

## БИБЛЕИЗМЫ VERSUS ВУЛЬГАРИЗМЫ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ

Стовпак Е.

lititsia12@mail.ru

Научный руководитель: к.филол.н., ст.преподаватель Попова Е.В.

lenchen-ja@yandex.ru

Сумский государственный университет

Сумы, Украина

Предвыборный дискурс, в силу своей сегодняшней значимости и распространенности в демократическом обществе, дает возможность максимально широко как в лексическом, так и в грамматическом, стилистическом аспектах охватить языковой материал, активно употребляемый в процессе коммуникации.

Языковое манипулирование политическим сознанием в предвыборном дискурсе играет на сегодняшний день ведущую роль. Язык в рамках предвыборного дискурса насыщен символами, а успех и эффективность определяется тем, насколько эти символы созвучны с массовым сознанием: политик должен уметь коснуться нужной струны в сознании, а высказывания политика должны быть направлены на «потребителей» политического дискурса [1: 374]. За краткий промежуток времени кандидат должен максимально проявить себя и завоевать расположение широкой аудитории. Сравните выступление С. Пейлин (левая колонка) и М. Леонтьева (правая колонка):

<i>The Obama administration keeps strangling businesses in red tape... The Obama administration is hanging one regulatory albatross after another around the private sector's neck [2].</i>	<i>Вы можете проверить легитимность выборов на основании протоколов, а Вы придумали волшебника Чурова... [3].</i>
---	---

Очевидно, что превалирует профессиональная лексика (экономические и политические термины), но политические кандидаты всё чаще и чаще обращаются к употреблению экспрессивно-окрашенной лексики, которая более понятна зрителю и поэтому привлекает значительное внимание со стороны потенциальных избирателей.

*I will be the greatest president that **God ever created** [4]!*

В продемонстрированном высказывании Дональд Трамп пытается завоевать расположение большего количества избирателей путём утверждения собственного превосходства. Он не критикует оппонента, а позиционирует себя как единственно правильный выбор, который могут сделать избиратели. Именно библеизм *God ever created* призван подчеркнуть подобную исключительность способностей Д.Трампа. Более того, несмотря на использование прошедшего времени в самом предложении-библеизме, основной его чертой является апелляция к будущему, как способ побуждения избирателей к принятию правильного решения, которое повлияет на их будущее.

Анализируя предвыборные агитационные выступления российских политиков, находим:

*Слава Богу, мы сейчас заслушали страстный отчет кандидата в Президенты [3].*

Использование нейтральных лексических единиц и обращение к библейским мотивам способствуют созданию экспрессии, цель которой – усилить воздействие на слушателя, переубедить и привлечь его внимание. Экспрессивность, как языковая категория, связана с усилением коммуникативной интенции говорящего и получением необходимого отклика у слушателя, что представляет собой ключевую цель в предвыборном дискурсе. Политик стремится заручиться поддержкой своих избирателей.

Вместе с тем, не следует нивелировать и экспрессивность вульгаризмов, ведь они, подобно библеизмам, являются неожиданными в контексте агитационных выступлений политиков. Сравните:

<i>Free trade can be a wonderful thing, if you have smart people, but we have people that are...stupid [4]!</i>	<i>Страна – урод, и все бандиты. Это наша страна... [3].</i>
---	--

Употребляя вульгаризмы, политики прибегают к использованию гиперболизации, изображая некомпетентность предыдущей власти в решении важных политических вопросов и распространяя значение лексической единицы *stupid* или *урод* на весь блок, партию политических оппонентов. Самое интересное, что одновременно адресанты максимально ярко представляют себя как опытных профессионалов, заинтересованных в нормализации экономических, политических и социальных сфер жизни.

Таким образом, и библеизмы, и вульгаризмы, несмотря на взаимную исключительность сфер употребления, обретают точку соприкосновения в предвыборном дискурсе. Они призваны вырисовывать в воображении реципиента наилучшие качества политика-адресанта и представлять политических оппонентов в неприглядном свете, акцентируя внимание на их ментальных и этических недостатках.

#### Литература

1. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык средств массовой информации; [учебное пособие для вузов, под ред. М. Н. Володиной]. – М. : Академический Проект. Альма Матер, 2008. – С. 374–393.
2. Page of Sarah Palin. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту: <http://www.sarahpac.com/posts/conquering-the-storm>.
3. Мега дебаты 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту: [http://yandex.ua/video/search?filmId=YhM4OhZzUXI&text=%D0%BC%D0%B5%D0%B3%D0%B0%20%D0%B4%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D1%82%D1%8B%202012&\\_=1452272362628&safety=1](http://yandex.ua/video/search?filmId=YhM4OhZzUXI&text=%D0%BC%D0%B5%D0%B3%D0%B0%20%D0%B4%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D1%82%D1%8B%202012&_=1452272362628&safety=1).
4. Second 2016 GOP Presidential Debate (FULL) by CNN – 09-16-2015. – [Electronic resource]. – Access: <https://www.youtube.com/watch?v=ehRCd7f5RJc>.