебное пособие. Москва : Логос, 2014. 387 с.
3. Анисимова Т. В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика. Москва : Воронеж. 2004. 432 с.
4. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка, событие, факт. Москва : Наука, 1988. 339 с.
5. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Видавн. центр Академія. 2008. 342 с.
6. Вебер М. Харизматическое господство. СоцИс. 1988. №5. С. 68–78.
7. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі : монографія. Харків : Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна, 2007. 332 с.
8. Безугла Л. Р. Лінгвістична прагматика та дискурсивний аналіз. *Studia philologica*. 2012. № 1. С. 95–100.
9. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. Киев : Логос. 2003. 300 с.
10. Буйар І. Є. Лінгвістична категорія оцінки: оцінювання досягнутого у вітчизняній лінгвістиці. *Наукові записки* [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філологічна. 2009. Вип. 11. С. 145-149.
11. Войналович В. А. Парти́но-державна політика щодо релігії та релігійних інституцій в Україні 1940-1960-х років: політологічний дискурс : [монографія]. НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. Київ : Світогляд. 2005. 741 с.

12. Габермас Ю. Вовлечение другого: Очерки политической теории. Москва : Наука. 2001. 417 с.
13. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии. *Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования*. М : ИНИОН РАН. 2002. № 3. С. 32–43.
14. Загорійчук А. Методи лінгвістичних досліджень: веб-сайт. URL: <http://intkonf.org/zagoriychuk-a-kpn-orlovska-ov-metodi-lingvistichnih-doslidzhen/> (дата звернення: 12.09.2020).
15. Звегинцев В. А. Язык и лингвистическая теория. Москва : Эдиториал УРСС, 2001. 248 с.
16. Зиммель Г. Обоснование политической социологии. Москва : Наука. 1991. 251 с.
17. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 4-е. Москва : КомКнига, 2006. 288 с.
18. Коваль Н. Є. Стратегії аргументативного дискурсу (на матеріалі законодавчих текстів). Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. *Філологія, педагогіка, психологія*. 2010. Вип. 21. С. 39–45.
19. Кравченко Н. К. Методи лінгвістичних досліджень: веб-сайт. URL: <http://discourse.com.ua/lekcii/metodi-lingvistichnih-doslidzhen/> (дата звернення: 21.07.2020).
20. Криппендорф К. 36 стратегий для победы в эпоху конкуренции / Перев. с англ. Санкт-Петербург : Питер. 2005. 256 с.
21. Курбатов В. И. Социально-политическая аргументация. Ростов-на-Дону : Издательство Ростовского университета. 1991. 144 с.
22. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. Москва : Языки русской культуры. 1996. 448 с.
23. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва : Гнозис, 2003. 280 с.
24. Маркович А. А. Аргументативная коммуникация. Методология исследования политического дискурса. *Актуальные проблемы*

- содержательного анализа общественно-политических текстов* : сб. науч. трудов. Белгосуниверситет / под общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Минск. 1998. Вып. 1. С. 144-150.
25. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна. 2011. 196 с.
26. Методология исследований политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественнополитических текстов. Вып. 2 / Сост. и общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. – Минск : БГУ, 2000. 479 с. ISBN 985-445-396-0.
27. Мойсеєнко С. М. Основні підходи та методи дослідження дискурсу: веб-сайт. URL: [http://www.kamt1.kpi.ua/sites/default/files/files/moiseienko\\_osnovni.pdf](http://www.kamt1.kpi.ua/sites/default/files/files/moiseienko_osnovni.pdf) (дата звернення: 04.11.2020).
28. Нагорна Л. Б. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. Київ : Світогляд. 2005. 316 с.
29. Некрасова А. Н., Рахматов А. А. Политический компромисс : учебное пособие. Москва : МИИТ, 2007. 137 с.
30. Никитевич В. М. Основы номинативной деривации. Минск : Вышэйш. шк. 1985. 157 с.
31. Обіденко А. В. Особливості німецькомовного політичного дискурсу. *Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2020»*. XXII Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2020. С. 602-604.
32. Обіденко А. В. Методологія дослідження сучасного політичного дискурсу (на матеріалі німецької преси 2015-2020 років) : збірник наукових праць *«Вчені записки кафедри документознавства та інформаційної діяльності»* : Дніпро, 2020. С.160-164.
33. Обіденко А. В. Семантика евфемізмів у німецькому політичному дискурсі. *Проблеми лінгвістичної семантики*: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Рівненський державний гуманітарний університет : Рівне, 2019. С. 190-192.

34. Овсієнко Л. О., Обіденко А. В. Конфліктогенна стратегія дискредитації та тактики її реалізації в сучасному політичному дискурсі. *Мовознавчий вісник* : зб. наук. пр. Черкаси : Вертикаль, видавець С. Г. Кандич, 2020. Вип. 28. С. 128-133. DOI: 10.31651.2226-4388-2020-28-128-133
35. Олянич А. В. Сцентальная и аудиальная семиотика охотничьей коммуникации. *Когниция, коммуникация, дискурс*. Направление : "Филология". 2014. № 8. С. 76-92.
36. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Ольга Николаевна Паршина. Саратов. 2005. 325 с.
37. Петлюченко Н. В. Харизматика : мовна особистість і дискурс : [монографія]. Одеса : Астропринт, 2009. 464 с.
38. Петлюченко Н. В. Концепты обаяние и харизма в германской и славянской лингвокультурах. *Одесский лингвистический вестник*. 2013. Вип. 1. С. 112-126.
39. П'єсцух О. І. Парламентські дебати Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії в когнітивно-дискурсивній парадигмі : [монографія]. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А. 2018. 388 с.
40. П'єсцух О. І. Втілення тактики переадресації удару в політичному дискурсі парламентських дебатів у Сполученому Королівстві. *Science and Education a New Dimension. Philology, Issue 138*. 2017. С. 53–57.
41. Попова Е. Д. Конфликтная личность в политике : учебное пособие. Москва : МСОУ. 2003. 54 с.
42. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва: Релф-бук. 2006. 656 с.
43. Рахматов А. А. Политический компромисс как инструмент соглашения в политике : автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата политических наук : 23.00.02. Москва. 2009. 25 с.
44. Руженцева Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе : монография. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2004. 294 с.

45. Сахарчук Л. І. Теорія мовленнєвих актів та міжкультурна порівняльна лінгвістика. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. Київ : КНЛУ. 2001. Вип. 7. С. 220–223.
46. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. Киев : Фитосоциоцентр, 2002. 336 с.
47. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 711 с.
48. Серажим К. Дискурс як соціолінгвістичне явище: методологія, архітектоніка, варіативність. [На матеріалах сучасної газетної публіцистики] : моногр. / за ред. В. Різуна. Київ : нац. унів-т ім. Тараса Шевченка. 2002. 392 с.
49. Славова Л. Л. Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. 358 с.
50. Соколова І. В. Дискурс-аналіз як засіб навчання аналітичного читання студентів економічних спеціальностей: веб-сайт. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/56127/5/Sokolova\\_Dyskurs\\_analiz.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/56127/5/Sokolova_Dyskurs_analiz.pdf) (дата звернення: 19.01.2020).
51. Франко О. Б. Семантичні та прагматичні параметри спонукального дискурсу (на матеріалі німецькомовних художніх творів ХХ ст.) [Текст] : автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Київ. 2007. 19 с.
52. Фрейк Н. Политическая харизма: обзор зарубежных концепций. *Социол. обозр.* 2001. Т. I. № 1. С. 18-22.
53. Фуко М. Археология знания. Санкт-Петербург : ИЦ "Гуманитарная академия"; Университетская книга. 2004. 416 с.
54. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. Москва : Касталь. 1996. 448 с.
55. Чернявський В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: пробл. Речевого воздействия: учебное пособие. Москва : Директ-Медиа. 2014. 185 с.
56. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. Москва : Флинта-Наука. 2008. 254 с.

57. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Ин-т языкознания РАН. Волгогр. Гос. Пед. Ун-т. Волгоград : Перемена. 2000. 368 с.
58. Шейгал Е. И. Смысловая неопределенность как фактор политического дискурса. Москва : Диалог-МГУ, 2006. С. 111–116.
59. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Москва – Волгоград : Перемена. 2010. 367 с.
60. Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи. Москва : Языки славянской культуры, 2001. 384 с. ISBN: 5-94457-026-1 – (Studia philologica)
61. Ярославцева А. Е. Стилистическая репрезентация речевой тактики позиционирования в агитационном тексте. Вестник Томского государственного университета: Бюллетень оперативно научной информации. – 2006. №111 С. 117–172.
62. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. Київ : Академія. 2010. 304 с.
63. Angermüller, Johannes, 2001b: Diskursanalyse: Strömungen, Tendenzen, Perspektiven. *Eine Einführung*, in: *Bunzmann Nonhoff Ders.* (Hrsg.). S. 7–22.
64. Avishai Margalit. Über Kompromisse – und faule Kompromisse : Monographie. Berlin : Suhrkamp Verlag, 2011. 252 S.
65. Brand Karl-Werner. Diskursanalyse, in: Kriz, Jürgen / Nohlen, Dieter/ Schulze. Politikwissenschaftliche Methoden. Lexikon der Politik. Bd. 2. München : Rainer-Olaf. 1998. S. 85–87.
66. Donati Paolo R., 2001: Die Rahmenanalyse politischer Diskurse. Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Bd. 1: Theoretische und methodische Grundlagen. Opladen : Willy. S. 145–175.
67. Esser F., Pfetsch B. Politische Kommunikation im internationalen Vergleich : Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven. Wiesbaden : Westdeutscher Verlag. 2013. 15 S.
68. Grünert H., Kalivoda G. Politisches Sprechen als oppositiver Diskurs: Analyse rhetorisch-argumentativer Strukturen im parlamentarischen Sprachgebrauch /



- E.W. Hess-Lüttich ed. *Textproduktion und Textrezeption*. Tübingen : Narr. 1983. S. 73–79.
69. Internet Encyclopedia of Philosophy. Thomas S. Kuhn. URL : <https://iep.utm.edu/eds/> <https://iep.utm.edu/p/> (дата звернення: 02.10.2020).
70. Kersting Wolfgang. *Diskurstheorie kommunikativen Handelns. Politische Theorien*. München : Nohlen / Schultze. 1995. S. 56–63.
71. Pappi Franz Urban, *Theorien, Methoden und Forschungsansätze*, Münkler : Politikwissenschaft. 2003. S. 77–100.
72. Rede von Gregor Gysi auf der Kundgebung am 4. November 1989 in Berlin <http://dhme.dhm.de/ausstellungen/4november1989/htmrede.html> (дата звернення: 13.03.2020).
73. Spaak Paul-Henri. The Diplomatic Origins of the Common Market 1955-1956. *Political Science Quarterly*. 1970. Vol. 85, № 3. P. 373–396.
74. Talcott Parsons. *The System of Modern Societies* / Перевод на русский язык: Л. А. Седов и А. Д. Ковалев. М. : Наука. 1998. 276 с.
75. Van Dijk T. Principles of critical discourse analysis. *Discourse and society*. 1993b. № 4(2). P. 4.

### СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

76. Ахманова О. С. *Словарь лингвистических терминов: [5-е изд.]*. Москва : Либроком, 2010. 576 с.
77. Дудик П. С. *Стилістика української мови. Короткий термінологічний словник: навч. посіб.* Київ : Видавничий центр "Академія", 2005. 530 с.
78. Некрасова Н. А., Некрасов С. И., Садикова О. Г. *Тематический философский словарь: [учеб. пособ.]*. Москва : МГУ ПС (МИИТ). 2008. 164 с.
79. Селіванова О. О. *Лінгвістична енциклопедія*. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.
80. *Соціологічна енциклопедія* / уклад. В. Г. Городяненко. Київ : Академвидав, 2008. 456 с.

81. Der Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache : 12 Bänden [unter Leitung von G. Drosdowski]. Mannheim – Lpz. – W. – Z. : Dudenverlag,1988. 864 S.
82. Der Duden. Stilwörterbuch der deutschen Sprache : in 6 Bänden [unter Leitung von G. Drosdowski]. Mannheim – W. – Z. : Dudenverlag,1981. 292 S.
83. Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm : веб-сайт. URL: [http://woerterbuchnetz.de/cgi-bin/WBNetz/wbgui\\_py?sigle=DWB](http://woerterbuchnetz.de/cgi-bin/WBNetz/wbgui_py?sigle=DWB) (дата звернення: 15.06.2020).

### СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

84. 30 JAHRE DEUTSCHE EINHEIT [sprache-und-politik/42740/diskursanalyse](http://www.sprache-und-politik.de/42740/diskursanalyse) (дата звернення: 02.09.2020).
85. Anzlinger Jana. Süddeutsche Zeitung. [https://www.sueddeutsche.de/ Politik](https://www.sueddeutsche.de/Politik) (дата звернення: 15.02.2020).
86. Balmann Hans. Spiegel. <https://www.spiegel.de/consent-a-?targetUrl=https%3A%2F%2Fwww.spiegel.de%2F&ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F> (дата звернення: 17.03.2020).
87. Beust Ole. Süddeutsche Zeitung. <https://www.sueddeutsche.de/politik/politikersprache-wenn-die-richtigen-worte-fehlen-1.1406331> (дата звернення: 19.03.2020).
88. Biden Joe. Biden will erstmals Ureinwohnerin als Ministerin berufen <https://www.zeit.de/politik/ausland/2020-12/usa-regierung-joe-biden-deb-haaland-ureinwohnerin-innenministerium> (дата звернення: 14.08.2020).
89. Bitzl Katharina. Allgemeine Zeitung. <https://www.allgemeine-zeitung.de/politik/deutschland> (дата звернення: 02.07.2020).
90. Bossemeyer Susanne. IDW (Informationsdienst Wissenschaft) <https://idw-online.de/de/news199686> (дата звернення: 11.04.2020).

91. Bossenmeier Sandra. <https://www.suedkurier.de/region/kreis-konstanz/singen/Kirche-und-die-Corona-Krise-Gottesdienst-verbotten-Beten-erlaubt;art372458,10474852> (дата звернення: 09.02.2020).
92. Bourdin Paul. *Zeit Onlin.* Der Preis des Friedens. <https://www.zeit.de/1951/28/der-preis-des-friedens>(дата звернення: 22.07.2020).
93. Demokratie lebt vom Kompromiss. RP ONLINE : веб-сайт. URL: [https://rp-online.de/politik/der-kompromiss-der-politik-ist-in-verruef-geraten-das-birgt-eine-gefahr\\_aid-45612349](https://rp-online.de/politik/der-kompromiss-der-politik-ist-in-verruef-geraten-das-birgt-eine-gefahr_aid-45612349) (дата звернення: 11.08.2020).
94. Eitz Thorsten . *Zehn Stigmavokabeln* : веб-сайт. URL : [spracheundpolitik/42744/stigmavokabeln?p=9](https://www.spracheundpolitik.de/42744/stigmavokabeln?p=9) (дата звернення: 03.04.2020).
95. Emma Seuler. Sachpolitik im Wahlkampf? Wie die Parteien zu den wichtigsten Themen stehen? *Die Presse.* <https://www.diepresse.com/5689756/sachpolitik-im-wahlkampf-wie-die-parteien-zu-den-wichtigsten-themen-stehen> (дата звернення: 11.01.2020).
96. Europa ist nur dann stark, wenn es mit einer Stimme spricht. Bundesregierung : веб-сайт. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/kanzlerin-trifft-macron-1778620> (дата звернення: 12.08.2020).
97. Eva. PR Online. <https://rp-online.de/autor/eva-quadbeck-qua/> (дата звернення: 29.10.2020).
98. Franz Mario. *Debatte Politische Teilhabe.* <https://taz.de/Debatte-Politische-Teilhabe/!5486389/> (дата звернення: 02.07.2020).
99. Friedman Michel. *Allgemeine Zeitung.* [https://www.allgemeine-zeitung.de/politik/deutschland/anstatt-zu-argumentieren-quengeln-sie-wie-unreife-kinder\\_22400644](https://www.allgemeine-zeitung.de/politik/deutschland/anstatt-zu-argumentieren-quengeln-sie-wie-unreife-kinder_22400644). (дата звернення: 06.03.2020).
100. Gehrig Verena. *Allgemeine Zeitung.* <https://www.allgemeine-zeitung.de/politik> (дата звернення: 21.02.2020).
101. Gerstenberg Ralph. *Deutschlandfunk* (дата звернення: 02.11.2020). [https://www.deutschlandfunkkultur.de/rhetorik-von-politikern-worthuelen-und-sprechblasen.976.de.html?dram:article\\_id=388859](https://www.deutschlandfunkkultur.de/rhetorik-von-politikern-worthuelen-und-sprechblasen.976.de.html?dram:article_id=388859)(дата звернення: 11.07.2020).

102. Gronostay Dorothee. Argumentationstheoretische Grundlagen politischer Argumentation. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-25671-5\\_4](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-25671-5_4) (дата звернення: 15.02.2020).
103. Josef. *Ansprache*. <https://www.bastian-atzger.de/zitate-fjs.html>(дата звернення: 12.08.2020).
104. *Kampf um Wörter* : веб-сайт. URL : <https://www.bpb.de/politik/grundfragen/> (дата звернення: 14.03.2020).
105. Locke Stefan. Verachtet mir den Kompromiss nicht! *Frankfurter Allgemeine*. <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/merkel-verachtet-mir-den-kompromiss-nicht-16361433.html> (дата звернення: 11.10.2020).
106. Meier Karl. Frankfurter Allgemeine. <https://www.bundespraesident.de/SharedDocs/Reden/DE/Frank-WalterSteinmeier/Reden/2020/02/200214MueSiKo.html> (дата звернення: 08.02.2020).
107. Meister Andre. Netzpolitik.Org. <https://netzpolitik.org/2019/wir-veroeffentlichen-das-verfassungsschutz-gutachten-zur-afd/> (дата звернення: 16.03.2020).
108. Merkel Angela. Keine Kompromisse. <https://www.bundeskanzlerin.de/bkinde/suche/merkel-keine-kompromisse-im-kampf-gegen-antisemitismus-745822> (дата звернення: 28.10.2020).
109. Noll Heide. Frankfurter. <https://www.fnp.de/frankfurt/die-letzten-bewohner-ziehen-aus-90144893.html> (дата звернення: 03.02.2020).
110. Nuss Claudia. *Die Presse*. <https://www.diepresse.com/5750001/wie-viel-erfolg-strahle-ich-aus> (дата звернення: 07.01.2020).
111. Petersen Lars. *Bissiness Insider*. <https://www.businessinsider.de/politik/deutschland/machtkampf-in-ludwig-erhard-stiftung-nach-sexismus-vorwurfen-wirft-roland-tichy-hin-und-kommt-damit-einem-putsch-zuvor/>(дата звернення: 17.03.2020).
112. Quadbeck Franz Josef Strauß. Nordbayern. <https://www.nordbayern.de/franz-josef-strauss-diese-zehn-zitate-blieben-im-gedachtnis-1.4628458?offset=1> (дата звернення: 15.04.2020).

113. Rede von Gregor Gysi auf der Kundgebung am 4. November 1989 in Berlin <http://dhme.dhm.de/ausstellungen/4november1989/htmrede.html> (дата звернення: 13.03.2020).
114. Rede von Priska Hinz auf der Großdemonstration in Berlin "Aus der Krise hilft nur GRÜN!" am 5. September 2009. – Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=-GniOhCCBAc> (дата звернення: 24.05.2020).
115. Scheib Katrin. <https://www.zeit.de/politik/index> (дата звернення: 02.07.2020).
116. Schmidt Helmut. TAZ Politik. <https://taz.de/Nachruf-auf-Helmut-Schmidt/!5250053/> (дата звернення: 22.04.2020).
117. Schmitter Elcke <https://www.spiegel.de/consent-a-?targetUrl=https%3A%2F%2Fwww.spiegel.de%2F&ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F> (дата звернення: 02.07.2020).
118. SCHMOLL HEIKE. Frankfurter Allgemeine. <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/kritik-an-umgang-mit-mitteln-aus-hochschulpakt-16971476.html> (дата звернення: 24.06.2020).
119. Schwarz Gerhard. Gute und faule Kompromisse. <https://www.nzz.ch/meinung/kommentare/konkordanzdemokratie-gute-und-faule-kompromisse-ld.1311220?reduced=true> (дата звернення: 17.03.2020).
120. Sontheimer Kurt . Lob des Kompromisses. Zeit Online : веб-сайт. URL: [https://www.zeit.de/1997/31/Lob\\_des\\_Kompromisses](https://www.zeit.de/1997/31/Lob_des_Kompromisses) (дата звернення: 12.08.2020).
121. STERNSTEIN WOLFGANG. Startseite Netzwerk Friedenskooperative <https://www.friedenskooperative.de/friedensforum/artikel/was-ist-der-preis-des-friedens> (дата звернення: 13.05.2020).
122. Strauß Julian Schonter. *Politische Priójekte*. <https://www.dji.de/ueber-uns/projekte/projekte/kinder-jugendliche-und-junge-erwachsene/jugendliche-schwangere-und-schwangerschaftsabbrueche-von-minderjaehrigen.html> (дата звернення: 14.02.2020).
123. Wasmuth Andrea. Handelsblatt <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/umfrage-zu-werbespruechen-das-sind-die-beliebtesten-slogans-der->

deutschen-bundeslaender/19493586.html?ticket=ST-16569397-

wNZBuHWN9UqKA mS7VcFm-ap5 (дата звернення: 04.07.2020).

124. Weiland Max. *Aktuelles.* <https://www.bundestkanzlerin.de/bkin-de/aktuelles/rede-von-bundestkanzlerin-merkel-im-deutschen-bundestag-1699682>

(дата звернення: 13.03.2020).

125. Wenzlaff B. Berliner Morgenpost <https://edoc.hu-berlin.de/bitstream/handle/18452/9768/24.pdf?sequence=1> (дата звернення: 01.04.2020).