

## **Разнообразие текстов политической рекламы аналитической группы жанров**

*Е.В. Столярова*

*Поморский государственный университет имени М.В. Ломоносова, elena221062@rambler.ru*

Аннотация: В статье Е.В. Столяровой анализируются тексты политической рекламы, представленные аналитической группой жанров, позволяющих политикам полно и эффективно обосновывать свои позиции и вести развернутый монолог с избирателями.

The article of E.V. Stolyarova is devoted to analyzing texts of political advertisement of analytical group of genres which help politicians to express their views and communicate with their electorate more effectively.

Политическая реклама, отражая суть политической платформы определенных политических сил, настраивает избирателей на их поддержку, формирует массовое сознание на определенное представление о характере этих политических сил, создает желаемую психологическую установку на голосование. Таким образом, используется определенная знаковая система.

Формирование жанров в сфере политической коммуникации происходит как под влиянием прагматических целей автора рекламного текста, так и в зависимости от психологических особенностей потенциальной аудитории.

Рассмотрим группу аналитических жанров текстов политической рекламы, которые наиболее часто встречаются на страницах региональных СМИ.

Как известно, предметом аналитической журналистики выступают актуальные общественные явления, события, процессы, ситуации и связанные с ними теоретические и практические проблемы общественного развития. Такие тексты, как правило, имеют большой объем и отличаются осмыслением той или иной ситуации, обобщением фактов, оценкой и обоснованностью мнений. Ведущий тип речи аналитики – рассуждение. Общим признаком аналитических жанров является информация о новых общественных явлениях, значительных событиях, но направленность оценок, охват материала и композиционная структура в каждом из этих жанров различны.