

Щербаков Кирилл Юрьевич

канд. филол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

г. Кемерово, Кемеровская область

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

***Аннотация:** в данной статье рассматриваются лингвистические аспекты предвыборных речей политиков. В работе также проанализировано понятие «предвыборный агитационный дискурс».*

***Ключевые слова:** предвыборный дискурс, предвыборная агитация, эмотивность, языковые особенности.*

Исследование политической коммуникации является актуальным направлением современной лингвистики. Политический дискурс в разнообразных проявлениях, с одной стороны, мобильно реагирует на изменения, происходящие в обществе, отражая его актуальные проблемы, с другой стороны, передает традиции и ценности того или иного национально-лингвокультурного сообщества. Особый интерес представляет предвыборный дискурс, так как в период проведения избирательных кампаний значительно увеличивается активность как самих политических деятелей, так и журналистов, освещающих конкретное политическое событие, что приводит к появлению разнообразного материала агитационного характера во всех средствах массовой информации. В печатных и электронных СМИ баллотирующимися кандидатами используются разнообразные языковые средства, нацеленные на формирование у избирателей определённого мнения, побуждающие к принятию необходимого выборного решения.

Таким образом, политика, являясь важной частью общественной жизни людей, неизбежно оказывает влияние на жизнь любого рядового гражданина. В повседневной жизни это влияние, как правило, не замечается, но всё же все представители общества должны жить в соответствии с законодательством страны, таким образом, политика задает механизмы взаимодействия внутри общества. Но вторжение политики в жизнь каждого становится особенно заметно в период

проведения предвыборной агитации, который характеризуется, в большинстве случаев, повышенным вниманием электората к политическим деятелям, партиям и их программам.

Чтобы получить полное представление о политическом дискурсе во всем разнообразии проявлений, необходимо изучить каждый из его видов. Предвыборный агитационный дискурс выделяется в отдельный вид и определяется как вид политического дискурса, представляющий собой совокупность текстов, содержащих агитационные материалы, имеющие отношение к конкретной избирательной кампании и распространяемые в период проведения предвыборной агитации. Предвыборный дискурс обладает признаками, свойственными политическому дискурсу в целом. Одной из основных особенностей предвыборного дискурса является его экспрессивность и театральность. «Развитие эмоций неразрывно связано с развитием личности в целом. Роль эмоций часто оказывается дезорганизующей или даже шоковой, но иногда они могут быть также и мощным стимулом к деятельности, мобилизующим нашу энергию [2, с. 243]. Другими словами, для речей перед избирателями характерна повышенная эмоциональность, которая связана с ограниченностью во времени и тематической детерминированностью, а также обособленностью в пространстве и общей событийной канве. «Функционирование эмоций – это сложный процесс, имеющий наследственный и эволюционный аспекты. Все эмоции с их взаимодействием составляют эмоциональную систему – важнейшую определяющую систему личности. Основные эмоции и эмоциональная система в целом определяют систему мотиваций человека, придавая смысл его жизни» [1, с. 110].

В реальном измерении – это дискурсные события, текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, обладающая признаком процессности и связанная с реальной жизнью и реальным временем, а также возникающие в результате этой деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов. Такой подход позволяет исследовать в рамках политического

дискурса широкий круг материалов, включая выступления политиков, политических обозревателей и комментаторов, публикации в СМИ, материалы специализированных изданий на различные темы, касающиеся аспектов политики.

Подобные характеристики предвыборного дискурса определяют выбор языковых средств, используемых участниками избирательной кампании. Согласно описанным выше критериям эти средства должны скорее неосознанно, чем напрямую оказывать воздействие на избирателя, создавая в его сознании стереотипные, но яркие эмоциональные образы, с закреплённой за ними либо позитивной, либо негативной оценкой. Фиксированная оценка позволяет представителям того или иного социума расположить созданные образы в отрицательном или положительном полюсе шкалы ценностей данной социальной группы и в соответствии с этим принять определённое выборное решение.

Список литературы

1. Щербаков К.Ю. Эмоциональные концепты во фразеологии современного английского языка [Текст] / К. Ю. Щербаков // Концепт и культура: Диалоговое пространство культуры: Языковая личность. Текст. Дискурс. – Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2016. – С. 109–113
2. Щербаков К.Ю. Вербализация эмоций во фразеологии современного английского языка / К.Ю. Щербаков // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – №4–4 (52). – С. 240–244.