

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»

Стилистический анализ PR-материалов политической направленности в избирательных кампаниях

Шемакина Мария Михайловна

Студент (магистр)

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail: msh_58@mail.ru

Современное общество характеризуется всевозрастающей ролью политической коммуникации, во многом вызванной влиянием демократических тенденций на социально-политическое устройство государства. Сегодня многие проблемы на государственном уровне подлежат открытому рассмотрению и обсуждению, а принятие решений по некоторым вопросам в немалой степени зависит от того, как они будут интерпретированы и доведены до адресата, а именно, гражданина государства [8]. В последнее время как в средствах массовой информации, так и в научном сообществе ведется активное обсуждение ряда проблем, относящихся к сфере политического дискурса [2].

Подготовка материалов для различных целевых аудиторий и средств массовой информации является в настоящее время одной из основных форм деятельности связей с общественностью. Бурное развитие в нашей стране в последние десятилетия публичной сферы коммуникации обусловило повышенный интерес исследователей к текстам массовой коммуникации, разновидностью которых является политический PR-текст.

На данном этапе в пространстве современных PR-коммуникаций активно функционирует отдельный сегмент специальных текстов, имеющих особую структуру, стилистический облик, систему жанров, языковую специфику - политические PR-тексты [4]. Политический текст - особый тип текста массовой коммуникации, в котором функция воздействия активно влияет на отбор языковых средств [1].

Данное исследование посвящено проблеме применения такого инструмента, как PR-материалы в системе политических коммуникаций, затрагивает вопрос их функционирования в ходе электоральных процессов, их стилистические особенности, а также рассматривает политический текст как средство речевого воздействия на целевые аудитории и один из факторов формирования имиджа политических деятелей и политических партий в ходе избирательных кампаний.

В настоящее время вопрос о многообразии форм подачи PR-информации в сфере политики приобретает особую актуальность: формирование новой коммуникационной среды, новых форм коммуникационного обмена, становление системы активных публичных коммуникаций обусловило необходимость эффективного применения всего текстового инструментария PR-коммуникаций, с помощью которого формируется и изменяется информационное пространство [4]. Первоочередной задачей становится необходимость облечения информации в такую жанровую, стилистическую и языковую форму, которая является наиболее действенной в конкретном акте коммуникации [6].

Объектом данного исследования выступает массив PR-материалов в системе политических коммуникаций, предметом исследования являются стилистические особенности политических PR-материалов, применяемых в ходе электоральных процессов, и влияние, оказываемое ими на имидж политических деятелей и политических партий.

Изучение степени влияния стилистических и жанровых особенностей политических PR-текстов, функционирующих в контексте российского предвыборного дискурса последнего десятилетия, на ход проведения и результаты избирательных кампаний, а также на

формирование и изменение общественного мнения в ходе избирательных кампаний является одним из развивающихся направлений современной политической лингвистики [7].

Стилистические, в частности, лексико-стилистические, особенности PR-материалов в предвыборном дискурсе являются одним из факторов, благодаря которым осуществляется воздействие на формирование и изменение общественного мнения целевой аудитории и имиджа политических деятелей в избирательных процессах [5].

С точки зрения языка текст предвыборного выступления отличается особым набором стилистических средств и приемов разных уровней: фонетического, лексического, синтаксического, которые создают способствуют формированию речевого имиджа кандидата и оказанию коммуникативного воздействия на избирателей [3].

Следует отметить, что проблема значимости стилистических характеристик PR-материалов политической направленности, функционирующих в электоральных процессах, как одного из факторов воздействия на общественное мнение и имидж политических субъектов в настоящий момент недостаточно разработана, именно изучение данного вопроса обуславливает новизну исследования.

Литература

- 1) Алтунян А.Г. Анализ Политических текстов. М., 2006.
- 2) Бочарова Э.А. Политический дискурс как средство манипуляции сознанием. Дисс. ... канд. филол. наук. Белгород, 2013.
- 3) Гайкова О.В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации (на материале английского языка). Дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003
- 4) Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. - СПб, 2001.
- 5) Михалёва, О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. М, 2009.
- 6) Халатян А.Б. Предвыборный дискурс: жанровое своеобразие и специфика языкового воплощения (на материале текстов предвыборных кампаний 2008 года в России и США). Дисс. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2011.
- 7) Чудинов А.П. Политическая лингвистика. М., 2006.
- 8) Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М., 2004.