ЭСТЕТИЗАЦИЯ – ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Ю. И. Карпушенко

Научный руководитель О. И. Уланович, кандидат филологических наук, доцент

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

e-mail: K.Ju_lia@mail.ru

В статье рассматриваются языковые особенности развития и изменений политической коммуникации в ходе ее медиатизации в результате усиления роли медиапространства в обществе. Одной из наиболее отчётливых тенденций развития современной политической коммуникации выделяется ее эстетизация.

Ключевые слова: политическая коммуникация; эстетизация; выразительные средства; эмоционализация; медиакommunikативное пространство.

Введение. В своем современном понимании термин «коммуникация» вошёл в политический дискурс относительно недавно. Одним из первых его употреблений в политическом контексте является относящееся к началу XX в. высказывание немецкого социолога Ф. Ратцеля о том, что «передача информации в политическом отношении является самой важной из всех коммуникационных услуг» [1, с. 57]. Французский социолог Р.-Ж. Шварценберг определил данное явление как «процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и между социальной сферой общества и политической системой» [2, с. 103]. Профессор Массачусетского технологического института Л. Пай подчеркивал, что «политическая коммуникация подразумевает не одностороннюю направленность сигналов от элит к массе, а весь диапазон неформальных коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают самое разное влияние на политику. Политическая жизнь в любом обществе невозможна без устоявшихся методов политической коммуникации» [3, с. 34].

Основная часть. Политическая коммуникация уверенно относится к институциональному типу общения, т.е. её обязательными элементами являются нормативность, соблюдение языковых норм и следование канону. Однако наблюдаемое сегодня стремительное развитие всех сторон социального взаимодействия сказывается на реформировании моделей и стандартов политической коммуникации, которая избавляется от некоторых традиционно предписываемых ей норм и приобретает ранее несвойственные ей черты. В качестве важной и отчетливо сегодня выделяемой тенденции развития современной политической коммуникации мы можем отметить её эстетизацию.

Анализ семантики терминов «эстетика» и «эстетический» позволяет следующим образом определить тенденцию в эволюции медиакommunikации, обозначаемую термином «эстетизация». Эстетическое, синонимично чувственному и ассоциируется одновременно и с чувственным восприятием, и с порождаемыми эмоционально-чувственными эффектами перцепции. Тем самым, эстетизация культурного пространства в целом проявляется, во-первых, в преобладании в семиотическом пространстве культуры эмоционально-чувственных компонентов над рационально-рассудочными, во-вторых – в провоцировании у адресатов эстетических эмоций.

Осуществленный О. И. Уланович теоретический анализ современного политического медиаконтента позволил автору отметить следующие ключевые направления эволюции языка политического общения в контексте современной тенденции эстетизации социальной коммуникации: во-первых – «возрастающая конфликтогенность» и, как следствие, преобразование вербального «репертуара» политики в сторону декодификации, раскрепощенности (даже вульгаризации) и интимизации; во-вторых – «эмоционализация политической коммуникации», т.е. особая эмоциональная насыщенность речи и провоцирование у адресатов эмоциональных реакций вплоть до аффективных и катарсических; в-третьих – «символизация политической коммуникации как насыщение различных форм материализации политики идейными, образными или идейно-образными структурами» посредством экспансии вербальных образно-выразительных средств в риторику политических субъектов [4, с. 77]. Отсюда следует, что эстетизация политической коммуникации непосредственно обнаруживается в акцентной эстетике словесного воплощения политического выступления, что обеспечивается широким использованием в речи следующих средств: а) стилистически окрашенной лексики и фигур образности (метафор, эпитетов, эвфемизмов, сравнений, аллюзий, феноменов прецедентности, паремий и их дериватов и др.), б) видов комического (шутки, иронии, сарказма и др.), в) вербального катарсиса (элементов анти-языка, инвективы), г) вербально-когнитивных средств интерактивности (риторических вопросов, сентенций, парадокса, иносказания, подтекста, умолчания и т.д.). Экспансия отмеченных средств эстетизации речи в политическую коммуникацию задает эффекты эмоционально-чувственного восприятия аудиторией политических сообщений.

(I) *The March for Life is a movement born out of love: **you love** your families; **you love** your neighbors; **you love** our nation; and **you love** every child born and unborn, because you believe that every life is sacred, that every child*

is a precious gift from God (Трамп). Комплексное использование разнопорядковых средств эстетизации в данном высказывании (I) – анафорический повтор, параллелизм, эпитеты, метафора и сентенция – обеспечивают деонтическую модальность высказывания и убедительно транслируют модель отношения, всецело принимаемую и одобряемую.

(II) *Washington flourished – but the people did not share in its wealth. Politicians prospered – but the jobs left, and the factories closed. The establishment protected itself, but not the citizens of our country* (Трамп). Антонимия понятий (антитеза) в высказывании (II) акцентирует контраст, что усиливает эмотивность речи и эффект воздействия.

(III) *Now that Russian collusion, after one year of intense study, has proven to be a total hoax on the American public, the Democrats and their lapdogs, the Fake News Mainstream Media, are taking out the old Ronald Reagan playbook and screaming mental stability and intelligence* (Трамп). В представленном выше образце красноречия Трампа (III) – комплексное использование средств эстетизации речи (метафоры, аллюзия, окказиональный оним, экспрессивная лексика) побуждает адресата к поддержке и принятию позиции говорящего, не говоря уже о признании виртуозности словесной формулировки.

Заключение. Эмоционально-чувственные компоненты в политических текстах отодвигают рационально-рассудочное содержание на второй план, вызывая у адресатов эстетические эмоции, что не только доставляет им удовольствие, но и дает пищу к размышлениям. Словесное воплощение эстетики в речи достигается использованием широкого ряда языковых средств (окрашенная лексика, ирония, анти-язык, инвектива, подтекст), применение которых способствует достижению ряда коммуникативных целей политических деятелей. В своих выступлениях они стараются побудить интерес и привлечь внимание массовой аудитории, достичь определённого эмоционального отклика.

Библиографические ссылки

1. Цыганков П. А. Международные процессы в условиях глобализации: проблема эффективной коммуникации // Вестник Московского университета. Сер. 18: Социология и политология. 1999. № 4. С. 56–65.
2. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология : в 3 ч. Ч. 1. М. : Российская академия управления, 1992. 180 с.
3. Pye L. Political Communication // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions. Oxford; New York, 1987. P. 442.
4. Уланович О. И. Эстетизация как модус концептуального и перцептуального реконструирования культурного пространства социума в эпоху постмодерна // Искусствознание: теория, история, практика. 2020. № 2 (28). С. 72–79.