

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(НИУ «БелГУ»)

На правах рукописи

Телегина Виктория Александровна

**СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ В ХАРАКТЕРИСТИКЕ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ)**

Специальность 10.02.05 – романские языки

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук, доцент
Михайлова Елена Николаевна

Белгород – 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. Проблемы изучения категории оценки в современной лингвистике	12
1.1. Этапы становления и развития лингвоаксиологии	12
1.2. Оценка как структурный элемент языковой картины мира	21
1.3. Принципы классификации оценок	32
1.4. Прагматический характер оценочности в политическом дискурсе	40
Выводы по первой главе	53
ГЛАВА 2. Лексические и грамматические средства выражения оценки в характеристике политической элиты	55
2.1. Специфика семантики лексических средств выражения оценки	55
2.2. Словообразование как способ выражения оценки	70
2.3. Синтаксические средства реализации оценки	76
2.4. Средства изменения интенсивности оценочных значений	86
Выводы по второй главе	95
ГЛАВА 3. Стилистические средства выражения оценки в характеристике политической элиты	98
3.1. Функционирование тропов как средств выражения оценки	98
3.2. Роль метафоры в оценке политической элиты	110
3.3. Фигуры речи как средства выражения оценки	128
3.4. Аллюзия как национально-культурный имплицатив оценки	143
3.5. Конвергенция стилистических средств в оценке политической элиты	158
Выводы по третьей главе	166
Заключение	169
Список использованной литературы	174
Список лексикографических источников	196
Список источников фактического материала	197

ВВЕДЕНИЕ

Данная диссертация посвящена изучению языковых средств выражения оценки, направленных на характеристику политической элиты в современных французских печатных СМИ.

Актуальность темы данного исследования обусловлена совокупностью факторов. Во-первых, она продиктована необходимостью дальнейшего изучения оценки как лингвистической категории, направленной на вербализацию ценностей. Представляя собой один из динамичных феноменов языка, оценка аккумулирует культурный опыт народа или социальной группы и индивидуальный опыт человека. Обращение к исследованию языковых средств, актуализирующих взаимодействие мира и личности с её ценностными ориентациями, согласуется с господствующим в современной лингвистике антропоцентрическим подходом, в соответствии с которым человек рассматривается как центр мироздания.

Во-вторых, в связи с интегративной тенденцией развития науки о языке и растущим влиянием политики на жизнь общества представляется актуальным изучение репрезентации оценочных средств в политическом дискурсе. Ключевой формой реализации политической коммуникации выступают средства массовой информации, последовательно оформляющие динамические изменения языковой реальности. Поскольку целевая аудитория издания отличается общими ценностными ориентирами и установками, которыми можно манипулировать, отражение в медийном тексте текущего состояния политической картины мира способствует выявлению прагматического потенциала оценочности языковых средств, обусловленного идеологизированностью политического дискурса.

В-третьих, актуальность темы данного исследования связана с повышенным вниманием лингвистов к изучению характеристики политической элиты в средствах массовой информации. Анализ функционирования оценочных средств, используемых в медиадискурсе с целью характеристики политиков высшего звена как репрезентантов определённых партий, играет немаловажную роль при определении актуальных социально-политических установок изданий. Оценка,

которой подвергаются субъекты политической деятельности, ситуации и события, выступает одним из индикаторов идеологических установок в современном медиадискурсе.

Степень разработанности темы исследования. В современной антропоцентрически ориентированной лингвистике не ослабевает внимание к оценочной проблематике, о чем свидетельствует оформление такого направления исследований, как лингвоаксиология, в рамках которой ведутся интенсивные разработки в изучении разных аспектов оценки как ее ключевой категории. К вопросам, получившим свое убедительное решение в данном направлении, относятся такие, как связь оценочной семантики с категорией модальности (Е.М. Вольф, Н.Д. Арутюнова, Т.В. Маркелова, А. Джекиевич), взаимосвязь семантики оценочного высказывания и мыслительной деятельности человека (А.Н. Баранов, И.В. Чекулай, М. Вернье, Р. Дирвен), зависимость средств выражения оценки от ценностных доминант (Е.Ф. Серебренникова, В.И. Карасик, Л.Г. Викулова, Е.В. Бабаева), их воздействие на эмоциональную сферу реципиента (М.С. Ретунская, Ж.А. Джамбаева, П. Шародо, П. Пюпье). В начале XXI в. прослеживается повышенное внимание ученых к изучению способов репрезентации оценки в разных типах дискурса. Особое место в этом плане занимает изучение особенностей средств ее выражения в политическом дискурсе (работы В.А. Марьянчик, А.А. Симонян, О.П. Эпштейн, Д.З. Шапиевой, А. Дорна, П. Жорже и др.). При этом в отечественной романистике открытым остается вопрос, связанный с изучением специфики оценочных средств, используемых для характеристики политической элиты в современном французском медиадискурсе.

Объектом исследования в данной работе выступает система оценочных средств в современном французском политическом медиадискурсе.

Предметом исследования является специфика употребления средств выражения оценки, характеризующих представителей политической элиты в современной французской прессе.

Цель данной работы состоит в изучении средств выражения оценки, используемых в современном политическом медиадискурсе для характеристики представителей политической элиты.

В исследовании решались следующие **задачи**:

- 1) выявить ключевые проблемы лингвоаксиологии на основании изучения теоретических работ по данному научному направлению;
- 2) определить особенности прагматического характера оценочности в политическом медиадискурсе на основании изучения работ по дискурсологии;
- 3) проанализировать специфику лексических средств выражения оценки в характеристике политической элиты во французских СМИ;
- 4) исследовать своеобразие грамматических средств выражения оценки, направленных на характеристику политической элиты;
- 5) выявить особенности стилистических средств, используемых в СМИ с целью оценки политической элиты;
- 6) изучить оценочный потенциал аллюзии как национально-культурного имплицатива в характеристике политической элиты;
- 7) проанализировать особенности использования стилистической конвергенции в оценке представителей власти во французских СМИ.

В качестве **материала** исследования выступают тексты политического содержания из статей современной французской прессы. В работе проанализированы публикации из следующих наиболее авторитетных периодических изданий Франции: «Le Monde», «Le Figaro», «L'Humanité», «Courrier international», «Marianne». Перечисленные французские издания выбраны для анализа потому что, во-первых, они имеют широкую читательскую аудиторию и выступают средством формирования общественного мнения по вопросам внутренней и внешней политики Франции. Во-вторых, в них отражаются точки зрения разных французских политических партий на одни и те же события. В-третьих, в них широко представлены оценочные средства в адрес как французской, так и мировой политической элиты.

Хронологические рамки проанализированного материала охватывают период с 2016 по 2020 гг., что обусловлено, с одной стороны, обращением к текстам, отражающим роль политической элиты в наиболее важных событиях новейшей истории. С другой стороны, обращение к данному периоду обусловлено необходимостью выявить специфику использования оценочных средств в современном французском политическом медиадискурсе.

Проанализировано 462 текста политической тематики из 100 номеров печатных изданий. Путём сплошной выборки отобрано 3836 примеров.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые в романистике на материале современного французского языка проводится многоаспектное изучение особенностей средств выражения оценки, используемых в адрес представителей правящей элиты в политическом медиадискурсе. Результаты, выявленные в ходе многоаспектного системного анализа оценочных средств в характеристике политической элиты, дают представление о параметрах ценностных установок и стереотипов французского общества. Тема диссертационного исследования носит междисциплинарный характер, поскольку в ее рамках предпринята попытка синтезировать такие направления современного языкознания, как лингвоаксиология, дискурсология и политическая лингвистика.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что она вносит вклад в дальнейшее развитие таких направлений современной лингвистики, как лингвоаксиология и дискурсология. Исследование расширяет представления о специфике выражения лингвистической категории оценки в современном политическом медиадискурсе. Полученные результаты способствуют изучению зависимости характера оценки как от идеологической направленности издания, так и от статуса и партийной принадлежности политика, выступающего объектом оценки.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут использоваться при составлении теоретических лекционных курсов по лексикологии и стилистике французского языка, при проведении спецкурсов по дискурсологии и проблемам лингвоаксиологии. Представленные в

диссертации материалы могут использоваться при написании выпускных квалификационных работ на филологических факультетах университетов.

Методы исследования

В ходе исследования использовалась комплексная методика анализа, включающая социопрагматический и семиотрический методы, метод контекстуального анализа, метод лингвостилистического анализа и метод количественного анализа.

Социопрагматический метод использовался для того, чтобы определить зависимость средств выражения оценки в текстах политической тематики от социальных интересов и идеологических взглядов участников массовой коммуникации. Метод контекстуального анализа использовался, во-первых, для определения зависимости оценочных средств от контекста, в котором они представлены, во-вторых, для установления средств выражения имплицитной оценки. Семиотрический метод применялся с целью выявления доминант представления о ценностях СМИ, которые, в свою очередь, коррелируют с ценностными аспектами общества. Лингвостилистический анализ использовался для того, чтобы определить, единицами каких уровней языковой системы и какими стилистическими средствами представлена оценка в адрес политической элиты в текстах современных французских СМИ. Метод количественного анализа использовался для выявления частотности средств выражения оценки.

Теоретико-методологическую основу исследования составили основополагающие труды отечественных и зарубежных учёных по таким направлениям языкознания, как:

– лингвоаксиология и оценочная семантика (Н.Д. Арутюнова, Е.М. Вольф, Т.В. Маркелова, Е.Ф. Серебренникова, Л.Г. Викулова, В.И. Карасик, Н.Г. Мед, О.В. Трунова, О.А. Кулагина, В.А. Марьянчик, Е.В. Бабаева, Ю.И. Мирошников, И.В. Чекулай, Дж. Томпсон (G. Thompson), П. Пюпье (P. Pupier), Т. Кржижовски (T.P. Krzeszowski), Г. Гржмил-Тулуцки (H. Grzmil-Tylutki) и др.);

– дискурсология (Е.С. Кубрякова, Е.И. Шейгал, Н.И. Формановская, В.И. Карасик, Л.Г. Викулова, Т.Г. Добросклонская, О.О. Борискина, Л.И. Гришаева, Н.А. Фененко, Т.А. ван Дейк (Т.А. van Dijk), Д. Менгено (D. Maingueneau), А. Дорна (A. Dorna), К. Оливье-Янив (С. Ollivier-Yaniv) и др.);

– антропологическая лингвистика (М.М. Бахтин, Ю.Н. Караулов, Н.Н. Болдырев, А.А. Ворожбитова, В.Н. Телия, М.С. Ретунская, О.И. Калинин, Дж. Лакофф (G. Lakoff), К. Кербрат-Ореккьони (С. Kerbrat-Orecchioni), Т. Кржижевски (Т.Р. Krzeszowski), Ф.А. Лаго (F.A. Lago) и др.);

– стилистика (И.В. Арнольд, К.А. Долинин, Ю.М. Скребнев, Э.В. Будаев, А.П. Чудинов, М.Р. Желтухина, Ю.С. Степанов, В.В. Одинцов, Т.А. Синеева, П. Шародо (P. Charaudeau), К. Фромильяг (С. Fromilhague), М. Боном (M. Bonhomme), П. Фонтанье (P. Fontanier) и др.).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Исследование представленных в современной французской прессе лексических, грамматических и стилистических средств выражения оценки выявляет социокультурные установки политического медиадискурса, к которым относятся ориентация на идеологические взгляды читателя и политическая направленность издания. Актуализация оценки в текстах политических статей, ее интенсификация и деинтенсификация, основывается на дихотомии «свой-чужие», что, с одной стороны, отражает существующую многопартийную систему государства, с другой стороны, свидетельствует об ангажированности современной французской прессы.

2. Оценка представителей политической элиты средствами массовой информации осуществляется через их соотнесение с оценочным стереотипом, занимающим нейтральную позицию на шкале оценок. Градация положительного и отрицательного оценочного значения обусловлена соотношением с оценочной шкалой стандартного набора признаков, который является единым для носителей языка при характеристике политика.

3. Во французском политическом медиадискурсе экспликация и импликация оценочных значений реализуется многоуровневой системой языковых средств. Приоритетной формой актуализации отрицательной оценки политической элиты в современных французских СМИ является её имплицитный способ выражения, который позволяет автору медиатекста воздействовать на широкую читательскую аудиторию, минимизируя свою ответственность за вероятное понимание его слов читателем и нивелируя при этом различия между представителями разных политических идеологий.

4. Одной из составляющих современного французского политического медиадискурса является категория неистинности, в основе которой лежит односторонняя интерпретация действительности, моделируемая политическим изданием с целью определенного воздействия на массовую аудиторию. Основанием для отрицания истинности средств выражения оценки, актуализируемых в политической коммуникации, служит ее манипулятивный характер и идеологизированность высказываний.

5. Специфическим средством импликации идеологически ориентированных оценок во французском политическом медиадискурсе выступает аллюзия. Отличительной особенностью аллюзии как оценочного средства, применяемого во французских СМИ в адрес политической элиты, является её способность к выражению оценки через декодирование интертекстуальных понятий из разных социальных сфер.

Степень достоверности результатов обеспечивается опорой на фундаментальные труды отечественных и зарубежных лингвистов, использованием комплексной методики анализа, обширным корпусом проанализированных примеров.

Апробация результатов. Основные положения и результаты исследования были представлены в виде докладов на научно-практических конференциях ИМКиМО, проводимых в НИУ «БелГУ» в рамках Недели науки (2017 г., 2018 г., 2020 г.), на методологическом семинаре «Материал и методы лингвистического исследования: проблемы и решения» (Белгород, ИМКиМО, НИУ «БелГУ», 2020),

на IV Международной научно-практической конференции «Романистика в эпоху полилингвизма» (Москва, МГЛУ, 2020), на XXVII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2020» (Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова, 2020). По теме диссертационного исследования опубликовано 8 научных работ (общим объемом 3 п. л.), из них 3 научные статьи (1,1 п. л.) в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК, и 1 научная статья (0,8 п. л.) опубликована в издании, рецензируемом международной базой Web of Science.

Структура работы

Диссертация общим объемом 200 страниц состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы, списка лексикографических источников и источников фактического материала.

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, определяется степень её разработанности, даются сведения об объекте и предмете исследования, цели и задачах, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, перечисляются методы исследования, формулируются положения, выносимые на защиту, представлены результаты апробации работы.

В первой главе излагаются основные теоретические положения современной лингвоаксиологии, рассматриваются этапы её становления и развития как самостоятельной области языкознания. Изучаются различные точки зрения на принципы классификации оценки в современной лингвистике. Исследуется прагматический характер оценки как составляющей политического дискурса, опосредованного СМИ.

Во второй главе исследуется специфика лексических и грамматических средств выражения оценки, представленных в современной французской прессе в характеристике политической элиты. Изучаются особенности репрезентации оценки политиков высшего звена разными частями речи. Устанавливаются способы образования оценочных неологизмов. Исследуется роль синтаксических средств в реализации оценки политической элиты. Анализируются средства, влияющие на интенсификацию оценочных значений.

Третья глава посвящена особенностям стилистических средств выражения оценки, используемых в современной французской прессе с целью характеристики политической элиты. Анализируется специфика тропов, направленных на оценку политических деятелей. Отмечается особая роль метафоры как наиболее яркого средства выражения оценки в политическом медиадискурсе. Исследуются фигуры речи, служащие средствами выражения оценки в характеристике политической элиты. Изучается оценочность аллюзии как национально-культурного имплицатива, соотносящегося с понятием интертекстуальности. Исследуется конвергенция стилистических средств, направленных на выражение оценки в адрес политической элиты в современной французской прессе.

В заключении излагаются общие выводы относительно основных результатов работы и намечаются перспективы дальнейших исследований.

ГЛАВА 1. Проблемы изучения категории оценки в современной лингвистике

1.1. Этапы становления и развития лингвоаксиологии

Расширение сферы исследования лингвистики и открытость границ лингвистического знания в начале XXI в. способствовали возникновению нового направления в науке о языке – аксиологической лингвистики, или лингвоаксиологии. Её становление связывают с признанием за ценностями ведущей роли в исследовании национального языкового сознания. Эта идея отстаивается в работах Н.Д. Арутюновой, Е.М. Вольф, Е.Ф. Серебренниковой, Л.Г. Викуловой, В.И. Карасика, Т.В. Маркеловой, И.А. Солодиловой, Дж. Томпсона, С. Ханстона, Г. Гржмил-Тулуцки, А. Джекиевич и других учёных.

По свидетельству Н.Д. Арутюновой, отправной точкой для исследования универсальной категории ценностей в науке послужило изучение проблемы высшего блага философами Древней Греции [Арутюнова 1988: 9]. С.Ф. Анисимов отмечает, что впервые обращение к проблематике ценностей прослеживается в сочинениях Сократа. По мнению этого древнегреческого философа, такие качества, как сила, храбрость и воинская доблесть, являются ценностями, если они служат справедливости, доброте и высшим добродетелям [Анисимов 2001: 25].

Начало разделению ценностей на «высшие» и «низшие» было положено в трудах Платона. Учёные отмечают, что древнегреческий философ рассматривал «блаженную жизнь» как «смешанную жизнь», которая вмещает в себя много различных ингредиентов, подразделяющихся на физические и духовные. Задачу мудреца он видел в том, чтобы сформировать правильную шкалу предпочтений. По свидетельству ряда авторов, Платон считается первым, кто предпринял попытку к созданию иерархии ценностей [Анисимов 2001: 26; Скворцова 2016: 275].

Более глубокий подход к исследованию общечеловеческой категории ценностей представлен в философской концепции Аристотеля. В её основе лежал поиск общего понятия, которое объединило бы различные виды добра и

предоставило бы возможность говорить о добре как о философской и этической категории [Арутюнова 1988: 102; Чекулай 2006: 28]. Н.Д. Арутюнова подчёркивает, что в этом положении впервые проявился лингвистический элемент аксиологических исследований, поскольку при изучении сферы оценочной семантики Аристотелю удалось разделить принципиально неразделимые проблемы – типологии объектов оценки и оценочных предикатов [Арутюнова 1999: 134-135].

Толкование ценностной системы получило дальнейшее развитие в Средние века. Как пишет С.Ф. Анисимов, в период Средневековья (V-XV вв.) представления о ценном и антиценном были преобразованы в теологические истины, догмы и вероучения. Учёный отмечает, что большой вклад в становление системы ценностей в данный исторический период внесли богослов и философ Блаженный Августин (354-430 гг.) и последователь Аристотеля, теолог и философ, Фома Аквинский (1223-1274 гг.). Согласно концепции Блаженного Августина, главной ценностью в ряду высших ценностей выступает любовь к Богу. В ряду низших ценностей, по мнению философа, главной является любовь к человеку (земная, человеческая). Развивая аксиологические идеи Аристотеля и Августина, Фома Аквинский допускал онтологическое бытие только Блага (Бога) как абсолютной ценности и отрицал субстанциональность Зла, антиценностей. С.Ф. Анисимов подчёркивает, что в позднее Средневековье разрозненные аксиологические идеи стали приобретать облик логически построенной и оформленной системы [Анисимов 2001: 29-30].

Следующим этапом становления теории ценностей в науке считается период Нового времени (XVI-XVIII вв.). Особенностью данного периода было исследование природы человека как органического компонента вселенной, как отдельного субъекта с такими его качествами, как воля, чувства, желания. Философские учения, сфокусированные на взаимодействии человека с материальным миром, основывались на категориальной бинарной оппозиции «хорошо-плохо» [Арутюнова 1988: 16; Анисимов 2001: 32; Чекулай 2006:37].

Среди философских концепций XVII в. Н.Д. Арутюнова выделяет работы Т. Гоббса (1588-1679 гг.), в которых получили отражение «хорошее и плохое через модусы желания и отвращения, тем самым придавая им статус свойств пропозиционального объекта». Учёный акцентировал внимание на субъективности в употреблении оценочных слов. В отличие от Аристотеля, который объяснял относительность и неуловимость оценочных понятий их распределённостью по разным категориям, Т. Гоббс связывал подобную неустойчивость с зависимостью от субъективного мнения человека говорящего о хорошем и плохом [Арутюнова 1988: 16].

В лингвистических трудах, посвящённых исследованию оценочной проблематики, подчёркивается особая заслуга в развитии теории ценностей нидерландского философа Б. Спинозы (1632-1677 гг.) в развитии теории ценностей, который впервые ввёл такие базовые аксиологические понятия, как норматив и компаративный класс. Философ отделил ценность от определённого ощущения и перенёс её в плоскость абстракции, заложив таким образом предпосылки к материалистическому пониманию ценности и оценки [Маркелова 1993: 9; Чекулай 2006: 38; Скворцова 2016: 276].

Значимыми для становления лингвоаксиологии принято считать идеи Дж. Локка (1632-1704 гг.). Как отмечает Н.Д. Арутюнова, его заслуга состоит, во-первых, в том, что «хорошее» и «плохое» представлены в его концепции как категории сознания, а не простого чувственного опыта. Во-вторых, им была обоснована мысль о том, что «хорошее» и «плохое» градуировано, т.е. может быть большим или меньшим [Арутюнова 1988: 18]. А.В. Скворцова обращает внимание на то, что разработки Дж. Локка стали отправной точкой для рассмотрения ценностной шкалы как величины, имеющей различное значение. В будущем данная концепция нашла своё отражение в исследованиях оценочной проблематики в лингвистике [Скворцова 2016: 276].

Большое влияние на формирование теории ценностей оказали аксиологические идеи Д. Юма (1711-1777 гг.) [Анисимов 2001: 32; Арутюнова 1988: 23-26; Ивин 2006: 158-166]. Н.Д. Арутюнова отмечает, что этот философ стал

первым, кто «эксплицитно поставил вопрос о переходе от фактического утверждения к утверждению, характеризуемому модальностью долженствования, т.е. прескриптивному предложению». Лингвист поясняет, что поднятый Д. Юмом вопрос связан с изучением «природы взаимоотношений между естественными свойствами объектов и их оценочной характеристикой». Концепция этого философа послужили доказательством «принципиальных различий между естественной картиной мира, изменения которой зависит от развития естественных наук, и ценностной картиной мира, изменение которой связано с идеалами человека» [Арутюнова 1988: 26].

При изучении оценочной проблематики И.В. Чекулай подчёркивает, что, благодаря работам философов Средневековья и Нового времени был сформирован «органический фундамент общей аксиологии в целом и лингвоаксиологии в частности», который стал ориентиром для современных исследований в этих областях научного знания [Чекулай 2006: 36].

Пристальное внимание философов к разработке теории ценностей в конце XIX – начале XX вв. позволило учёным выделить новую отрасль философского знания – аксиологию [Ивин 2006: 3; Анисимов 2001: 18]. С.К. Гураль отмечает, что термин «аксиология» был введён в научный обиход французским философом П. Лапи в 1902 г. для обозначения философского учения, исследующего природу ценностей и их место мире [Гураль 2007: 3]. А.А. Ивин предлагает рассматривать аксиологию как «философское учение о природе ценностей, их месте в реальности, структуре ценностного мира, их связи, обусловленности социальными и культурными факторами, структурой личности» [Ивин 2006: 3].

Обзор специальной литературы показывает, что интерпретация ценностей не ограничивается одним общепринятым определением. В настоящее время в лингвистике представлено немало дефиниций, отражающих многообразие подходов к данному феномену.

Рассматривая ценности с точки зрения социологии, С.О. Елишев трактует их как фундаментальные нравственные и этические нормы, которые создают целостность социальных систем посредством регулирования происходящих в

обществе процессов, корректируют развитие личности, оказывая влияние на её поведение [Елишев 2011: 86].

В психологии ценности рассматриваются «как способ внутреннего переживания окружающей действительности, как механизм социализации и усвоения социальных норм индивидом». Л.В. Сурженко обращает внимание на двойственный характер ценностей, которые, с одной стороны, социальны (в них сконцентрирован опыт народа), с другой стороны, индивидуальны (в них сосредоточен опыт конкретного субъекта). На формирование ценностных ориентаций любой отдельно взятой личности существенное воздействие оказывает социальная среда, а также специфика определённых социальных групп [Сурженко 2011: 10].

С точки зрения Ю.М. Малиновича, ценность может рассматриваться как предмет, вызывающий у человека интерес и эмоциональный отклик. В таком случае к объектам ценностного порядка могут быть отнесены «объекты окружающего мира, такие как природа и природные явления, разнообразные процессы, порождённые промышленными и историко-экономическими причинами, а также человек в совокупности его ментального и внутреннего мира» [Малинович 2011: 79].

Системное исследование понятия ценностей в аксиологии с точки зрения языковых явлений привело к изучению аксиологического аспекта в современной лингвистике. Именно на языковом уровне человек способен наиболее полно передавать своё отношение к окружающей реальности, ориентируясь при этом на общие и индивидуальные ценности.

По определению О.С. Ахмановой, ценности представляют собой «семиологические свойства языковых элементов (единиц), создаваемые (конституируемые) упорядоченным («системным») отношением между означающим и означаемым» [Ахманова 1966: 510].

Идея о тесной взаимосвязи ценностей и языка получила своё развитие в трудах отечественного филолога Е.М. Вольф [Вольф 1981; Вольф 2002 и др.], в которых подчёркивается, что в оценочном аспекте находит своё отражение

взаимодействие человека и окружающей его действительности. Как пишет Е.М. Вольф, «всё многообразие предметов человеческой деятельности, общественных отношений и включенных в их круг природных явлений может выступать в качестве «предметных ценностей» как объектов ценностного отношения, т. е. оцениваться в плане добра и зла, истины и неистины, красоты или безобразия, допустимого или запретного, справедливого или несправедливого и т. д.». Автор отмечает, что ценностные отношения закреплены в языке в семантических (иногда и синтаксических) структурах [Вольф 2002: 5-6].

Природа оценки получила разработку в трудах Н.Д. Арутюновой [Арутюнова 1985; Арутюнова 1988 и др.]. В них подчёркивается связь языка со структурой мышления, которая актуализируется при построении предложения и производных от него значений. В формировании модальных и оценочных значений наиболее ярко проявляет себя связь с жизнедеятельностью и психологией человека. Филолог отмечает, что «язык постоянно балансирует между упорядоченностью мышления и хаосом жизненных ситуаций, индивидуальных психологий и невзвешенных ценностей» [Арутюнова 1988: 4].

Идея о происхождении национальных ценностей и их привязанности к конкретной культуре отстаивается в лингвокультурологических исследованиях (работы В.Н. Телия, В.И. Карасика, Е.В. Бабаевой, Н.Ф. Алефиренко и др.). Изучение ценностного аспекта с позиций лингвокультурологии даёт возможность установить ценностные доминанты, характерные для определённой этнокультурной общности, позволяет выявить отличия в мировосприятии отдельных народов и социальных групп.

В.И. Карасик рассматривает ценности как «наиболее фундаментальные характеристики культуры». Именно ценности лежат в основе оценки того, что окружает человека [Карасик 2002 б: 116]. Лингвист выделяет особые положения, которые, по его мнению, оказывают влияние на формирование системы ценностей. Так, ценностная картина мира, по его словам, включает общечеловеческую и специфическую части и воссоздаётся в виде связанных между собой оценочных суждений, соотносимых с юридическими, моральными, религиозными кодексами,

характерными литературными и фольклорными сюжетами. Между оценочными суждениями устанавливаются отношения включения и ассоциативного пересечения, что делает возможным формирование ценностных парадигм соответствующей культуры. По определению автора, в ценностной картине мира заложены наиболее значимые для этой культуры смыслы и ценностные доминанты, сочетание которых и образует поддерживаемый и сохраняемый в языке тип культуры [Карасик 2002 б: 166].

Идея о делении ценностей на индивидуальные и социальные, которые в совокупности создают общую ценностную картину мира, отражена в работах и других учёных, уделяющих значительное внимание изучению аксиологического аспекта в языке. Авторы считают, что социальные и индивидуальные ценности создают своего рода «концептуальный континуум», который проявляется в личных суждениях [Vikulova et al. 2020: 170].

Развивая идеи, предложенные В.И. Карасиком, Е.В. Бабаева подчёркивает существенную роль ценностей при оформлении дискурсивных типов и жанров. Характеристика ценностно-нормативной картины мира, по её мнению, опирается на концепцию дискурса, предложенную В.И. Карасиком, а именно на противопоставление социолингвистических и прагмалингвистических разновидностей коммуникации [Бабаева 2004: 14].

Изучение ценностей в рамках когнитивного подхода связано с постижением языка с помощью полного описания человеческого знания. Целью такого подхода, по мнению Ф.А. Лаго, является анализ того, как основные или частотные ценности имплицитно в определённый дискурс и целенаправленно используются в различных сферах языка [Lago 1996: 991]. В поле зрения учёных находится установление ценностных взаимоотношений (представленных в языке) между субъектом и предметом и операций, осуществляемыми над структурными единицами языкового сознания [Мурясов 2004; Синеева 2007; Солодилова 2014].

В когнитивных, как и в лингвокультурологических исследованиях, акцентируется внимание на прагматическом характере оценочных высказываний, который, как отмечает В.Н. Телия, подразумевает зависимость выбора тех или

иных средств выражения при формировании высказывания от субъекта аксиологически речевой деятельности [Телия 1986: 29-30].

Идея об экспликации ценностного восприятия мира во многих аспектах языка находит своё отражение в исследованиях зарубежных учёных, исследующих общие вопросы семантики и функциональные особенности оценочных высказываний в целом.

По утверждению А. Уолтер, А. Мартине был первым, кто обратился к понятию «аксиология» в области языкознания в XX в. Термин «аксиология» использовался им с целью описания области, в рамках которой следует рассматривать некоторые семантические особенности языковых единиц [Walter 2001: 62].

Согласно другой точке зрения, впервые включил аксиологию в спектр лингвистических проблем швейцарский учёный Ш. Балли. Он интуитивно понимал, что способность человека оценивать (положительно или отрицательно) играет важнейшую роль не только с точки зрения исследования человеческой природы, но и системы языка. Учёный воспринимал оценку как некое тонкое явление, которое пронизывает языковые средства и находит своё выражение посредством лингвистических элементов, выполняющих особую функцию [Jackiewicz 2014: 9; Thompson, Alba-Juez 2014: 28].

Значительное влияние на развитие оценочной проблематики в лингвистике, по мнению ряда специалистов, оказал чешский романист О. Духачек. В своей работе по синхронной семантике «Le Champs conceptuel de la beauté en français moderne» (1960 г.) автор обратил внимание на прототипический характер оценочных языковых единиц. Исследуя визуальное восприятие человека и его связь с языковыми средствами, он внёс существенный вклад в аксиологические исследования когнитивной лингвистики [Thompson, Alba-Juez 2014: 28].

Повышенный интерес учёных к исследованию аксиологического аспекта в лингвистике на рубеже XX-XXI вв. стал результатом возникновения отдельного антропоцентрического направления – аксиологической лингвистики или лингвоаксиологии. Центральными понятиями данного направления являются

«ценности» и «оценка», обусловленные взаимодействием мира и человека [Серебренникова 2008; Thompson, Alba-Juez 2014].

Существует несколько определений лингвистической аксиологии, отражающих её специфику. Так, Ю.И. Мирошников трактует лингвоаксиологию как «науку о ценностных отношениях человека к действительности, о его способности постигать ценностную структуру мира и воплощать ценности в разных видах человеческой деятельности» [Мирошников 2007: 5]. Ж.А. Джамбаева рассматривает аксиологическую лингвистику как сферу междисциплинарного знания, предметом которой является воплощение ценностей в языковом сознании и коммуникативном поведении адресата [Джамбаева 2013: 30].

Несмотря на своё динамичное развитие, лингвоаксиология всё еще находится на стадии становления, о чём свидетельствует подвижность терминосистемы и метаязыка описания исследуемых явлений. Главной задачей аксиологической лингвистики, по словам Е.Ф. Серебренниковой, является «определение параметров, методов и технологии в изучении содержания внутреннего мира языковой личности, ценностных ориентаций личности и общества по данным языка» [Серебренникова 2008: 22]. Одной из важнейших проблем данного направления, по свидетельству И.А. Солодиловой, считается изучение взаимодействия оценочных суждений и познания, с которым связано противопоставление дескриптивного и оценочного значения [Солодилова 2014: 42].

Учёные указывают на антропоцентричный характер аксиологической лингвистики, который проявляется в изучении связи языковых явлений с ценностным миром личности, сквозь призму её симпатий и антипатий [Карасик 2002; Grzmil-Tylutki 2011; Vikulova et al. 2020]. Как пишет Е.Ф. Серебренникова, «человек говорящий конституирует себя в качестве субъекта через язык, являясь существом мира, в едино-цельном проявлении своего сознания, самосознания, мышления, памяти, воли, разума, эмоционально-психического состояния, интенционально и эпистемически» [Серебренникова 2008: 10]. Ценностные параметры представляют собой фундаментальные характеристики универсума

бытия человека и общества. По словам Г. Гржмил-Тулуцки, «человек живет в аксиосфере от рождения до смерти» [Grzmił-Tylutki 2011: 250].

Таким образом, долгое время представлявшая интерес для исследований в области философии и логики, теория ценностей в дальнейшем получила своё развитие в рамках лингвистики. Непосредственное взаимодействие лингвистики с аксиологией способствовало возникновению нового направления в науке о языке – лингвоаксиологии, которая объединила, с одной стороны, теоретические и методологические достижения аксиологии как общего учения о ценностях, и, с другой стороны, новейшие лингвистические подходы к исследованию выражения оценки в языке. Основная задача лингвоаксиологии сводится к изучению системы ценностей человека и особенностей их экспликации в языке.

1.2. Оценка как структурный элемент языковой картины мира

В отличие от философских изысканий, рассматривающих преимущественно проблематику ценностей, объектом изучения современной лингвоаксиологии стало понятие «оценка».

Анализ лингвистической литературы показал, что изучение феномена оценки и её репрезентации в языке неразрывно связано с системой ценностей. На диалектическую связь между понятиями «оценка» и «ценность» указывают определения оценки, представленные в трудах известных учёных. Так, Е.М. Вольф понимает под оценкой способ реализации ценностных отношений, закреплённых в языке [Вольф 2002: 6]. С точки зрения Р.М. Якушиной, оценка представляет собой «отношение носителей языка к объекту, обусловленное признанием или непризнанием его ценности с точки зрения соответствия или несоответствия его качеств определенным ценностным критериям» [Якушина 2003: 6]. С. Ханстон и Дж. Томпсон рассматривают оценку как «широкое понятие, используемое для обозначения отношения говорящего или пишущего к предмету», которое напрямую связано с ценностями [Hunston, Thompson 2000: 5].

Учёные подчёркивают принципиальную разницу между понятиями «оценка» и «ценность». Принято считать, что оценка является исторически и социально изменчивой величиной, в то время как ценность остаётся величиной постоянной [Чекулай 2006: 156; Малинович 2011: 79]. В.А. Марьянчик обращает внимание на разницу функций ценностей и оценок в языке: если оценки утилитарны и выполняют ряд функций, среди которых можно выделить коммуникативную и регулятивную, то для ценностей на первый план выходят когнитивные функции (познания, формирования знания, хранения знания о мире) и теологическая функция [Марьянчик 2013 а: 58].

Наряду с ценностью оценка считается ключевым понятием аксиологической лингвистики (в работах Е.Ф. Серебренниковой, Л.Г. Викуловой, В.И. Карасика, В.А. Марьянчик, С.Г. Воркачева, О.В. Труновой, В.А. Райскиной и др.). И.В. Чекулай отмечает, что обращение к понятийному аппарату лингвоаксиологии способствует исследованию проблемных явлений языка и речи [Чекулай 2006: 94]. По словам Е.Ф. Серебренниковой, «без обращения к оценочным аспектам сегодня нельзя представить ни теорию истины, ни теорию и практику интерпретации, ибо во всяком суждении о мире содержится не только информация о существующих в мире объектах, но и мнение по поводу этих объектов» [Серебренникова 2008: 22], т.е. оценка.

Благодаря динамичному развитию лингвоаксиологии оценка приобрела статус самостоятельной лингвистической категории. К числу авторов, которые подчёркивают неоспоримость категориального понимания оценки в языке, относятся: Т.В. Маркелова, И.А. Солодилова, Т.Б. Заграевская, М.А. Тихонова, А.С. Яковлева, А. Джекиевич, П. Пюпье и др.

Сложность и многогранность оценки как универсальной лингвистической категории проявляется, прежде всего, в широкой палитре данных ей определений. Т.В. Маркелова предлагает рассматривать категорию оценки как «функционально-семантическое поле, реализуемое системой разноуровневых языковых средств в их взаимодействии» [Маркелова 1995: 68]. С точки зрения Н.С. Буруруевой, оценка представляет собой экстралингвистическую категорию, которая соотносится

непосредственно с мировоззрением, мыслительными процессами участников массовой коммуникации, охватывает все сферы их деятельности [Буруруева 2013: 6].

Несмотря на широкую представленность работ в сфере оценочной проблематики, спорным до настоящего времени остаётся вопрос разграничения терминов «оценка» и «оценочность». Обзор специальной литературы показал, что некоторые авторы придерживаются точки зрения, в соответствии с которой эти понятия рассматриваются как синонимичные [Пильгун 2008; Солодилова 2014].

Более убедительной, на наш взгляд, представляется позиция, согласно которой следует разграничивать понятия «оценка» и «оценочность». Авторы, которые придерживаются этой позиции, рассматривают оценку как «выражение положительного или отрицательного отношения субъекта речи к предмету речи с помощью языковых средств», в то время как оценочность обозначает свойство, которым могут обладать единицы разных языковых уровней [Шарафутдинова 2010: 12; Буруруева 2013: 6]. Более развёрнутое определение оценочности даёт В.А. Марьянчик, трактующая данное понятие как «потенциал слова или словосочетания, их способность эксплицировать положительные и отрицательные свойства объекта, его фиксацию на оценочной шкале, его место в аксиологическом поле» [Марьянчик 2013 а: 74].

Анализ отечественной и зарубежной научной литературы позволил выделить основные подходы к исследованию оценки в современной лингвистике:

1) функционально-семантический (А. Мартине, Е.М. Вольф, Н.Д. Арутюнова, Т.В. Маркелова, В.Н. Телия, Дж. Томпсон, Л. Альба-Хуэс, С. Ханстон, А. Джекиевич, А. Уолтер и др.);

2) лингвокультурологический (В.Н. Телия, Л.Г. Викулова, В.И. Карасик, Н.Ф. Алефиренко, И.А. Стернин, Е.В. Бабаева, В.А. Райскина и др.);

3) когнитивный (Е.Ф. Серебренникова, Н.Ф. Алефиренко, И.В. Чекулай, М.Р. Желтухина, А.Н. Баранов, М. Вернье, Р. Дирвен и др.);

4) психолингвистический (П. Шарадо, Т.В. Маркелова, М.С. Ретунская, Ж.А. Джамбаева, Ян Фан и др.).

Своего рода стимулом к изучению феномена оценки в различных направлениях лингвистики послужили исследования функционально-семантической проблематики оценки, представленные в работах Е.М. Вольф [Вольф 1981; Вольф 2002 и др.] и Н.Д. Арутюновой [Арутюнова 1985; Арутюнова 1988 и др.].

Н.Д. Арутюнова рассматривает оценку как динамичный феномен языка, находящийся в тесной связи с историей и культурой народа. Оценочное значение, по мнению автора, противопоставлено «дескриптивной семантике, фиксирующей воспринимаемые человеком черты объективного мира» [Арутюнова 1988: 57]. Автор обращает внимание на прагматический характер оценки, подчёркивая, что «оценка более чем какое-либо другое явление зависит от говорящего» [Арутюнова 1988: 5-6]. По её словам, «для того, чтобы оценить объект, человек должен «пропустить» его через себя: природа оценки отвечает природе человека» [Арутюнова 1988: 58-59].

Е.М. Вольф предлагает рассматривать оценку как «один из видов модальности, которые накладываются на дескриптивное содержание языкового выражения». В модальную рамку оценки, по словам лингвиста, входят ряд обязательных и периферийных элементов. К обязательным элементам Е.М. Вольф относит субъект, объект оценки, оценочное отношение, в то время как среди периферийных элементов автор выделяет оценочные классификаторы, мотивировки и т.п. Согласно концепции Е.М. Вольф, оценочную модальность можно изобразить в виде формулы $A \text{ г } B$, где A – субъект оценки, B – её объект, а $г$ – оценочное отношение, которое имеет значения «хорошо / плохо». Субъектом оценки является лицо или социум, с точки зрения которого даётся оценка. Под объектом оценки автор подразумевает лицо, предмет, событие или положение вещей, к которым относится оценка [Вольф 2002: 11-12].

В.Н. Телия акцентирует внимание на модальном аспекте оценки в языке. В её исследовании оценка описывается как «связь, устанавливаемая между ценностной ориентацией говорящего / слушающего и обозначаемой реалией, оцениваемой положительно или отрицательно по какому-либо основанию в

соответствии со «стандартом» бытия вещей или положения дел в некоторой картине мира, лежащим в основе норм оценки. При этом субъект и объект соединены оценочным суждением, в котором выражается то или иное пристрастие субъекта к миру» [Телия 1986: 22].

В большинстве лингвоаксиологических исследований отмечается наличие определённой оценочной шкалы, системно организующей средства выражения оценки между двумя понятиями бинарной оппозиции «хорошо / плохо» (в работах Т.В. Маркеловой, Е.М. Вольф, Е.Ф. Серебренниковой, А.А. Симонян, В.А. Марьянчик, Т.Б. Заграевской и др.). При этом обязательными условиями формирования оценки, по мнению учёных, являются такие структурные элементы, как объект оценки, субъект оценки, характер и основание оценки [Малинович 2011; Солодилова 2014].

Т.Б. Заграевская обращает внимание на динамичность и непрерывность оценочной шкалы, движение в которой идёт по нарастающей или убывающей с точки зрения аффективности или интенсификации и уходит в бесконечность. Автор приходит к выводу, что оценочная шкала обладает градуальностью, заключающейся «в количественном выражении качества объекта, посредством его сравнения с некой нормой, эталоном, который отражает объективное представление о нейтральном» [Заграевская 2006: 46].

В работах Т.В. Маркеловой, В.И. Карасика, Е.В. Бабаевой, В.А. Марьянчик и др. важная роль в оценочной структуре отводится такому понятию, как стереотипы. Так, Т.В. Маркелова подчёркивает, что стереотипы напрямую отражают ценностные ориентации, принятые в том или ином обществе [Маркелова 1993: 12]. Ценностную картину мира рассматривают как своего рода фундамент для образования стереотипов, анализ которых способствует выявлению различий в национальной культуре того или иного этноса, установлению его ценностных представлений [Джамбаева 2013: 30].

В исследовании Е.В. Бабаевой отмечается, что стереотипы, будучи важной частью ценностной картины мира, влияют на социальную оценку значимых явлений действительности [Бабаева 2004: 10]. Ю.Е. Прохоров определяет

стереотип как «социально маркированную единицу ментально-лингвального комплекса представителя определенной этнокультуры, реализуемую в речевом общении в виде нормативной локальной ассоциации к стандартному для данной культуры положению вещей» [Прохоров 2003: 98].

С.В. Шарафутдинова обращает внимание на двойственную природу социально-оценочного стереотипа: «с одной стороны, он представляет собой готовое знание о мире, обладающее характерными для предмета или явления признаками, с другой стороны, входит в модально-оценочную рамку, являясь точкой отсчета, «идеальным» предметом или феноменом реальности» [Шарафутдинова 2010: 13]. Другими словами, стереотип подразумевает ориентацию субъекта оценки на определённые социальные нормы, имеющие решающее значение как для интерпретации оценочного суждения, так и для изучения личности в аксиологическом аспекте в целом.

В работах ряда зарубежных учёных внимание акцентируется на особенностях репрезентации оценки на разных уровнях языка. Так, П. Пюпье считает, что оценка может быть структурирована на двух языковых уровнях: на лексическом уровне и на уровне деривационной морфологии [Pupier 1998: 55]. С точки зрения Дж. Томпсон и Л. Альба-Хуэс, реализация оценки в английском языке происходит на всех лингвистических уровнях, среди которых выделяют: фонологический, морфологический, лексический, синтаксический и семантический [Thompson, Alba-Juez 2014: 10-11].

Сторонники функционально-семантического подхода к изучению оценки обращаются к анализу семантической структуры оценочного слова, исследуя связь оценочной семантики с категорией модальности, устанавливая способы репрезентации оценки на различных уровнях языковой системы. Учёные сходятся во мнении, что главными компонентами языковой оценки являются субъект и объект оценки, вступающие в оценочные отношения, которые находят своё отражение на оценочной шкале.

Лингвокультурологический аспект изучения оценки, по определению И.В. Фроловой, обусловлен выбором языковых средств и способов

речемышлительной деятельности, которые свойственны разным культурам [Фролова 2016: 40]. Н.Ф. Алефиренко трактует оценку как форму существования ценностей. Лингвист связывает её с такими явлениями языка, как семантика, языковые и речевые средства передачи значения, парадигматические отношения, детерминированные закономерностями варьирования и выбора номинативных единиц, в числе которых могут быть названы вариантность лексических и фразеологических единиц, семантико-стилистическая синонимия и т.п. [Алефиренко 2010: 100].

В.И. Карасик объединяет языковую оценку и субъектное оценочное позиционирование, под которым понимает «определение разных точек зрения на тот или иной объект с позиций разных субъектов или с позиции одного и того же субъекта в разные временные периоды и в разных обстоятельствах» [Карасик 2013: 25]. Учёные отмечают уникальные случаи, когда актуализация оценки в речи человека осуществляется на основе принципиального нейтрального слова, обозначающего национальную принадлежность, профессию, род занятий или хобби [Стернин 1985: 119-120; Карасик 2002 а: 37-40].

Процесс взаимоотношений ценности, нормы и оценки получил отражение в исследовании Е.В. Бабаевой. Учитывая, что предметы и явления имеют разное значение для жизни человека, она отмечает, что, стремясь получить информацию об их свойствах, человек испытывает к ним субъективное оценочное отношение, в рамках которого устанавливается ценность. Результатом оценочного отношения человека к объекту, с точки зрения Е.В. Бабаевой, является оценка. На основе соотнесения с ценностями и в результате вынесенных оценок формируется норма – положение, одобряемое социумом и предписываемое объекту. Нормы устанавливаются с обязательной опорой на ценности, но и сами рассматриваются в качестве ценностей [Бабаева 2004: 9-10].

Исследования категории оценки, выполненные в рамках лингвокультурологического направления, позволяют проследить взаимосвязь между национально-культурной спецификой социума и способов, которыми оценка представлена в языке и речи, изучить зависимость лингвистических средств

выражения оценки от норм, принятых в том или ином социуме. Специалисты в данной области знания большое внимание уделяют субъективному характеру оценки, отражающему установки и предпочтения человека, который выступает автором оценочного суждения.

Существенное влияние на изучение оценки в языкознании оказали результаты когнитивной лингвистики, задачей которой, как пишет Е.С. Кубрякова, является «получение данных о деятельности разума» [Кубрякова 2004: 13]. В рамках когнитивного подхода оценка рассматривается как особый ментальный процесс, целью которого является формирование образа объекта с помощью языковых репрезентантов, имеющих устойчивую связь с когнитивными структурами. Изучая процедуру оценивания, А.Н. Баранов выделяет такие мыслительные операции, как «выбор объекта оценки, выбор признака оценки, сопоставление предмета оценки с оценочным признаком, приписывание значения признака оцениваемому объекту» [Баранов 2007: 75].

Иначе к исследованию оценки как категории в когнитивной лингвистике подходит Н.Н. Болдырев. С его точки зрения, оценивание подразумевает ряд когнитивных операций, среди которых выделяется «сенсорное восприятие, формирование суждения и отношения к объекту речи». По словам учёного, оценка выступает в качестве индивидуальной категоризации языковых и неязыковых объектов, в связи с чем она характеризуется как своего рода форма поиска истинного знания [Болдырев 2010: 25].

М. Вернье представляет процесс оценивания в виде «информационной модели», согласно которой, любая оценка в высказывании понимается им как отрезок, ограниченный начальным символом (D) и конечным символом (F). Данный отрезок соответствует единственной модальности оценки (M). Как отмечает французский учёный, говорящий может выразить свою оценку эксплицитно или имплицитно (C). В контексте оценка может обозначать позитивное, негативное, неоднозначное или нейтральное отношение (A). Таким образом, автор распределяет каждую оценку (E) по пяти основным характеристикам: $E = \langle D, F, M, C, A \rangle$:

- D = положение начального символа в высказывании;
- F = позиция конечного символа в выписке;
- M = мнение, согласие-несогласие, суждение, благодарность;
- C = эксплицитная или имплицитная оценка;
- A = положительное, отрицательное, неоднозначное или нейтральное отношение [Vernier 2011: 50].

Спорными остаются вопросы, касающиеся исследования взаимосвязи оценки и человеческого сознания. Так, с точки зрения Н.Ф. Алефиренко, несмотря на тот факт, что оценка формируется на уровне сознания, она существует объективно и независимо от него, с опорой на социокультурные стереотипы [Алефиренко 2010: 100]. Согласно концепции М.Р. Желтухиной, оценка представляет собой непосредственно «акт человеческого сознания, состоящий в сравнении предметов, определении их роли в жизнедеятельности субъекта и его результатов, закрепляемых в языке в виде позитивного, негативного и нейтрального отношения» [Желтухина 2003: 223]. По словам И.А. Солодиловой, оценку следует рассматривать как особую форму сознания и экстернизации ценностей [Солодилова 2014: 6], как «сложную познавательную процедуру» [Там же: 31]. Представленные точки зрения объединяет признание зависимости категории оценки от человека говорящего и его знаний об окружающем мире.

В когнитивных исследованиях предпринимаются попытки, во-первых, установить языковую связь между мыслительной деятельностью человека и семантикой оценочного высказывания, во-вторых, разработать основы оценочной категоризации. При этом в рамках этого направления оценка рассматривается как процесс, предполагающий несколько когнитивных операций.

С другого ракурса происходит изучение оценки в сфере психолингвистики, с точки зрения которой язык не только служит средством передачи информации, но и способом для выражения чувств и определённого отношения к восприятию мира. Ф.Г. Самигулина отмечает, что восприятие не является простым отражением действительности, а характеризуется как активный процесс, который

репрезентирует внешний мир через призму личного опыта субъекта оценки [Самигулина 2007: 47].

Психолингвистический анализ исследования оценки, по определению Ю.А. Сальниковой, «ориентирован на изучение эмоциональной оценки, на экспериментальный сбор данных об экспрессивной лексике; анализ языковых средств, используемых для выражения оценки и для воздействия на эмоциональную сферу адресата» [Сальникова 2010: 8].

В рамках представленного подхода осуществляется понимание оценки как микрокомпонента коннотативной семантики слов, что, по утверждению Т.В. Маркеловой, объясняется «глобализацией оценочной деятельности в языковых выражениях, а также трактовкой оценочного значения только как модального, свойственного любому высказыванию как субъективная данность» [Маркелова 1993: 14].

М.С. Ретунская акцентирует внимание на тесной взаимосвязи понятий «оценки» и «ценностей», рассматривая оценку как «отражение предметной ценности материального мира для отдельно взятой личности и всего общества в целом» [Ретунская 1996: 7]. Автор объясняет свою позицию тем, что «оценочная норма устанавливается обществом и через язык оказывает существенное влияние на личность в процессе её формирования» [Там же].

Исследуя специфику оценки в рекламно-информационном журнальном тексте, Ян Фан обращает внимание на важность проблемы моделирования оценочного значения для изучения не только с позиции выбора языковых средств формирования оценочной семантики, но и в аспекте их иллокутивной силы и перлокутивного эффекта. Обращение к оценочным средствам способствует воздействию на собеседника, вызывая определенные эмоции, что обусловлено особенностями анализируемых автором рекламных текстов, целью которых является привлечение внимания потребителя к рекламируемым товарам и услугам [Фан Ян 2014: 12].

По мнению П. Шародо, оценочное суждение основывается не на разуме, а на эмоциях, связанных со знанием убеждений, обусловленных системой социально

конституированных ценностей и норм [Charaudeau 1992: 604]. В то же время в когнитивных исследованиях оценка рассматривается как результат мышления [Болдырев 2010; Vernier 2011], т.е. первостепенной признаётся её рациональность, а изучение эмотивного аспекта оценки уходит на второй план.

С точки зрения И. А. Стернина и Д. Ю. Просовецкого, эмоция и оценка, будучи как системными, так и контекстуальными компонентами, могут находиться друг с другом в асимметричных отношениях. Авторы отмечают, что конкретная оценка и конкретная эмоция в акте речи актуализируется, благодаря совокупности множества факторов [Стернин, Просовецкий 2018: 91].

Как показал обзор научной литературы, учёные, в поле зрения которых находится аксиологическая проблематика, сходятся во мнении, что главным свойством оценки является её антропоцентричность (в работах Н.Д. Арутюновой, Е.М. Вольф, Е.Ф. Серебренниковой, Дж. Томпсон, Л. Альба-Хуэс, Г. Гржмил-Тулуцки и др.). В частности, Т.Л. Нечепуренко отмечает, что «оценка объединяет человека не только с окружающей природной, социальной или иной действительностью, но и непосредственно с другими людьми, вводя его в мир ценностей» [Нечепуренко 2005: 175]. По мнению З.Я. Тураевой, «оценка определяется общепринятыми в человеческом коллективе эталонами в сфере социальных, интеллектуальных и моральных явлений, общественно сложившимися нормами представления о хорошем или плохом» [Тураева 1994: 105-114]. Иными словами, оценку невозможно представить обособленно от человека.

Различные подходы к изучению оценки в современной лингвистике привели к появлению разноплановых точек зрения на её природу. Во многом отсутствие однозначной трактовки оценки обусловлено сложностью и многогранностью данного понятия. Современные лингвисты сходятся во мнении, что понятие «оценка» коррелирует с понятием «ценность». Важнейшим свойством оценки как отечественные, так и зарубежные учёные считают её антропоцентричность. Своё отношение к окружающей реальности во всём её многообразии человек способен

наиболее ярко и выразительно представить с помощью языковых средств, тем самым дать ей свою оценку.

1.3. Принципы классификации оценок

Сложный характер оценки определил возникновение множества разноплановых подходов к её классификации в лингвистике. Вопрос о систематизации оценок разрешается неоднозначно, поскольку при составлении классификаций учёные руководствуются разными критериями.

Согласно теории Н.Д. Арутюновой, по соотношению объективного и субъективного факторов оценки представлены в языке двумя основными типами: общей и частной. Первый тип может быть охарактеризован такими прилагательными, как «хороший» или «плохой», а также и их синонимами, обладающими разными стилистическими оттенками. Во вторую группу входят значения, выражающие оценку по отдельно взятому свойству объекта. По характеру основания оценки Н.Д. Арутюнова разделяет частнооценочные значения на три группы, включающие семь подгрупп: «1) сенсорные оценки, связанные с ощущением и чувственным опытом, включают сенсорно-вкусовые или гедонистические и психологические (интеллектуальные и эмоциональные) оценки; 2) сублимированные, или абсолютные, оценки, являющие собой центр духовного начала человека, охватывают эстетические оценки, основанные на синтезе сенсорных и психологических, и этические оценки, подразумевающие нормы; 3) рационалистические оценки, связанные с практической деятельностью человека и его повседневным опытом, включают утилитарные, нормативные и телеологические оценки» [Арутюнова 1988: 75-76]. Результаты исследования Н.Д. Арутюновой послужили стимулом для дальнейшего изучения проблематики оценочных значений и возникновению новых классификаций оценок в отечественной лингвистике.

Принимая во внимание классификацию оценочных значений, разработанную Н.Д. Арутюновой, Т.И. Вендина распределяет оценки на следующие группы с учётом их соотношения с этапами восприятия объекта оценки: 1) оценки-аффективы, отражающие чувственное восприятия предметов и явлений внешнего мира; 2) оценки-когнитивы, заключающиеся в осмыслении оценки возможностями разума (рационалистические и психологические оценки); 3) оценки-сублиматы (или абсолютные оценки), интерпретирующие чувство прекрасного и нравственные чувства субъекта (эстетические и этические оценки) [Вендина 1998: 18-20].

Е.М. Вольф классифицирует оценки по способу оценивания и выделяет два вида – абсолютную и сравнительную. Абсолютные оценки определяют объект как «хороший» или «плохой», в то время как сравнительные, основанные на сопоставлении объектов, характеризуют их с позиции «лучше» или «хуже». Как отмечает автор, при абсолютной оценке речь идёт об одном оценочном объекте, тогда как при сравнительной необходимо наличие как минимум двух объектов оценивания [Вольф 2002: 15]. Основываясь на данной классификации, Т.В. Маркелова указывает на «двухступенчатое содержание оценки». На первой ступени, по её мнению, находится абсолютная оценка, характеризующая один объект. На вторую ступень Т.В. Маркелова помещает сравнительную оценку, которая характеризует одновременно два объекта, сравнивая их друг с другом [Маркелова 1993: 10]. Классификация оценок, предложенная Е.М. Вольф, широко представлена в работах многих лингвистов современности, изучающих специфику средств выражения оценки, но вопрос о том, какая именно оценка является исходной, абсолютная или сравнительная, всё ещё остается открытым.

П. Шародо предлагает классификацию оценок в зависимости от ценностей, положенных в их основу. Автор выделяет три группы оценок: 1) прагматичные оценки: положительная или отрицательная оценка объекта в рамках утилитарных ценностей, характерных для говорящего; 2) эстетические оценки: положительная или отрицательная оценка объекта в рамках ценностей эстетики, присущих говорящему; 3) гедонистические оценки: квалифицируют высказывание

положительно или отрицательно в рамках собственных ценностей говорящего [Charaudeau 1992: 627].

Деление оценок по содержанию на положительные и отрицательные получило своё отражение в работах многих лингвистов (Е.М. Вольф, Н.Д. Арутюновой, В.Н. Телия, Е.Ф. Серебренниковой, М.В. Мироновой, И.В. Фроловой и др.). Традиционно под положительной оценкой принято понимать выражение позитивного отношения субъекта к оцениваемому объекту. Отрицательные оценки имеют противоположный смысл, выражаясь в высказываниях о плохом, бесполезном.

Актуализация оценочных отношений субъекта и объекта изображается учёными в виде оценочной шкалы, которая базируется на соотнесении объекта оценки по тому или иному признаку (основанию оценки) с социальными стереотипными представлениями [Вольф 2002: 49; Трунова 2008: 104; Солодилова 2014: 87]. Исследование положительного или отрицательного характера оценочного отношения неразрывно связано с позиционированием объекта на оценочной шкале. Как отмечает Е.М. Вольф, «на оценочной шкале есть зона положительного и отрицательного («хорошо/плохо»), между которыми расположена зона нейтрального». Нейтральная зона подразумевает признаки характеристики стереотипа, соответствующего объекту оценки. Иными словами, положительная оценка (со знаком «+») свидетельствует о соответствии характеризуемого объекта идеализированной модели, в то время как отрицательная оценка (со знаком «-»), наоборот, указывает на несоответствие стереотипу по одному из параметров [Вольф 2002: 49-54].

Т.В. Маркелова указывает на зависимость положительного или отрицательного характера оценочного признака от эмоций субъекта по поводу качества объекта. Данную точку зрения автор объясняет определением оценки в логике, в соответствии с которым она трактуется как «такое определение объекта, при котором выявляется его положительное/отрицательное значение для субъекта, при условии, что объект способен удовлетворить потребности субъекта» [Маркелова 1993: 29].

Аналогичная точка зрения получила отражение в исследовании Т. Кржижовски, в котором отмечается, что слова стремятся к аксиологической нагруженности положительными или отрицательными коннотациями, прямо пропорциональными степени «человеческого фактора» [Krzyszowski 1997: 64]. Изменение позиционирования оцениваемого объекта на оценочной шкале О.В. Трунова связывает с изменением ценностных ориентиров общества [Трунова 2008: 104].

Изучая актуализацию оценки на лексическом и морфологическом уровнях, П. Пюпье и К. Кербрат-Ореккьони отмечают, что, кроме слов, которые используются для выражения явно мелиоративной (положительной) или явно пейоративной (отрицательной) оценки, существуют такие, чья ориентация зависит от предпочтений, идеологии говорящего/пишущего. В качестве примера учёные приводят политические термины, оценочное значение которых меняется в зависимости от контекста [Pupier 1998: 53-54; Kerbrat-Orecchioni 2009: 37].

Основу разделения оценок на рациональные и эмоциональные составляет критерий наличия или отсутствия эмотивного компонента в структуре оценочных значений. Рациональная оценка входит в денотативный аспект значения и находит своё выражение в словарной дефиниции, в то время как эмоциональная включена в коннотацию. Данная точка зрения отражается в работах таких лингвистов, как: Е.М. Вольф, Н.Д. Арутюнова, Т.В. Маркелова, А.А. Симонян, М.С. Ретунская, В.Н. Телия и др.

По определению ряда учёных, рациональная оценка базируется на объективно свойственных референту качествах, в то время как эмоциональная основана на тех эмоциях, которые вызывает характеризуемый предмет [Ретунская 1996: 9; Симонян 2006: 66]. По словам М.А. Тихоновой, эмоции позволяют объекту начать движение по шкале оценок и добавляют к отношению субъекта оценки его эмоциональное напряжение и аффективность [Тихонова 2016: 61]. Н.Д. Арутюнова и Е.М. Вольф отмечают, что рациональная оценка превалирует над эмоциональной, в то время как последняя рассматривается как вид психологической оценки [Арутюнова 1999: 23; Вольф 2002: 25].

При исследовании оценочного потенциала политического дискурса В.А. Марьянчик акцентирует внимание на доминировании эмоциональной оценки над рациональной. В своей работе она подразделяет её на две группы: 1) эмоциональные оценки по характеру; 2) эмоциональные оценки по основанию. Под первыми В.А. Марьянчик понимает «вербальное воплощение эмоций оценивающего субъекта посредством языковых средств различных уровней (дурацкий, глупенький)». Под вторыми автор подразумевает «эмоции, заключенные в денотате оценочной единицы (страдальческий, радостный)». Слова указанной группы обнаруживают эмоциональную оценку по основанию, при этом являясь рациональными по характеру [Марьянчик 2013 б: 94-95].

М.С. Ретунская предлагает рассматривать эмотивно-интеллектуальную (или эмоционально-интеллектуальную) оценку, которая объединяет в себе рациональную и эмоциональную оценки. Автор считает, что она основывается на «диалектическом единстве рационально-оценочных суждений» [Ретунская 1996: 9].

Н.Н. Болдырев выделяет два типа оценок: чувственную и эмоциональную. Такую позицию учёный объясняет тем, что они имеют различную природу восприятия оцениваемого. Если чувственная оценка осуществляется через восприятие окружающей действительности органами чувств (ароматный, вкусный, невкусный), то «эмоциональная оценка связана с психологическими особенностями восприятия оцениваемого субъектом (замечательный, отвратительный) и основана на реакции, коррелирующей с субъективной шкалой ценностей» [Болдырев 2002].

В лингвоаксиологии наряду с подразделением оценок на рациональную и эмоциональную представлена классификация по форме выражения, разделяющая их на субъективную и объективную [Фролова 2016: 53; Марьянчик 2013 а: 70]. С точки зрения В.А. Марьянчик, субъективная оценка всегда рационально-эмоциональна, транслируется с позиции индивидуального автора, в то время как объективная оценка частично формируется совокупностью субъективных оценок, частично – внеположена субъективности. В.А. Марьянчик приходит к выводу, что

субъективные оценки могут существовать за рамками объективной оценки, пересекаться друг с другом и с полем объективной оценки, могут входить в поле объективного и формировать его [Марьянчик 2013 а: 70].

Определяя оценивание как «дискурсивную аналитическую процедуру определения значимости рассматриваемого объекта», Е.Ф. Серебренникова выделяет реляционную (объективную) и абсолютную (более субъективную, собственно ценностную) значимость [Серебренникова 2008: 412].

Отечественные и зарубежные учёные классифицируют оценки по степени выраженности на имплицитную и эксплицитную (в работах В.А. Марьянчик, И.А. Солодиловой, С.В. Шарафутдиновой, М. Вернье, Г. Гржмил-Тулуцки, Б. Зандиг и др.). По определению И.А. Солодиловой, эксплицитная оценка выражена в поверхностной структуре высказывания, имплицитная оценка – в её глубинной структуре [Солодилова 2014: 95]. Г. Гржмил-Тулуцки, изучающая особенности дискурса, отмечает, что выбор эксплицитной или имплицитной оценки в дискурсе того или иного типа обусловлен его речевой стратегией [Grzmil-Tylutki 2011: 252].

С.В. Шарафутдинова приравнивает выражение оценки в медиадискурсе к способу речевого воздействия. Под эксплицитными средствами выражения оценки автор понимает языковые и речевые средства, которые напрямую характеризуют событие. К ним относятся такие средства, как «оценочная лексика, оценочные эпитеты, экспресемы, фразеологизмы и устойчивые сочетания, обладающие выраженной оценочной коннотацией». Имплицитная оценка, по определению С.В. Шарафутдиновой, осуществляется в СМИ при помощи средств речевого воздействия, нацеленных на формирование мыслительных оценочных стереотипов, которые являются неотъемлемым компонентом модально-оценочной рамки в сознании массового адресата [Шарафутдинова 2010: 12].

Имплицитность в медиадискурсе М.А. Пильгун связывает с наличием у реципиента необходимого объема фоновых знаний, запрограммированного в тексте автором. В частности, он пишет, «обращение к опыту и интеллектуальному багажу адресата создает иллюзию самостоятельности вынесения оценки,

сделанного вывода, что позволяет расширить рамки потенциального манипулирования сознанием реципиента» [Пильгун 2008: 28].

В исследованиях современных лингвистов предпринимаются попытки показать связь субъективного аспекта высказывания с такими типами оценки, как эксплицитная и имплицитная. Так, Б. Зандиг определяет оценочное действие как «действие определенного субъекта оценки, классифицирующего специфический предмет оценки, исходя из оценочных аспектов». С точки зрения учёного, эксплицитными могут быть признаны только те оценки, в которых получает свое выражение результат классификации. Имплицитные оценки, по словам автора, даются, когда вербализованы только предмет оценки и оценочный аспект(ы) [Sandig 1991: 227]. По-своему объясняет наличие связи субъективности в высказывании с эксплицитными и имплицитными типами оценки М. Вернье. В концепции учёного представлена мысль о том, что, при эксплицитной оценке субъект характеризует что-либо, открыто заявляя о своей позиции, тогда как имплицитная оценка подразумевает скрытое присутствие позиции оценивающего. В результате автор приходит к выводу, что эксплицитные оценки более нестабильны и многочисленны, в то время как имплицитные оценки вызывают трудности при обнаружении [Vernier 2011: 46].

Оригинальный взгляд на значимость социального фактора для типологии оценки предложен в работах В.И. Карасика. На основании категории статусности учёный выделяет три основных типа оценок: а) стратификационная оценка (оценивается статус в системе социальной стратификации); б) дистанционная оценка (оценивается статусная позиция вышестоящего, нижестоящего и равного человека); в) ролевая оценка (оценивается соответствие поведения человека статусной норме). Стратификационная оценка относится к справедливости и рациональности общественного устройства в целом, дистанционная оценка распространяется на собственный статус субъекта оценки и соотносимые с этим статусом позиции других людей, ролевая оценка связана с вариативностью статусной реализации, т. е. с допустимыми отклонениями от статусного прототипа. В.И. Карасик приходит к выводу, что статусная оценка проявляется в речевом

поведении людей, выбирающих определённую модель поведения [Карасик 2002 а: 70-71].

С.В. Шарафутдиновой, социальная оценка направлена на выявление отношения «массового адресата» к значимому явлению общества. При этом она формируется под влиянием СМИ, транслирующих с помощью средств речевого воздействия «определённые оценочные стереотипы» [Шарафутдинова 2010: 24].

Исследуя способы выражения категории оценки, представленные в испанской разговорной речи, Н.Г. Мед обращает внимание на комбинирование оценок, используемых для характеристики человека. Автор отмечает, что кроме обязательного сочетания рационалистических оценок с гедонистической, в семантике изученных оценочных номинаций выявлены и другие виды оценок. Доминирующей по количеству и разнообразию оценочных единиц Н.Г. Мед признаёт отрицательную оценку, что объясняет «притяжением положительных смыслов к норме, мало выраженной на аксиологической шкале, а также большей категоричностью суждений, относящейся к восприятию «чужого» в менталитете любого этноса» [Мед 2008: 18].

Многие учёные указывают на сложность систематизации оценок, представленных в современной лингвистике. Учитывая исследования ведущих специалистов в этой области, Е.Ф. Серебренникова приводит обширную классификацию оценок по характеру эталона и условий оценивания, в состав которой вошли такие разновидности, как: априорная, апостериорная, индивидуальная, коллективная, нестандартная, экспрессивная, эталонная и др. Кроме того, Е.Ф. Серебренникова указывает на сходства и различия оценок. Например, нестандартная оценка, по её словам, близка к индивидуальной, выявляющей позицию автора, но в отличие от индивидуальной нестандартная оценка предусматривает модификацию информации [Серебренникова 2008: 43-45].

Классификация оценки в современной лингвистике осуществляется по различным критериям: по соотношению объективного и субъективного факторов, по характеру основания, по способу оценивания, по содержанию, по наличию или отсутствию эмотивного компонента, по форме выражения, по степени

выраженности, по характеру эталона и условий оценивания. Несмотря на многообразие подходов к классификации оценок, открытыми остаются вопросы, касающиеся первичности / вторичности абсолютной и сравнительной оценок, первичности / вторичности эмоционального и рационального компонентов, взаимодействия субъективного и объективного факторов в структуре оценочного значения, специфика комбинирования разных типов оценок в высказывании.

1.4. Прагматический характер оценочности в политическом дискурсе

На современном этапе развития антропоцентрически ориентированной лингвистики особое внимание уделяется взаимодействию языка и окружающей человека действительности. В связи с приоритетом данной научной парадигмы к числу наиболее актуальных проблем лингвистики относится исследование функционирования языка в различных сферах общения: политической, социальной, культурной, религиозной и др.

Изучение политического дискурса, в частности его прагматического потенциала и особенностей используемых в нём языковых средств, входит в сферу интересов многих современных учёных (работы А.А. Симонян, А.П. Чудинова, В.А. Марьянчик, О.О. Борискиной, А.В. Алферова, Е.Ю. Кустовой, О.И. Калинина, О.В. Эпштейн, П. Шародо, Д. Менгено, А. Дорна и др.). Е.И. Шейгал объясняет пристальное внимание к изучению политического дискурса со стороны лингвистов интегративной тенденцией развития науки о языке и необходимостью лингвистического осмысления результатов, полученных в таких смежных областях знания, как политология, социология, психология и культурология [Шейгал 2005: 5].

Как известно, политический дискурс является частной разновидностью более общего понятия «дискурс». В связи с этим целесообразным представляется обратиться к рассмотрению понятия «дискурс», которое считается одним из наиболее обширных и многогранных в науке о языке.

Широкое распространение многозначный термин «дискурс» получил во второй половине XX в. В.Е. Чернявская связывает это с назревшей необходимостью учитывать не только внутреннюю специфику «текста как такового», но и текста в качестве «послания», адресованного целевой аудитории и выражающего определенные потребности автора [Чернявская 2009].

В науке разработаны многочисленные теории, посвящённые сущности понимания дискурса, которые исключают и дополняют друг друга. Анализ работ отечественных и зарубежных учёных позволил выделить два основных коррелирующих подхода относительно сущности понимания дискурса: структурно-текстовый и коммуникативно-деятельностный.

В рамках структурно-текстового подхода к определению дискурса акцент переносится на текст как на важную его составляющую, на первый план выходит изучение структуры текста. К числу авторов, анализирующих дискурс в соотношении с понятием «текст», относятся: Е.С. Кубрякова, Е.А. Реферовская, А.А. Кибрик, З.Я. Тураева, В.А. Андреева, В.З. Демьянков, В.А. Звегинцев, Р. Барт, И. Беллерт и др. В пределах этого соотношения существуют разнообразные интерпретации дискурса и текста, отображающие взаимосвязь двух этих терминов.

Большинство учёных придерживается точки зрения, согласно которой текст представляет собой более узкое понятие и рассматривается как элементарная единица (В.А. Звегинцев, В.В. Богданов), определённый результат функционирования дискурса (Р. Барт, Е.С. Кубрякова), который, в свою очередь, воспринимается как процесс текстопостроения и рецепции текста (В.А. Миловидов, В.Е. Чернявская). Как отмечает В.А. Андреева, текст занимает центральное положение в динамическом пространстве дискурса и обозначает своего рода «свёрнутый дискурс» [Андреева 2006: 6].

В лингвистике исследование терминов «дискурс» и «текст» зачастую осуществляется в одной плоскости. Но ряд учёных настаивает на чётком разграничении этих понятий. В частности, А.А. Ворожбитова, которая определяет их сущности как две грани «связного высказывания, рассматриваемого в статике и динамике» [Ворожбитова 2005: 221].

Сторонники коммуникативно-деятельностного подхода дают определение дискурсу как коммуникативному процессу, его эквивалентами являются такие понятия, как «речь», «коммуникативная ситуация», «речевое действие», «коммуникативное событие» и т.п. (Н.Д. Арутюнова, Н.И. Формановская, И.А. Стернин, Н.Ф. Алефиренко, В.В. Красных, Э. Бенвенист, М. Фуко, Д. Мальдидье и др.). В отличие от структурно-текстового подхода при коммуникативно-деятельностном подходе понятие «дискурс» включает в себя целый спектр экстралингвистических факторов, к которым, по данным лингвистов, относятся: условия протекания коммуникации, цели и оценка коммуникантов, используемые ими неязыковые средства и т.п. [Нерсисян, Бжинаева 2017: 53].

В трудах Н.И. Формановской дискурс трактуется как результат взаимодействия высказываний по текстovým законам смысловой и структурной целостности, с учётом интенций, эмоций и оценок говорящего [Формановская 2007: 80]. По мнению автора, текст противопоставлен дискурсу так же, как предложение противопоставлено высказыванию [Формановская 2000: 60].

Обращает на себя внимание позиция В.И. Карасика, который предлагает рассматривать дискурс как «деятельность с языковыми и экстралингвистическими составляющими, но деятельность коммуникативно-прагматическую, а не рече-мыслительную» [Карасик 1998: 185].

Весомый вклад в изучение понятия «дискурс» в рамках коммуникативно-деятельностного подхода внесли французские учёные. Известно, что терминологическое значение дискурсу придал Э. Бенвенист, который в 50-е годы XX века использовал традиционный для французской лингвистики термин «discours» в новом значении. Он трактовал дискурс как «характеристику речи, присваиваемую говорящим», в отличие от повествования, которое разворачивается без непосредственного вмешательства говорящего [Бенвенист 2010: 139].

М. Фуко, один из основоположников французской школы теории дискурса, в 60-е годы XX века разработал универсальную трактовку понятия «дискурс». В работе «Археология знания» («L'Archéologie du savoir») учёный предложил

рассматривать дискурс как «контактирующую поверхность, сближающую язык и реальность, смешивающую лексику и опыт» [Фуко 1996: 49].

В конце XX века Д. Менгено существенно расширил сферу употребления термина дискурс, рассматривая его как высказывание-процесс, объект изучения в теориях высказывания и прагматики, но и как систему условий, детерминирующих порождение бесконечного количества высказываний, исходя из определённой социальной или идеологической позиции [Maingueneau 1991]. Близкая по содержанию концепция представлена в трудах таких швейцарских лингвистов, как Э. Руле, Л. Фильетта, А. Гробе, которые определяют дискурс как результат сочетания лингвистических и ситуативных параметров [Roulet, Fillietaz, Grobet 2001: 12]. Предельно широкая интерпретация термина «дискурс» представлена в трудах П. Серио, который предлагает понимать под ним и речевую деятельность, и текст, и контекст, и высказывание в его взаимосвязях с коммуникативной ситуацией [Серио 2002: 26].

Изучение дискурса в отечественной и зарубежной лингвистике XXI века происходит с позиции институциональности, где это понятие рассматривается в границах определённого социального института. В работах Т.А. ван Дейка институциональный дискурс трактуется как «механизм трансформации макросоциальных феноменов, таких как наука, идеология, культура, практически до каждого человека на микросоциальный уровень путем дозированного информационного воздействия» [Dijk 2008: 129]. Широкое распространение в отечественной лингвистике получила формулировка В.И. Карасика, с точки зрения которого, институциональный дискурс представляет собой специализированную клишированную разновидность общения между людьми, вынужденными общаться в соответствии с нормами данного социума [Карасик 2002 б: 195].

В определении институционального дискурса, разработанного представителями французской школы, отражён ценностный аспект этого понятия. Лингвисты предлагают рассматривать институциональный дискурс как особый язык, транслирующий и регулирующий собственную базу норм и ценностей,

которые закрепляются соответствующим социальным институтом [Фуко 1996; Oger 2005; Krieg-Planque 2010].

Учёные, обратившиеся к вопросу типологии институционального дискурса, сходятся во мнении, что при установлении его разновидности следует учитывать статусно-ролевые характеристики участников общения, цель и условия коммуникации [Oger 2005; Бабаян 2008; Викулова, Короленко: 2019].

Одной из разновидностей институционального дискурса принято считать политический дискурс на основании того, что он обладает рядом специфических признаков. Их выявлению и изучению посвящено значительное количество научных работ (Е.И. Шейгал, В.И. Карасика, Э.В. Будаева, А.П. Чудинова, О.О. Борискиной, Л.И. Гришаевой, П.Б. Паршина, А. Дорна, Д. Менгено, К. Оливье-Янив и др.). В большинстве лингвистических исследований последних лет высказывается мысль о необходимости выделения политического дискурса в самостоятельную дисциплину – политическую лингвистику. Смещение фокуса внимания отечественных и зарубежных учёных в сторону политической лингвистики объясняется, во-первых, заинтересованностью в изучении взаимосвязи между использованием языковых средств и внеязыковых факторов, во-вторых усиливающейся театрализацией политической деятельности [Чудинов 2006; Hitzler 2014; Charaudeau 2015].

Как и базовое понятие «дискурс», термин «политический дискурс» имеет несколько определений. За время существования дискурсивной лингвистики учёными было предложено немало взаимодополняющих его трактовок. С одной стороны, данное понятие рассматривается в виде особого типа речевой коммуникации в сфере политики [Ollivier-Yaniv 2010: 31; Калинин 2017: 63]. С другой стороны, лингвисты трактуют его как своего рода диалог между автором, пропагандирующим определенные идеологические воззрения, и широкой аудиторией [Bourque, Duchastel 1995; Dorna 2007; Шапиева 2014]. Существующие на данный момент концепции объединяет то, что основополагающей функцией политического дискурса является его использование в качестве инструмента в борьбе за власть [Шейгал 2000; Dorna 1995; Maingueneau 2010].

В данной диссертационной работе под политическим дискурсом понимается сложное коммуникативное образование, сформированное общим набором языковых средств, ориентированных на популяризацию определённого идеологического направления.

Традиционно средой существования политического дискурса принято считать средства массовой информации, что свидетельствует о пересечении политического и медийного дискурса. В лингвистической литературе полифункциональность СМИ послужила поводом для их ассоциации с «медиатором» (посредник между политиками и народом) [Шейгал 2000: 79], «трибуной» для отстаивания определённой позиции [Boudreau, Urbain 2013: 24], «фильтром» событий, информации, подразумевающим расставление акцентов [Калинин 2017: 19]. Сочетаемость разноплановых функций и ориентированность на широкую аудиторию характеризуют СМИ как одну из главных сфер осуществления политической коммуникации.

В качестве базовой единицы политического дискурса Т.Г. Добросклонская называет медиатекст, который позволяет упорядочить и структурировать движение медиапотока в условиях информационного общества [Добросклонская 2014: 182]. Для более точного описания текстов, функционирующих в семантическом поле политики и распространяющихся с помощью СМИ, О.И. Калинин предлагает использовать термин «политический медиатекст», в котором, по его мнению, отражается одновременная принадлежность данного текста и к массмедиальному, и к политическому дискурсу [Калинин 2017: 50]. Пристальное внимание учёных к медиа-политическим текстам объясняется тем, что они не только формируют ядро современного медиадискурса, но и демонстрируют процессы соединения дискурсов разного типа [Grevisse 2008; Gobin 2011; Марьянчик 2013].

Важнейшей функцией СМИ принято считать воздействующе-информационную, что обусловлено потребностью публицистики в упорядочении потока получаемой информации через языковые средства [Шейгал 2000; Dorna 2007; Charaudeau 2015]. С точки зрения М.Г. Цуцовой, «дискурс СМИ, обладая широкой палитрой инструментов поликодового воздействия при предъявлении

информации, является одним из самых значимых сегментов политического дискурса» [Цуциева 2019: 13]. Описывая приёмы и способы воздействия и убеждения, используемые в СМИ, учёные подчеркивают важность прагматического аспекта высказывания. Так как продвижение информации зависит от способа ее представления, языковые средства, используемые в политическом дискурсе, по-своему отражают интенции разных политических сил в изложении событий и характеристике их участников.

Изучение прагматической направленности политического дискурса, опосредованного СМИ, является одним из актуальных вопросов современной лингвистики. В широком понимании под прагматическим аспектом подразумевается исследование языковых явлений в совокупности с неязыковыми параметрами [Moeschler, Reboul 1994: 22; Калинин 2017: 13].

По свидетельству учёных, прагматический аспект невозможен без человека, который соединяет в своей речевой деятельности объективную действительность и мышление [Маркелова 1995: 68; Vanderveken 2007: 257]. По мнению О.В. Александровой, «прагматический подход в большей степени следует рассматривать в триединстве отношения между говорящим, формой и содержанием, с учетом адресата (читателя), для которого данный текст создан» [Александрова 1998: 11].

Текст в прагматическом аспекте является для автора способом достижения поставленной цели в процессе его коммуникации с читателем. Именно поэтому исследование прагматического характера политического дискурса позволяют глубже проникнуть в его содержание [Lemieux-Lefebvre 2009: 13; Luné Roc 2015: 2]. Прагматический аспект политических текстов Д.З. Шапиева связывает с несколькими факторами. Первым из них выступает их своеобразная организация, под которой подразумевается выбор грамматических и лексических единиц, стилистических приемов. Вторым фактором является установка на побуждение к конкретным действиям со стороны реципиента, в частности голосование за конкретную партию или политического деятеля [Шапиева 2014: 19].

О.Л. Михалёва считает, что при анализе прагматических особенностей политического дискурса важно учитывать такие факторы, как «агональность, наличие противоборствующих сторон и присутствие адресата-наблюдателя». Под воздействием данных факторов происходит формирование трёх коммуникативных стратегий: стратегия на понижение (дискредитация оппонента); стратегия на повышение (самопрезентация докладчика) и стратегия театральности (попытка изменения картины мира аудитории в рамках предвыборной гонки) [Михалёва 2009: 45].

С точки зрения М.Г. Цуцовой, реализации коммуникативных намерений в политическом дискурсе способствует наличие таких параметров, как: 1) полисубъективность; 2) агональность; 3) персуазивность; 4) фактологичность; 5) актуальность [Цуцова 2012: 177-178]. В соответствии с перечисленными факторами автор относит к коммуникативным стратегиям самопрезентацию (тактики самоидентификации, положительной самооценки, самооправдания), дискредитацию (тактики обвинения, уфозы, оскорбления) и информационно-интерпретационную стратегию (тактики информирования, разъяснения, признания существования проблемы, прогнозирования) [Цуцова 2019: 19].

Немаловажную роль в политическом дискурсе играют стратегии идентификации идеологической позиции, которые, по словам М.С. Матыциной, помогают выявить особенности использования языка как инструмента речевого воздействия, с помощью которого власть поддерживает свое идеологическое превосходство в социуме [Матыцина, 2020: 19]. В этом плане интерес представляет концепция Р. Водака, который выделяет такие стратегии идентификации идеологической позиции, как номинация, предикация, аргументация, «смягчение позиции», перспективизация и интенсификация [Wodak 2009].

Одной из наиболее ярких характеристик политического медиатекста, отличающейся прагматическими параметрами и обеспечивающей конструирование идеологических позиций, является оценочность. Как отмечает И.Н. Пьянзина, оценка является «катализатором прагматической функции языка современной прессы» [Пьянзина 2000: 7]. Поскольку политический дискурс

является выражением комплекса сложных взаимоотношений между человеком и властью и, как следствие, функционально направлен на формирование у реципиентов некоторого фрагмента мировосприятия или картины мира [Dorna 1995: 144; Hacker 1996: 51; Шейгал 2000: 26], присутствующая в нём оценка реализует коммуникативную задачу выражения одобрения или порицания объекта в результате интерпретации понятий и высказываний.

Известные лингвисты отмечают, что ценности политического дискурса сводятся к обоснованию и отстаиванию права на власть представителей политической элиты [Шейгал 2000: 48; Карасик 2002: 238; Le Bart 2010: 81]. Основой для большинства текстов политического содержания принято считать оппозицию «свои-чужие», которая находит своё отражение на разных уровнях языковой системы и определяет восприятие политической жизни массовой аудиторией, разделяющей тенденциозные оценочные мнения [Марьянчик 2009; Шапиева 2014; Гришаева 2017].

По словам А.П. Чудинова, «объектом оценки в политическом дискурсе чаще всего становятся группы (люди, социумы, явления и др.), которые воспринимаются как СВОИ или ЧУЖИЕ, а также события и факты, которые находятся в той или иной связи с названными группами» [Чудинов 2006: 65]. При этом, как отмечает О.А. Кулагина, образ «чужого» неустойчив в социокультурной эволюции и имеет прямую связь с хронотопом [Кулагина 2012: 3].

В исследованиях зарубежных лингвистов находит своё отражение точка зрения, согласно которой идеальной политической системой считается демократия, которая противопоставлена другим политическим идеологиям [Bourque, Duchastel 1995; Cohendet 2004]. В то же время они указывают на то, что политическая коммуникация является ярким примером идеологических инициатив по внедрению новых социальных иерархий и норм [Dorna 1995; Coupland 2014].

Особого внимания в плане изучения оценочности во французском политическом дискурсе заслуживает работа французских учёных А. Дорна и П. Жорже. Анализируя особенности интерпретации высказываний,

представленных в массмедийном политическом дискурсе, авторы выделяют следующие критерии:

- 1) текст политической тематики направлен на то, чтобы заставить других действовать в нужном для автора направлении;
- 2) политический дискурс относится к механизмам убеждения и определяется идеологическими и организационными задачами власти;
- 3) политический дискурс принимает форму стратегических моделей, отпечатки которых прослеживаются в речи;
- 4) в политическом дискурсе доминирует логика вероятного, а не истинного;
- 5) эмоции являются неотъемлемой частью политического дискурса;
- 6) дискурсивные формации обусловлены историей и культурой соответствующего общества [Dorna, Georget 2007: 25].

Анализ критериев интерпретации высказываний позволил французским учёным прийти к выводу, что политический дискурс с учётом его идеологизированности в большей степени опирается на значимость слов, средств речевой выразительности, игнорируя при этом основные идеи и рациональность аргументативной логики [Dorna, Georget 2007: 25]. Близок данной точке зрения подход В.А. Марьянчик, которая отмечает, что политически ориентированный медиатекст не отражает действительность, а конструирует ее по особым законам [Марьянчик 2009: 12].

Воздействующе-информационная функция, манипулятивный характер политической коммуникации и идеологизированность высказываний служат основанием для отрицания истинности оценочных средств, реализуемых в политическом дискурсе. О.В. Эпштейн отмечает, что задача автора текста политической направленности заключается в том, чтобы не объективно описать реальность, а выделить отдельные черты данного явления, убеждая реципиента, побуждая его к определённому действию [Эпштейн 2008: 153].

При рассмотрении семантических особенностей оценки в политическом массмедийном дискурсе немаловажное значение имеет изучение соотношения

объективных и субъективных факторов. По мнению большинства учёных, любая оценочная конструкция включает объективные и субъективные факторы, находящиеся в сложном взаимодействии [Pupier 1998; Вольф 2002; Menuet 2003; Сальникова 2010].

Учёные обращают внимание, что субъектом оценки в политическом дискурсе выступает автор медиатекста. Е.И. Шейгал подчёркивает, что «позиции одного человека» в дискурсе исследуемого типа не существует, поскольку политические ценности всегда имеют групповой характер [Шейгал 2000: 69]. Так как социальная группа отличается общими ценностями и установками, учёные приходят к выводу, что оценка любого предмета или явления в политическом дискурсе носит социальный характер, находясь под воздействием объективной реальности и субъективного мироощущения личности [Симонян 2006: 65; Марьянчик 2009: 11].

Анализ лингвистической литературы показал, что с одной стороны, оценка в политическом дискурсе субъективна и опирается на систему ценностей отдельного индивида, с другой стороны, оценивающий субъект зависим от ценностей той социальной группы, и шире, от культуры, к которой он принадлежит [Вольф 2002; Серебренникова 2008; Jaskiewicz: 2014].

Прагматический характер оценки в политическом дискурсе выявляется через изучение особенностей языковых единиц, направленных на выражение определённого отношения к тем или иным событиям, участниками которых выступают представители политической элиты. О.П. Эпштейн считает оценочные средства своеобразным центром притяжения, акцентирующим внимание и воздействующим на сознание читателя [Эпштейн 2008: 153].

По свидетельству учёных, оценочный аспект реализуется на всех уровнях языка [Вольф 2002; Симонян 2006; Jaskiewicz 2009]. Между тем выражение оценки в политическом дискурсе, по мнению лингвистов, осуществляется преимущественно при помощи стилистических приёмов и экспрессивной лексики, так как именно они способствуют достижению перлокутивного эффекта [Шейгал 2000: 168; Martin, White 2005: 31; Шапиева 2014: 33].

Оценочный аспект текста в политическом дискурсе складывается из значений, которые реализуются эксплицитно или имплицитно. Наибольший интерес для исследования представляют имплицитные оценочные средства, что обусловлено, с одной стороны, тем, что они являются более мощным и эффективным средством воздействия, чем эксплицитные [Пьянзина 2000: 9; Шарафутдинова 2010: 12]. С другой стороны, в концепциях лингвистов высказывается мысль, что имплицитные средства выражения оценки используются, главным образом, для выражения скрытого отрицательного оценочного отношения к представителям власти [Lemieux-Lefebvre 2009: 9; Allouche 1992: 79]. По словам учёного М.-К. Дюран Гуизиу, в политической коммуникации имплицитные оценочные средства могут послужить «щитом», прикрываясь которым автор может действовать так, как если бы фактически он не создал указанный текст, в то время как получатель (реципиент) имеет право действовать так, как если бы он не понимал скрытые намёки [Durand Guiziou 1992: 209]. Другими словами, использование имплицитных средств выражения оценки в политическом дискурсе позволяют автору высказывания свести к минимуму свою ответственность за вероятное буквальное понимание его слов адресатом.

Своеобразие оценочного потенциала политического дискурса заключается в том, что, несмотря на его прагматические установки, репрезентация оценочных средств в авторитетных СМИ совершается с ориентацией на каноны политкорректности. С.Г. Тер-Минасова отмечает, что политическая корректность языка направлена на «поиск новых способов языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинство индивидуума, ущемляют его человеческие права привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.п.» [Тер-Минасова 2000: 216].

Политически корректные высказывания, по мнению авторов, служат не только эффективным способом противодействия вербальной агрессии, которая имеет место в рамках стратегии вежливой и уважительной коммуникации, но и средством достижения политиками целей в убеждении участников коммуникации

в правильности своего курса [Кауфова, Кауфова 2017: 113]. Завуалированное выражение оценки авторами медиатекстов политического содержания позволяет сглаживать высказывания, затрагивающие острые социально-политические проблемы, апеллируя к уже устоявшимся ценностным установкам.

Для обозначения процесса и результата «смягчения» категоричности высказываний в современной лингвистике принято использовать термин «митигация». Приоритетным для митигативных высказываний, по словам ученых, является не информирование с объективной искренностью, а «сохранение коммуникативного баланса и позитивной тональности» [Тахтарова 2010: 22] и «предотвращение возможных коммуникативных рисков» [Каракулова 2016: 10].

Таким образом, прагматический потенциал оценки в политическом дискурсе реализуется через отражение позиции политического направления с точки зрения соответствия / несоответствия оцениваемого объекта ценностной (идеализированной) картине определённой идеологии. Обращение к политическому дискурсу как инструменту вербальной актуализации ценностей связано с его опосредованностью средствами массовой информации. С одной стороны, СМИ фиксируют события общественно-политической жизни, с другой стороны, интерпретируют их в свете той или иной идеологии.

Проведённый анализ научной литературы показал, что изучение особенностей репрезентации оценочных единиц, направленных на выражение определённого отношения к тем или иным событиям, участниками которых стали представители политической элиты, способствует выявлению прагматического потенциала оценки. Прагматические установки политического дискурса в полной мере реализуются через использование имплицитных средств выражения оценки, которые позволяют автору высказывания, во-первых, минимизировать свою ответственность за вероятное понимание его слов читателем, во-вторых, нивелировать различия между представителями разных политических идеологий в соответствии с правилами политкорректности.

Выводы по первой главе

Изучение ценностных отношений человека к действительности и их объективации в языке стало отправной точкой к возникновению нового направления в современном языкознании – аксиологической лингвистики, или лингвоаксиологии. Оно соединило в себе теоретические и методологические достижения в области аксиологии как общего учения о ценностях и собственно лингвистические подходы к исследованию воплощения ценностей в разных видах речевой деятельности. Отсутствие устойчивой системы терминов и определений, раскрывающих те или иные понятия, разрабатываемые в пределах лингвоаксиологии, свидетельствуют о том, что данное направление находится на стадии интенсивного развития.

Одним из ключевых понятий, рассматриваемых в рамках лингвоаксиологии, является оценка. С одной стороны, учёные подчёркивают диалектическую связь между понятиями «оценка» и «ценность», с другой стороны, обращают внимание на их принципиальную разницу. Главное отличие оценки от ценности состоит в том, что оценка, подразумевающая реализацию человеческого отношения, эксплицируемого в языке, является изменчивой величиной, в то время как ценность, будучи исторически и социально значимой для человека в мире бытия, считается величиной постоянной.

Среди основных подходов к исследованию оценки как элемента языковой картины мира в современной лингвистике выделяются функционально-семантический, лингвокультурологический, когнитивный, психолингвистический. Рассмотренные оценочно ориентированные исследования сфокусированы на решении проблем разного характера.

Основными компонентами оценки являются субъект и объект оценки, взаимодействие которых находит своё отражение на оценочной шкале. Формируясь на основе ценностных установок, норм и стереотипов, принятых в

обществе, оценка, будучи антропоцентрически ориентированной категорией, выступает главным репрезентантом ценностного мировоззрения субъекта.

Всесторонняя разработка проблематики оценки в лингвистике привела к возникновению нескольких подходов к её классификации. Среди них особого внимания заслуживают классификации, базирующиеся на следующих критериях: по соотношению объективного и субъективного факторов, по характеру основания, по способу оценивания, по содержанию, по наличию или отсутствию эмотивного компонента, по форме выражения, по степени выраженности, по характеру эталона и условий оценивания. По-прежнему дискуссионными остаются вопросы, касающиеся первичности / вторичности абсолютной и сравнительной оценок, первичности / вторичности эмоционального и рационального компонентов, взаимодействия субъективного и объективного факторов в структуре оценочного значения.

Оценочность, будучи социально обусловленной, является одной из характеристик политического дискурса как дискурса институционального типа. Её специфика сводится к выражению позиции определённого политического направления с точки зрения соответствия / несоответствия оцениваемого объекта ценностной (идеализированной) картине определённой идеологии. Прагматический потенциал оценки выявляется через изучение особенностей ее имплицитной или эксплицитной актуализации в медиатексте. Наиболее эффективно прагматические установки политического дискурса реализуются с помощью имплицитных средств выражения оценки, которые позволяют автору высказывания воздействовать на широкую аудиторию, снимая с себя ответственность за вероятное понимание его слов читателем и нивелируя различия между представителями разных политических идеологий.

ГЛАВА 2. Лексические и грамматические средства выражения оценки в характеристике политической элиты

2.1. Специфика семантики лексических средств выражения оценки

Обращение к политическому дискурсу как к инструменту материализации национально-культурных ценностей является одним из основных вопросов в изучении оценочной проблематики. Ключевой формой реализации политической коммуникации выступают средства массовой информации, в поле зрения которых неизменно находятся представители политической элиты, существенно влияющие на благополучие государств. В то же время характеристика политиков высшего звена, оценивание их деятельности во многом зависит от излагаемых в публикациях событий, с ними связанных, и от типа периодического издания, которое эту информацию освещает.

Современные издания активно участвуют как в генерации общенациональных идей, так и в выработке внешнеполитической пропаганды. Несмотря на принцип свободы слова, провозглашённый в странах Западной Европы, принято считать, что наполняемость французских печатных изданий полностью зависит от определённых коммерческих кругов и высокопоставленных чиновников, принимающих всевозможные меры, чтобы повлиять на поток информации [Ollivier-Yaniv 2010: 31; Clément 2010: 76]. В то же время каждое общественно-политическое издание имеет свой стиль и свою целевую аудиторию, которая, как отмечают учёные, ждёт от своего коммуникатора особую гамму сообщений и их соответствующего стилистического оформления [Гаврилов, Зарипов 2020: 55]. В связи с этим для анализа в настоящем исследовании выбраны современные французские издания разной идеологической направленности, отражающие общественно-политические процессы и расстановку политических сил во Французской Республике. К ним относятся: 1) «Le Monde» – отражение леволиберальных взглядов; 2) «Le Figaro» – актуализация точки зрения умеренно

правых сил; 3) «L'Humanité» – коммунистическая направленность, поддержка других направлений левых сил; 4) «Courrier international» – центристская направленность; 5) «Marianne» – отражение левых консервативных взглядов.

Во французском политическом медиадискурсе оценочный аспект текста складывается из значений, которые эксплицитно или имплицитно представлены в медиатексте с помощью системы языковых средств. Актуализация средств выражения оценки в характеристике политической элиты во французской прессе иллюстрирует устоявшееся ценностное восприятие мира французским обществом. Апеллируя к традиционным ценностным ориентациям, авторы идеологически обусловленных публикаций стремятся сформировать определённое оценочное отношение читательской аудитории к описываемым событиям и лицам.

Важнейшую роль при выражении оценки в политическом дискурсе, по мнению большинства лингвистов (Е.М. Вольф, В.А. Марьянчик, Д.З. Шапиевой, А. Джекиевич, А. Уолтер и др.), играют лексические средства передачи оценочного отношения СМИ и общества к объекту оценки. Оценочный компонент закреплён в структуре лексического значения слова, что наделяет его способностью репрезентировать ценностные установки народа и выражать оценку объектов и ситуаций действительности.

Одним из наиболее распространенных лексических средств выражения оценки, представленных во французском политическом медиадискурсе с целью характеристики представителей власти, являются качественные имена прилагательные. В Таблице 1 представлены наиболее частотные качественные прилагательные определённой семантики, задействованные при оценке представителей политической элиты.

Таблица 1 – Качественные имена прилагательные в оценке политической элиты

Название группы	Количество	Примеры
Прилагательные, выражающие общую оценку	27 %	'bon' / 'хороший'; 'formidable' / 'великолепный'; 'excellent' / 'отличный'; 'mauvais' / 'плохой';

		<i>'lamentable'</i> / 'скверный' и др.
Прилагательные, обозначающие личностные качества политика	25 %	<i>'généreux'</i> / 'великодушный'; <i>'audacieux'</i> / 'отважный'; <i>'ambitieux'</i> / 'амбициозный'; <i>'arrogant'</i> / 'высокомерный'; <i>'cynique'</i> / 'циничный' и др.
Прилагательные, характеризующие эмоциональное состояние и манеру поведения политика	10,4 %	<i>'souriant'</i> / 'улыбчивый'; <i>'impulsif'</i> / 'импульсивный'; <i>'dingue'</i> / 'чокнутый'; <i>'serein'</i> / 'спокойный'; <i>'placide'</i> / 'невозмутимый' и др.
Прилагательные, обозначающие деловые качества политика	8,9 %	<i>'compétent'</i> / 'компетентный'; <i>'doué'</i> / 'талантливый'; <i>'habile'</i> / 'умелый'; <i>'irresponsable'</i> / 'безответственный' и др.
Прилагательные, обозначающие степень популярности политика в народе	8 %	<i>'célèbre'</i> / 'знаменитый'; <i>'populaire'</i> / 'популярный'; <i>'connu'</i> / 'известный'; <i>'inconnu'</i> / 'неизвестный'; <i>'impopulaire'</i> / 'непопулярный' и др.
Прилагательные, характеризующие интеллектуальные способности и уровень образования	7,5 %	<i>'intelligent'</i> / 'умный'; <i>'sage'</i> / 'мудрый'; <i>'inculte'</i> / 'необразованный'; <i>'lucide'</i> / 'здравомыслящий'; <i>'bête'</i> / 'глупый' и др.
Прилагательные, характеризующие политика по возрастному признаку	6,6 %	<i>'jeune'</i> / 'молодой'; <i>'juvénil'</i> / 'юношеский'; <i>'usé'</i> / 'изнурённый'; <i>'vieux'</i> / 'старый' и др.
Прилагательные, характеризующие ораторские способности	6,6 %	<i>'sonore'</i> / 'звонкий'; <i>'éloquent'</i> / 'красноречивый'; <i>'loquace'</i> / 'красноречивый'; <i>'monotone'</i> / 'монотонный' и др.

В ходе исследования корпуса прилагательных общей оценки, выявленных во французском политическом дискурсе, установлено, что в них детерминировано бинарное противопоставление знаков оценки. К общеоценочным прилагательным относятся синонимы прилагательного *'bon'* / 'хороший', обозначающие только оценку

со знаком «+» («хорошо»), и синонимы прилагательного *'mauvais'* / *'плохой'*, подразумевающие соответственно только оценку со знаком «-» («плохо»). Например:

«Il a été un excellent Premier ministre» [Le Figaro Hommage, 2019: 87] / *«Он был отличным премьер-министром»*;

«Macron est un piteux dirigeant et les résultats lamentables qu'il a obtenus à ce scrutin montrent qu'il n'a rien appris» [Courrier international № 1492, 2019: 36] / *«Макрон – жалкий лидер, и скверные результаты, которые он получил на этих выборах, показывают, что он ничему не научился»*.

В проанализированных источниках общеоценочные прилагательные репрезентируют те представления о «хорошем» и «плохом» политике, которые соответствуют социальной норме. В то же время выбор в пользу прилагательных с положительной или отрицательной коннотацией обусловлен как внутривнутриполитическими и внешнеполитическими событиями, так и идеологической ориентации издания, выступающего в роли субъекта оценки.

Анализ частнооценочных прилагательных, представленных в современной французской прессе для характеристики представителей политической элиты, показал, что они охватывают полный спектр оценочных значений, обозначающих, как профессионально-деловые, так и морально-нравственные качества. Основанием для положительной оценки политиков служит наличие у них таких качеств, как лидерство, великодушие, смелость, спокойствие, компетентность, ответственность, популярность в народе, энергичность, образованность и умение говорить. Соответственно, отрицательную оценку выражают прилагательные, передающие такие качества, как циничность, трусость, излишняя эмоциональность, безответственность, непопулярность, глупость и косноязычие.

В ходе исследования установлено, что представители правящей элиты получают положительную или нейтральную эксплицитную оценку во французской прессе вне зависимости от типа издания. Например:

«Responsable politique de province, peu connu avant sa nomination à Matignon, Édouard Philippe est un homme sérieux et compétent...» [Courrier international № 1450,

2018: 16] / «*Политический деятель из провинции, малоизвестный до своего назначения в Матиньон, Эдуард Филипп – серьёзный и компетентный человек...*»;
 «*Edouard Philippe, progressif et doué*» [Le Monde № 23047, 2019: 9] / «*Эдуард Филипп, прогрессивный и талантливый*».

Между тем политики, которые оставили свою политическую карьеру и уже не оказывают прежнего влияния на ход событий в стране, по-разному оцениваются в современных изданиях. Так, экс-президент Франции Ж. Ширак получает мелиоративную оценку в издании «Le Figaro», в то время как в издании «L'Humanité» его деятельность подвергается порицанию. Например:

«*...cet homme généreux qui restera dans l'histoire pour son refus de cautionner l'invasion et la destruction de l'État irakien*» [Le Figaro № 23364, 2019: 19] / «*...этот великодушный человек войдет в историю своим отказом поддержать вторжение и разрушение Иракского государства*»;

«*Homme simple et politique tordu*» [L'Humanité № 22774, 2019: 4] / «*Простой человек и кособокий политик*».

В ходе анализа фактического материала было выявлено, что качественные прилагательные используются во французском политическом медиадискурсе для эксплицитной оценки деятельности представителей власти на политической арене, их взаимоотношений с народом и другими политиками. Синонимию, которая прослеживается среди прилагательных общей и частной оценки, учёные объясняют «градуальностью оценочной шкалы», подразумевающей выражение разной степени качества объекта посредством его сравнения с нормой [Заграевская 2006; Фролова 2016].

Наряду с общеоценочными прилагательными, актуализации бинарного противопоставления «хорошо» / «плохо» в проанализированных французских медиатекстах способствует использование общеоценочных наречий '*bien*' / '*хорошо*' и '*mal*' / '*плохо*'. При этом категоричность оценочных суждений с использованием данных наречий при оценке иностранных политиков снижает их завышенность, что обусловлено нежеланием французских СМИ давать эксплицитную оценку влиятельным зарубежным политикам. Например:

«*Pour le magazine italien Internazionale, la candidate démocrate est “compétente et bien préparée”*» [Courrier international № 1354, 2016: 35] / «*По мнению итальянского журнала “Internazionale”, кандидат от Демократической партии “компетентен и хорошо подготовлен”*»;

«*Evidemment l'élection de Trump a fait réagir un certain nombre de citoyens américains et c'est très bien pour la démocratie*» [Marianne № 1056, 2017: 20] / «*Очевидно, избрание Трампа вызвало реакцию у ряда американских граждан, и это очень хорошо для демократии*»;

«*Bolsonaro est inculte et “mal préparé à la fonction présidentielle”*» [Le Monde № 22949, 2018: 7] / «*Болсонару – необразованный и “плохо подготовленный к президентской должности”*»;

«*Pourtant elle s'en sort très mal depuis sa défaite au second tour de la présidentielle*» [Courrier international № 1460, 2018: 22] / «*Однако после поражения во втором туре президентских выборов её дела идут очень плохо*».

Поскольку в большинстве случаев (75%) наречия служат средством интенсификации или деинтенсификации оценочных значений в характеристике представителей власти, они будут более подробно рассмотрены в параграфе, посвящённом описанию средств изменения интенсивности оценочных значений.

Другим классом слов, широко используемым для выражения оценки в современном французском политическом медиадискурсе, являются имена существительные. Как показал анализ фактического материала, богатым оценочным потенциалом обладают существительные в составе номинаций политических лидеров. И.А. Солодилова подчёркивает, что в отличие от имён прилагательных, называющих признак и актуализирующих его в сознании человека как вычленяемый в объекте, оценочные имена направлены на передачу целостного представления, которое существует в сознании социума и отличается выработанной системой ассоциаций, вызываемых у носителей языка [Солодилова 2014: 253].

Одними из наиболее распространённых номинаций политиков, выявленных во французской прессе, являются те, которые направлены на оценку

интеллектуальных способностей человека (25 %). Так, для выражения положительного оценочного отношения во французских медиатекстах используются существительные, подразумевающие наличие у представителей власти совершенных знаний в определённой области. В ходе исследования фактического материала выявлены следующие лексемы такого содержания: ‘*un maître*’ в значении ‘мастер’; ‘*un génie*’ / ‘гений’; ‘*un expert*’ / ‘эксперт’; ‘*un gourou*’ / ‘гуру’; ‘*un roué*’ / ‘тёртый калач’. Например:

«*La réforme des retraites est une des priorités fixées par Paulo Guedox, “gourou” économique de Bolsonaro...*» [Le Figaro № 23083, 2018: 2] / «Пенсионная реформа – один из приоритетов, установленных Пауло Гуэдесом, экономическим “гуру” Болсонару ...»;

«*Trudeau est passé maître dans l’art d’afficher un progressisme susceptible de faire la une des journaux*» [Courrier international № 1480, 2019: 16] / «Трюдо стал мастером в искусстве демонстрации прогрессивных взглядов, что заслуживает публикации на первых страницах газет».

В то же время такие номинации используются во французских СМИ с целью отрицательной иронической оценки представителей власти в случае несоответствия политика заявленному образу. Например:

«*Emmanuel Macron se présentait aux Français en expert de l’économie. Et promettait monts et merveilles sur le front de la croissance, du chômage, de la compétitivité... Deux ans après son élection, “Marianne” a décidé de le prendre au mot et de comparer ses performances avec celles de ses prédécesseurs au même stade de leur mandat. Verdict: pas brillant!*» [Marianne № 1155, 2019: 11] / «Эммануэль Макрон презентовал себя французам как эксперт в области экономики. И обещал золотые горы на фоне роста, безработицы, конкурентоспособности... Через два года после его избрания “Марианна” решила поверить ему на слово и сравнить его результаты с показателями его предшественников на том же этапе их мандата. Вердикт: не блестяще!»;

«*Comme s'il était toujours enfermé dans son costume d'expert des problématiques économiques et sociales*» [Le Figaro № 23386, 2019: 2] / «*Как будто он все еще был заключён в костюм эксперта по экономическим и социальным вопросам*».

В современной французской прессе прослеживается тенденция к использованию номинаций политиков (23 %), которые подразумевают особенности осуществления верховной власти, получившей исторически негативную коннотацию, например: '*despote*' / '*деспот*'; '*dictateur*' / '*диктатор*'; '*usurpateur*' / '*узурпатор*'. Как показал анализ, они используются с целью отрицательной оценки жёстко проявивших себя правителей, не считающихся с мнением общества:

«*Ils ont un point commun avec les dictateurs: la tendance fâcheuse à supprimer tous les intermédiaires entre le peuple et eux*» [Courrier international № 1481, 2019: 17] / «*У них есть одна общая черта с диктаторами: неприятная тенденция устранять всех посредников между ними и народом*».

Оценка мировых лидеров с помощью номинаций такого рода обусловлена актуализацией во французском политическом медиадискурсе прагматической доминанты «свой-чужие». В соответствии с ней лидеры стран, с которыми у Франции существуют дипломатические разногласия, оцениваются отрицательно.

В проанализированных медиатекстах выявлены номинации, подчёркивающие идеологические и мировоззренческие убеждения политиков и используемые для их квазиоценки: '*conservateur*' / '*консерватор*'; '*communiste*' / '*коммунист*'; '*gaulliste*' / '*голлист*'; '*frontiste*' / '*фронтист*' и др. Дополнительная оценочная коннотация у этих лексем появляется в контексте употребления, а её знак зависит от идеологической ориентации французского издания, выступающего в качестве субъекта оценки. Так, в издании Французской коммунистической партии «L'Humanité» номинация '*communiste*' вербализируется с положительной коннотацией при оценке политика, в то время как в издании «Marianne», отражающем левые консервативные взгляды, она имеет отрицательную коннотацию. Например:

«...*ces communistes ont ruiné toutes les chances de leur candidat*» [Marianne № 1020, 2016: 6] / «...*эти коммунисты разрушили все шансы их кандидата*»;

«*Henri Malberg. Communiste, optimiste et fidèle*» [L'Humanité. Dimanche № 569, 2017: 82] / «*Анри Мальбер. Коммунист, оптимистичный и верный*».

При актуализации нормативной оценки политической элиты своё отражение находят возрастные координаты человека (молодость и старость), представляющие собой явную асимметрию. В ходе исследования установлено, что номинации, акцентирующие внимание на преклонном возрасте политика, направлены на отрицательную оценку его эффективности. В проанализированных медиатекстах были выявлены такие существительные, как: '*vieillard*' / '*старик*'; '*viocard*' / '*старик*'. Наряду с этим, номинации, относящиеся к политикам, представляющим молодое поколение, задают амбивалентную оценочную позицию: с одной стороны, они служат для положительного оценивания их деятельности, подчёркивая динамичность и энергичность в принятии решений, с другой стороны, они употребляются для отрицательной характеристики неопытного, незрелого в эмоциональном и интеллектуальном плане человека. Например: '*bébé*' / '*младенец*'; '*enfant*' / '*ребёнок*'; '*gars*' / '*парень*'; '*blanc-bec*' / '*молокосос*'. Выбор в пользу положительной или отрицательной коннотации зависит от того, левый или правый политический сегмент поддерживает издание. Например:

«*Ces enfants de la télé ont confondu mise en scène et proximité, indécence et transparence*» [Marianne № 1020, 2016: 12] / «*Эти телевизионные дети перепутали постановку и эмоциональную близость, непристойность и прозрачность*» (о французских политиках Н. Саркози и Ф. Олланде);

«*Un garçon brillant, un vrai politique*» [Le Monde № 22612, 2017: 12] / «*Гениальный мальчик, настоящий политик*» (о французском политике Ф. Филиппо).

Как показало исследование, номинации, указывающие на возраст, в большинстве случаев (75 %) направлены на выражение отрицательной оценки представителей политической элиты.

Одной из закономерностей, выявленных в ходе анализа существительных как средств выражения оценки во французском политическом дискурсе, является использование именованных, подразумевающих принадлежность человека к высшему сословию. В оценке политической элиты во французской прессе выявлены такие лексемы, как: *'le roi'* / 'король'; *'la reine'* / 'королева'; *'l'empereur'* / 'император'; *'tsar'* / 'царь'; *'princesse'* / 'принцесса'; *'baron'* / 'барон'. В проанализированных медиатекстах они представлены для акцентирования внимания на величии и значимости политических лидеров, решения которых влияют на судьбы народов.

Как показал анализ фактического материала, в зависимости от контекста номинации такого характера используются, с одной стороны, для положительной характеристики влиятельных представителей власти, с другой стороны, для выражения отрицательного иронического отношения к высокомерным политикам. Например:

«Quant au poste de vice-président, il pourrait revenir à Wang Qishan, l'ancien tsar de la lutte anticorruption, un puissant allié du numéro un chinois» [Le Figaro № 22880, 2018: 6] / «Что касается поста вице-президента, то он мог бы перейти к Ван Цишаню, бывшему царю антикоррупционной борьбы, могущественному китайскому союзнику номер один»;

«On l'a surnommé la “princesse du gazoduc”, ou encore la “marraine” de la vie politique ukrainienne, au sens mafieux du terme» [Courrier international № 1482, 2019: 27] / «Её прозвали “принцессой трубопровода“ или даже “крестной матерью” украинской политической жизни в мафиозном смысле этого слова».

Средством выражения оценки во французских изданиях служат номинации, содержащие в своём составе обращения или упоминания официально-делового характера, такие как *'Monsieur'*, *'M.'* / 'Господин'; *'Mister'*, *'Mr.'* / 'Мистер'. Традиционно во французском политическом дискурсе перечисленные лексемы употребляются в сочетании с фамилиями. Анализ показал, что отступление от общепринятой нормы и их употребление с другими существительными

способствует выражению иронической оценки политиков, чьи поступки вызвали негативный отклик в обществе. Например:

«...Barack Obama se voulait le chantre d'une politique africaine ambitieuse, incarnée notamment par la présence à ses côtés d'un "M. Afrique", le sous-secrétaire d'Etat Johnnie Carson» [Marianne № 1056, 2017: 21] / «... Барак Обама хотел быть солистом амбициозной африканской политики, воплощенной, в частности, в присутствии на его стороне "господина Африки", заместителя государственного секретаря Джонни Карсон»;

«Macron, en revanche, fait partie du groupe principal en lice pour la formation d'une nouvelle majorité au Parlement européen, qui est en train de s'élargir – une scène parfaite où continuer à interpréter le rôle de "Mister Europe"» [Courrier international № 1492, 2019: 34] / «Макрон, напротив, является частью основной группы, отстаивающей формирование нового большинства в Европейском парламенте, которое находится в процессе расширения – идеальный этап для того, чтобы продолжать играть роль "мистера Европы"».

Немаловажную роль при вербализации оценки правящей элиты во французской прессе играют глаголы, способствующие реализации стратегии дискредитации политика. Негативное влияние на его медийное портретирование оказывают пейоративные глаголы с эмоциональной коннотацией, такие как: 'crier' / 'кричать'; 'hurler' / 'орать'; 'insulter' / 'кричать'; 'avilir' / 'унижать', 'обесценивать'. Широкое использование данных дериватов для описания действий зарубежных лидеров воплощает негативную реакцию Франции относительно внутренней политики в этих странах. Например:

«Il faut dire que Donald Trump se fout de la planète et du dérèglement climatique» [Marianne № 1056, 2017: 89] / «Стоит сказать, что Дональду Трампу наплевать на планету и климатические изменения».

«Depuis qu'il a été élu, il multiplie les provocations et les revirements, insulte ses adversaires, crie au complot perpétuel» [Courrier international № 1510, 2019: 4] / «С тех пор, как он был избран, он только и делает, что приумножает количество

провокаций и перемен позиции, оскорбляет своих оппонентов, кричит о вечном заговоре».

В ходе исследования установлено, что при отрицательной прагматической оценке иностранных политиков во французских изданиях используются предикаты со значением деструктивного действия, такие как '*déstabiliser*' / 'дестабилизировать'; '*déchirer*' / 'разрывать'; '*rompre*' / 'ломать'; '*dépouiller*' / 'лишить'. Причиной их широкого распространения при оценке политических шагов президента США являются сложности, наметившиеся в последнее время в евро-атлантических отношениях. Например:

«*Trump a dépouillé les Etats-Unis de leur leadership moral*» [Le Monde № 22612, 2017: 2] / «Трам лишил Соединенные Штаты морального лидерства»;

«*Le journaliste décrit un président instable, qui gouverne en dépit des conventions et s'en prend souvent aux hauts responsables, qu'il déstabilise et humilie quotidiennement*» [Courrier international № 1454, 2018: 13] / «Журналист описывает нестабильного президента, который правит вопреки условностям и часто нападает на высших должностных лиц, ежедневно дестабилизируя и унижая их».

При этом в адрес французских политиков и государственных деятелей Германии, которая выступает главным партнёром Франции в Европейском союзе, при конструировании прагматической оценки используются более нейтральные глаголы, подразумевающие скорее изменение положения и дестабилизацию, чем разрушение, такие как: '*trembler*' / 'дрожать'; '*ébranler*' / 'пошатнуть', 'поколебать'; '*bousculer*' / 'пошатнуть'. Например:

«*Sa politique ébranlerait la société française...*» [Courrier international № 1359, 2016: 43] / «Её политика пошатнула бы французское общество...»;

«*Venu de la gauche, Emmanuel Macron a eu l'audace de bousculer les tabous idéologiques et les forteresses syndicales*» [Le Figaro, № 22827, 2018: 17] / «Прибывший от "левых", Эммануэль Макрон имел смелость пошатнуть идеологические табу и твердыни профсоюзов»;

«Kevin Kühnert, du haut de ses 28 ans, fait trembler la république allemande» [Le Figaro № 22869, 2018: 2] / «Кевин Кюнерт с высоты своих 28 лет заставляет дрожать германскую республику».

Таким образом, выбор глаголов с меньшей пейоративной нагрузкой обусловлен намеренным приуменьшением силы воздействия на текущий государственный строй «своих» представителей политической элиты, к которым причисляются французские политики и политики стран-союзников.

Проанализированные примеры, отражающие оппозицию «свой-чужие», в определенной мере коррелируют с разнообразными языковыми репрезентациями пространства, о которых пишет В.В. Корнева, в частности они имеют отношение к таким параметрам, как: «близко-далеко», «внутри-снаружи», «центр-периферия» [Корнева 2019: 37].

Своей спецификой в оценке политической элиты во французской прессе обладают числительные. Как показал исследованный материал, они используются в составе номинаций, связанных с оценкой положения представителя власти на мировой арене, внутри партии или в ходе предвыборной гонки. Так, числительное 'un' / 'один' употребляется с целью указания на значимость, главную роль государственного деятеля как элемента в иерархической структуре, в то время как числительное 'deux' / 'два' выражает второстепенную позицию представителя власти. Например:

«Valls est notre adversaire numéro un dans la primaire» [Le Monde № 22386, 2017: 7] / «Вальс – наш соперник номер один на праймериз»;

«Le numéro deux du Front national de la jeunesse (FNJ), Davy Rodriguez, a annoncé démissionner “de toutes ses activités politiques”» [Le Monde № 22758, 2018: 6] / «Второй номер Национального фронта молодёжи (НФМ), Дэви Родригез, объявил, что уходит в отставку и отказывается от исполнения “всех видов политической деятельности”».

Отличительной особенностью оппозиционных изданий «Marianne» и «L'Humanité» является использование в оценке представителей власти числительного 'zéro' / 'ноль'. Как показал анализ примеров, оно употребляется во

французском медиадискурсе с целью отрицательной телеологической оценки политического лидера, чья деятельность не имела положительного результата. Использование этого числительного характерно в большей степени для указанных изданий, так как в них наиболее остро отражены социальные проблемы, возникающие в стране и в мире. Например:

«*La perspective de gagner est proche de zéro*» [Marianne № 1020, 2016: 21] / «Шансы на победу близки к нулю»;

«*L'actuel président intérimaire, Michel Temer, dont la popularité est proche de zéro, est sous le coup d'une enquête pour corruption*» [L'Humanité. Dimanche № 569, 2017: 31] / «Настоящий временный президент, Мишел Темер, популярность которого близка к нулю, находится под следствием по обвинению в коррупции».

Среди лексических средств, выражающих оценочное отношение к объекту, во французском политическом дискурсе выявлен невысокий процент инвективной лексики (1,2 %). Р. Шимуля отмечает, что инвективная лексика, наделённая отрицательной эмоционально-экспрессивной окраской в политических публикациях, участвует в формировании у читателя определённого представления о политиках и их жизни [Szymula 2014: 252—253]. В то же время её наличие объясняется стремлением СМИ к доступности и выразительности, что, по словам А.Р. Минемуллиной, обуславливает естественность и необходимость употребления разнообразной оценочной лексики [Минемуллина 2015: 13].

Анализ исследованного материала показал, что использование сниженных лексических единиц во французских изданиях варьируется в зависимости от направленности и статуса издания. Негативная репрезентации «чужих», их принижение и демонизация способствуют возвышению и идеализации «своих». Наибольшее количество инвективной лексики при оценке правящей политической элиты и иностранных политиков содержится во французском журнале «Marianne», читатели которого придерживаются левых взглядов. Например:

«*Justin Trudeau. L'“idiot utile” de l'islamisme?*» [Marianne № 1016, 2016: 42] / «Джастин Трюдо. “Полезный идиот” исламизма?»;

«*La France croyait avoir battu un record en envoyant à l'Élysée un jeune blanc-bec de 39 ans...*» [Marianne, № 1065, 2017: 15] / «*Франция считала, что побила рекорд, отправив в Елисейский дворец молодого 39-летнего молокососа...*».

«*Certes, Maduro constitue un vrai repoussoir*» [Marianne № 1143, 2019: 18] / «*Конечно, Мадуро представляет собой настоящее страшилище*».

Между тем употребление инвективной лексики в более авторитетных французских изданиях, таких как «Le Monde» и «Le Figaro», сведено к минимуму. Анализ показал, что инвективные номинации, представленные в таких изданиях с целью оценки политических лидеров, отражают крайнюю степень обострения негативного отношения общественности к объекту оценки. Например:

«*Donald Trump est un imbécile qui a surfé sur le racisme et l'ignorance de l'Amérique*» [Le Figaro № 23089, 2018: 4] / «*Дональд Трамп – имбецил, который пропихнулся на расизме и невежестве Америки*»;

«*Ils sont "des andouilles" qui payons pour tout le monde*» [Le Monde № 22859, 2018: 5] / «*Они – "болваны", которые платят за всех*».

Обращает на себя внимание тот факт, что в 70 % случаев указанные единицы употребляются журналистами в кавычках, что объясняется их стремлением к дистанцированию от номинаций, которые выражают неприемлемую для них точку зрения.

Таким образом, лексические средства, используемые для оценочной характеристики представителей политической элиты в современном французском медиадискурсе, отражают бинарное противопоставление «хорошо» / «плохо». В результате анализа установлено, что качественные прилагательные охватывают полный спектр оценочных значений, эксплицируя положительные и отрицательные черты политиков. Богатым оценочным потенциалом обладают выраженные существительными номинации политических лидеров, используемые с целью интеллектуальной, иронической и нормативной оценок. Возникновение и распространение номинаций во французском политическом дискурсе детерминировано, во-первых, внутривнутриполитическими событиями, во-вторых, интересами политических сил. В результате семантического анализа глаголов была

выявлена их способность выступать в качестве маркёров «своих» и «чужих» во французском политическом дискурсе. Числительные представлены в проанализированных изданиях с целью оценки значимости и степени влияния представителей власти на жизнь общества. Для выражения крайней степени негативного оценочного отношения к политикам во французской прессе представлена инвективная лексика, которая употребляется авторами медиатекстов в кавычках, что позволяет им снять с себя ответственность за данную точку зрения.

2.2. Словообразование как способ выражения оценки

Манипулятивное воздействие на языковое сознание адресата, являющееся главной целью политического дискурса, обуславливает поиск и использование различных приёмов и разноуровневых средств выражения оценки.

Наряду с лексическими единицами, обладающими ярко выраженной оценочной коннотацией, французские СМИ широко используют словообразовательный потенциал французского языка.

В ходе исследования корпуса примеров установлено, что оценочным потенциалом во французском политическом дискурсе обладают неологизмы, средством создания для которых послужили такие способы словообразования, как: суффиксация, префиксация, словосложение, и сокращение.

В политических статьях современной французской прессы достаточно широко представлен эпонимный дериват. В ходе исследования выявлены следующие производные от фамилий политиков, образованные с помощью суффиксации: *'macronien'*; *'macronie'*; *'macronisme'*; *'macroniste'* – производные от фамилии президента Франции Э. Макрона (*'Macron'*); *'un chiraquien'*; *'Chiraquie'*; *'chiraquiser'* – производные от фамилии экс-президента Франции Ж. Ширака (*'Chirac'*); *'trumpisme'*; *'trumpiste'* – дериваты от фамилии президента США Д. Трампа (*'Trump'*); *'lepénisation'*; *'lepéniste'* – производные от фамилии французского политика Ж.-М. Ле Пена (*'Le Pen'*) и др. Высокая степень

употребления тех или иных эпонимных дериватов акцентирует внимание на значимости определённых государственных деятелей в политической жизни страны, что влияет на актуализацию прагматической оценки. Например:

«Le pouvoir macronien ne serait-il qu'une copie du régime sarkozyste?» [Marianne № 1070, 2017: 19] / *«Не будет ли макронская власть копией саркозистского режима?»;*

«La nomination du chiraquien, tout comme celle du radical Jacques Mézard, répond à une stratégie éminemment politique» [Le Monde № 23047, 2019: 1] / *«Назначение шираковца, как и назначение радикального Жака Мезара, является ответом на исключительно политическую стратегию».*

В настоящем исследовании подтверждается точка зрения Ю.Н. Сдобновой, которая отмечает, что подобные эпонимные дериваты, как правило, встречаются во французском политическом дискурсе в меньшем количестве после того, как носители этих фамилий уходят с политической арены [Сдобнова 2017: 454].

Среди средств выражения оценки, выявленных во французских СМИ в характеристике политической элиты, представлены неологизмы, образованные с помощью префиксации. Распространёнными префиксами, используемыми для создания оценочных номинаций политиков, являются префиксы интенсивности 'super-' и 'hyper-', например: 'le superprésident' / 'суперпрезидент'; 'la superwoman' (где «woman» – с англ. «женщина») / 'суперженщина'. Образованные таким способом номинации употребляются в современной французской прессе при саркастической оценке представителей власти, громко заявивших о себе, но не оправдавших ожиданий народа. Например:

«Après trois années de crise de la zone euro, ses partenaires s'étaient lassés du style de l'“hyperprésident” Nicolas Sarkozy» [Le Monde № 22495, 2017: 15] / *«После трёх лет кризиса еврозоны его партнёры устали от стиля “гиперпрезидента” Николя Саркози»;*

«De son côté, le superministre [de la Justice] Sergio Moro a découvert qu'il n'était pas si super que ça» [Courrier international № 1481, 2019: 19] / *«Со своей стороны, суперминистр [юстиции] Серхио Моро обнаружил, что он не такой уж и супер».*

Своей спецификой во французской прессе обладают окказионализмы, образованные с помощью словосложения и характеризующие определённых представителей политической элиты, такие как: *l'homme-fusée* / 'человек-ракета'; *le vieux-gâteaux* / 'тёртый калач'; *M. Onzepourcent* / 'Г-н. Одиннадцатьпроцентов'. Как показал анализ, использование таких новообразований во французском медиадискурсе способствует формированию прагматической оценочности в политическом дискурсе. Например:

«...Car on voit mal Kim renoncer “définitivement” à la bombe. C’est elle qui a permis à “l’homme-fusée” d’être propulsé dans le firmament des grands de ce monde» [Le Figaro № 22963, 2018: 1] / «...Так как неясно, “окончательно” ли Ким отказался от бомбы. Именно она позволила “человеку-ракете” вознестись на небосвод великих мира сего». Лексема *homme-fusée* / 'человек-ракета' образована путём соединения двух простых слов *homme* / 'человек' и *fusée* / 'ракета'. Возникновение этого политического именованья связано с разработкой ракетного оружия в правление главы КНДР Ким Чен Ына.

В проанализированных французских изданиях рассматриваемого периода отмечено использование телескопизмов, которые представляют собой контаминацию одного или сразу двух усечённых антропонимов, такие как: *Merkozy* ('Merkel' + 'Sarkozy'); *Sarkozyx* ('Sarkozy' + 'Astérix'); *Sarkhollande* ('Sarkozy' + 'Hollande'). Например:

«L’ancien président de la République acquiert le surnom de “Sarkozyx” et continue de mettre de l’huile sur le feu pour séduire les électeurs de droite et d’extrême droite» [Le Monde № 22349, 2016: 8] / «Бывший президент республики получает прозвище “Саркозикс” и продолжает подливать масла в огонь, чтобы прельстить правых и крайне правых избирателей»;

«Ils n’en pouvaient plus du tandem très exclusif, quoique souvent conflictuel, qu’il formait avec la chancelière chrétienne-démocrate allemande, Angela Merkel: la “Merkozy”» [Le Monde № 22495, 2017: 15] / «Они не выносили больше этот очень эксклюзивный, хотя и зачастую конфронтационный тандем, который он

сформировал с христианско-демократическим канцлером Германии Ангелой Меркель: “Меркози”».

Широкое распространение неологизмов, образованных путём сочетания фамилии экс-президента Франции Н. Саркози с онимами других политиков, Н.А. Фененко и В.Н. Абабий объясняют тем, что этот политический лидер оказал существенное влияние как на своих соратников, политических противников и интеллектуальную элиту, так и на простой народ [Фененко, Абабий 2019: 43].

Как показал анализ фактического материала, авторы французских медиатекстов обращаются к использованию телескопизмов такого рода, во-первых, для оценки плодотворного сотрудничества политиков друг с другом, во-вторых, с целью выражения саркастической оценки наиболее темпераментных политиков.

Отличительной особенностью проанализированных изданий является использование в адрес представителей власти неофициальных, уменьшительных именованных (гипокористик), образованных с применением сокращения имён или фамилий политиков. Например: ‘*Manu*’ – от имени президента Франции Э. Макрона; ‘*Chichi*’ – от фамилий экс-президента Франции Ж. Ширака; ‘*BoJo*’ – от имени и фамилии премьер-министра Великобритании Б. Джонсона; ‘*Sarko*’ – от фамилии экс-президента Франции Н. Саркози; ‘*Bibi*’ – от имени политического деятеля Израиля Б. Нетаньяху:

«“BoJo” *laisse rarement les médias britanniques beaucoup plus d’un mois*» [Le Monde № 22913, 2018: 2] / «“Боджо” *редко покидает британские СМИ дольше, чем на месяц*»;

«...*Nicolas Sarkozy parvient à surclasser ses homologues de l’époque, les Merkel, Zapatero et Berlusconi, plus durement touchés par la crise des subprimes. Bravo, Sarko?*» [Marianne № 1155, 2019: 12] / «...*в то время Николя Саркози удается превзойти своих коллег, Меркель, Сапате́ро и Берлускони, более серьезно пострадавших от ипотечного кризиса. Браво, Сарко?*».

Использование уменьшительных имён политиков авторами статей в современном французском медиадискурсе является продуктивным способом конструирования прагматической оценочности представителей власти.

Гипокористики способствуют снижению статусности политика, что, с одной стороны, усиливает его мелиоративную оценку, сближая с простым народом, с другой стороны, выражают пейоративную оценку, уменьшая степень его заслуг. Таким образом, выявленные закономерности подтверждают наблюдения О.О. Борискиной и В.Г. Шимко, согласно которым коннотация неологизмов, полностью вошедших в систему языка, варьируется в зависимости от политических воззрений автора [Борискина, Шимко 2019: 103], что свидетельствует об универсальности медийного дискурса.

В ходе исследования оценочных средств, характеризующих представителей власти, выявлены окказионализмы с формантом ‘-gate’, которые употребляются во французском политическом дискурсе с целью намёка на Уотергейтский скандал. В современном французском политическом дискурсе новообразования такого характера служат средством импликации отрицательной оценки, указывая на причастность представителей власти к определённого рода махинациям или сомнительным предприятиям. Например:

«*“Trumpgate” ou “Russiagate”, les médias américains n’ont pas encore tranché*» [Marianne № 1056, 2017: 22] / «*“Трампгейт” или “Рашагейт”, американские СМИ еще не решили*»;

«*Le “Wauquiezgate” va alimenter le malaise dans les rangs de son parti*» [Le Figaro № 22869, 2018: 4] / «*“Вокьегейт” вызовет замешательство в рядах его партии*».

Одной из закономерностей, выявленных в ходе анализа средств выражения оценки, является использование искажённых имён и фамилий политических лидеров. Е.И. Шейгал считает, что видоизменённые имена или фамилии политиков содержат скрытую предикацию и имплицитно обвинительное суждение [Шейгал 2000: 166]. Во французском политическом дискурсе окказионализмы, образованные таким способом, нередко вносят в повествование комический эффект и используются как для отрицательной, так и для положительной оценки действий политиков. Например:

«...Donald Trump a vu sa fortune politique commencer à s'épanouir en lançant, il y a quelques années, "l'information" selon laquelle le président actuel, Barack Obama, n'était pas né aux Etats-Unis mais au Kenya, pays de son père, ce qui l'aurait juridiquement disqualifié comme président...La même logique sous-tend rumeur lancée un jour sur "Ali Juppé", un autre sur "Farid Fillon"» [Le Monde № 22386, 2017: 22] / «... Дональд Трамп заметил, что его политическая карьера начала развиваться, когда несколько лет назад он опубликовал "информацию", согласно которой президент Барак Обама родился не в Соединенных Штатах, а в Кении, стране его отца, что по закону лишило бы его права заниматься пост президента... Та же самая логика лежит в основе слухов, распространившихся однажды в адрес "Али Жюппе" и "Фарида Фийона". В приведенном примере искажение имен французских политиков Алена Жюппе и Франсуа Фийона с целью имплицитной уничижительной оценки основано на их происхождении.

Такого рода приём используется и для характеристики зарубежных политиков. Например:

«"Annegreat" a été désignée femme politique de l'année 2017» [Le Figaro № 22875, 2018: 3] / «"Аннегрейт" была признана Политиком 2017 года». Выражение положительной телеологической оценки в адрес немецкой женщины-политика Аннегрет Крамп-Карренбауэр осуществляется в издании «Le Figaro» благодаря модификации её имени с использованием английского прилагательного 'great' / 'великий'.

В результате проведённого исследования установлено, что основными средствами создания неологизмов, направленных на оценку политической элиты во французской прессе, являются: суффиксация, префиксация, словосложение и сокращение. Как показал анализ корпуса примеров, образованные этими способами лексемы отличаются высоким уровнем прагматизации и служат публицистам для выражения амбивалентной оценки. Основой для многих оценочно маркированных дериватов стали антропонимы – имена и фамилии политиков, наиболее ярко проявивших себя на общественно-политическом поприще. Альтернативная номинация позволяет автору иначе отразить важные, с

его точки зрения, характеристики объекта оценки, передать отрицательное или положительное оценочное отношение к нему.

2.3. Синтаксические средства реализации оценки

В рамках функционально-семантической категории оценки синтаксические средства, направленные на характеристику политической элиты, обладают своей спецификой, обусловленной реализацией определённых прагматических установок политического дискурса.

В лингвистических исследованиях неоднократно подчёркивается тесное взаимодействие синтаксического и лексического уровней [Гак 2000; Costasques, Guérin: 2007]. Как отмечает О.Д. Харченко, «оценочное отношение является одним из типов логико-синтаксических характеристик предложения, при котором оценка входит на правах компонента в его семантическую структуру и актуализируется в простейших предикативных конструкциях, включающих основные элементы структуры языковой оценки, или лексических единицах» [Харченко 2001: 42].

В ходе анализа оценочных средств, представленных во французском политическом дискурсе, отмечено широкое функционирование экспрессивных синтаксических конструкций. В медиатексте их способность достигать определённого эффекта при характеристике политиков определяется особой, а иногда уникальной синтаксической формой их построения. По словам А.П. Сковородникова, «именно синтаксис таит в себе огромные стилистические возможности, которые заключаются преимущественно в его способности передавать тончайшие оттенки мысли» [Сковородников 1981: 155].

В ходе анализа примеров установлено, что наиболее распространёнными синтаксическими оценочными средствами являются: вопросительные (29,3 %) и восклицательные предложения (18,6 %), парентетические внесения (16 %),

отрицания (14,5 %) и перечисления (9 %). На другие синтаксические средства приходится 12,6 % от общего числа проанализированных конструкций.

Самым распространённым средством выражения оценки в современном французском медиадискурсе на уровне синтаксиса выступают вопросительные предложения. С точки зрения оценки политической элиты в проанализированных изданиях богатым оценочным потенциалом обладает риторический вопрос. Привлекая внимание адресата, риторический вопрос во французской прессе способствует диалогизации монологического текста.

Проанализированный материал показал, что при передаче оценки политиков конструкция с риторическим вопросом используется, прежде всего, чтобы заставить читателя усомниться в способностях политика. Например:

«*Donald Trump est-il capable de présider les États-Unis?*» [Courrier international № 1454, 2018: 12] / «*Способен ли Дональд Трамп руководить Соединёнными Штатами?*»;

«*Naturellement, la question fuse: pourquoi ne pas avoir proposé ce changement de régime lorsqu'il était au pouvoir?*» [Le Figaro № 23386, 2019: 4] / «*Естественно, возникает вопрос: почему не предложили эту смену режима, когда он был у власти?*».

Выступая в качестве заголовков, открытые риторические вопросы, провоцируют читателя на домысливание, побуждают его самостоятельно оценить личность политика как элемента политической картины мира. В случае, когда оценка автора публикации не выражена эксплицитно, читатель имеет возможность самостоятельно решить, как относиться к смыслу заголовка и содержанию текста статьи — положительно, отрицательно или нейтрально. Например:

«*Qui es-tu, Angela?*» [Marianne № 1070, 2017: 40] / «*Кто ты, Ангела?*»;

«*Que est le vrai Trudeau?*» [Courrier international № 1480, 2019: 17] / «*Каков настоящий Трюдо?*».

Обрамление текста с оценочной ориентацией вопросительным предложением, не требующим ответа, по утверждению Е.Л. Зайцевой, способствует смягчению отрицательной оценки во французском политическом

дискурсе [Зайцева 2006: 17]. Исследованный материал показал, что, будучи не таким категоричным, как утвердительное предложение, риторический вопрос в некоторой степени освобождает автора от ответственности за истинность оценочного утверждения в отношении влиятельного политического лидера.

Для современных французских публикаций о представителях власти характерно использование эллиптических вопросительных предложений. В таких предложениях оценочное значение номинации усиливается за счёт пропуска слов, не содержащих оценку. При характеристике политиков в эллиптическом вопросительном предложении отсутствует глагольное сказуемое, не являющееся необходимым в смысловом отношении, а именная часть сказуемого, как правило, выражена положительной или отрицательной номинацией. Например:

«Amis? Partenaires? L'opinion publique a longtemps redouté que le président de 41 ans ne soit que la "créature" du milliardaire» [Le Monde № 23279, 2019: 3] / «Друзья? Партнеры? Общественное мнение давно опасалось, что 41-летний президент – всего лишь "творчество" миллиардера»;

«Un traître à la Maison-Blanche?» [Courrier international № 1510, 2019: 4] / «Предатель в Белом доме?».

Отличительной особенностью французских политических публикаций является сочетание оценочной лексики и экспрессивности высказывания, которое оформляется как восклицательное предложение. Связанная с эмоциональной оценкой экспрессивность восклицательных предложений, по словам Е.М. Вольф, увеличивает перлокутивный эффект оценочного высказывания [Вольф 2002: 42]. Использование восклицательных предложений во французском политическом дискурсе приводит к оценке представителей власти через положительную или негативную реакцию на определённые события. Например:

«On avait comparé M. Fillon à Mme Thatcher. M. Macron va les dépasser l'un et l'autre!» [L'Humanité. Dimanche № 569, 2017: 3] / «Мы сравнивали г-на Фийона с г-жой Тэтчер. Г-н Макрон обгонит их обоих!»;

«Je souhaite réagir aux bonnes paroles d'Emmanuel Macron qui s'est invité le 24 janvier dernier à un débat citoyen dans la Drôme, où il répondait: "Vous n'aimez pas les

banquiers, mais, sans eux, pas de prêt”. Quelle honte d’entendre cela du président de la République ex-banquier!» [Marianne № 1143, 2019: 60] / «Я хотел бы отреагировать на добрые слова Эммануэля Макрона, который пригласил себя на гражданские дебаты 24 января в Дроме, где он ответил: “Вы не любите банкиров, но без них нет кредита”. Какой стыд слышать это от бывшего банкира, президента Республики!»;

«Macron, ça empire!» [Courrier international № 1481, 2019: 1] / «Макрон, становится хуже!».

Восклицательные предложения в изданиях разной политической направленности «Courrier international», «Marianne» и «L’Humanité» используются для усиления пейоративной оценки политика. Преобладание данных оценочных средств в статьях, датированных летом 2017 г. и весной 2019 г., связано с высказываниями Э. Макрона по проблемам Африки и реформированию ЕС.

Одной из закономерностей, выявленных в ходе анализа средств выражения оценки политиков, является употребление восклицательных предложений в заголовках статей. Повышенная таким образом экспрессивность заголовков политических статей объясняется тем, что, задавая идеологическую модальность дискурса, они выступают эффективным механизмом для привлечения внимания читательской аудитории, которая стоит перед выбором наиболее значимых интерпретаций политических событий. Например:

«Ciel, une femme à la Maison-Blanche!» [Courrier international № 1354, 2016: 35] / «Господи, женщина в Белом доме!»;

«Gonflé, Trump!» [Courrier international № 1492, 2019: 7] / «Обнаглевший, Трамп!».

Другим эффективным синтаксическим средством актуализации оценки представителей политической элиты является отрицание. Как отмечает К. Илинка, использование предложений, содержащих отрицание, повышает уровень агрессивности и категоричности при изложении событий в современном французском медиадискурсе [Ilinca 2009: 79]. Исследованный материал показал, что в 75 % случаев отрицание употребляется во французской прессе, для того,

чтобы подчеркнуть полное отсутствие у политика каких-либо личностных качеств или компетенций, что усиливает аксиоматичность и категоричность оценочного высказывания. Например:

«Je pense qu'il représente actuellement un danger clair pour notre pays et pour le monde, car il n'était absolument pas préparé à être président, il n'a pas le tempérament adapté et il n'est pas au niveau d'un président» [Le Monde № 22612, 2017: 2] / «Я думаю, что в настоящее время он представляет явную опасность для нашей страны и для мира, поскольку он абсолютно не был готов стать президентом, у него нет нужного темперамента и он не на уровне президента».

С другой стороны, в 25 % случаев его использование указывает на чрезмерное проявление у политика тех или иных черт характера. Распространёнными средствами, оказывающими наибольшее воздействие при оценке политической элиты, стали повторяющаяся отрицательная конструкция 'ne... pas' / 'не...' и двойное отрицание 'ni ... ni...' / 'ни... ни...'. Например:

«Ainsi, au niveau national, Theresa May ne semblait craindre ni Dieu ni diable» [Marianne № 1038, 2017: 45] / «Таким образом, на национальном уровне Тереза Мэй, казалось, не боялась ни Бога, ни дьявола».

Анализ исследованного материала показал, что при оценке представителей власти во французских СМИ применяется парентетическое внесение (или парантеза). Благодаря вставочному характеру и графически выделенным границам, парантеза служит оригинальным средством выражения оценочного отношения в краткой форме, внося в общее содержание дополнительную информацию.

Значимое место во французском политическом дискурсе занимают парентетические внесения, включающие уточнения о роли политиков в общественной жизни, их положение в современном мире. Несмотря на то, что данные конструкции оформлены как ответвления от основной мысли повествования, их применение с целью описания представителей власти способствует выражению имплицитной оценки, обогащая содержательную и экспрессивную сторону высказывания. Высокая степень употребления таких уточнений во французском издании «Courrier international» связана с тем, что, имея

широкую читательскую аудиторию, оно является одним из основных источников, в котором освещается и анализируется большинство значимых событий мировой политики. Например:

«Des fantaisistes comme Liam Fox et Boris Johnson [partisans du brexit, qui participent tous deux au gouvernement de Theresa May] vont continuer à nous affirmer qu'ils vont réussir à obtenir des conditions commerciales favorables avec l'Europe, mais on ne tardera pas à comprendre qu'ils délirent» [Courrier international № 1354, 2016: 14] / «Фантазёры, вроде Лиамы Фокса и Бориса Джонсона [сторонники Брексита, оба из которых входят в правительство Терезы Мэй], будут и дальше говорить нам, что им удастся обеспечить благоприятные коммерческие условия с Европой, но скоро станет понятно, что они говорят ерунду»;

«Pourquoi diable Theresa May a-t-elle laissé le deep state [les fonctionnaires qui tirent les ficelles dans l'ombre], en la personne de son conseiller Oliver Robbins [qui négocie pour le compte du gouvernement à Bruxelles], mettre en pièces les aspirations des électeurs britanniques?» [Courrier international № 1460, 2018: 34] / «Какого чёрта Тереза Мэй покинула “глубинное государство” [чиновники, которые дергают за ниточки в тени] в лице ее советника Оливера Роббинса [который ведет переговоры от имени правительства в Брюсселе], разбив вдребезги надежды британских избирателей?».

При оценке политиков во французских публикациях выявлены парентетические конструкции, включающие сравнение. Благодаря своей автономности в тексте, они служат продуктивным способом усиления оценочного значения, выраженного в контексте. Например:

«Fort de la troisième place obtenue par Ciudadanos, avec 21 sièges – mais 12 élus de plus qu'en 2015 –, le candidat de cette formation, Juan Marin, entend lui aussi demander l'investiture» [Le Monde № 22984, 2018: 5] / «С учётом третьей позиции, полученной Гражданской партией, с 21 местом – что на 12 больше избранных, чем в 2015 году, – кандидат этого объединения Хуан Марин также намерен запросить право на формирование правительства»;

«Macron n'est peut-être nu que métaphoriquement (dans la vie, il est plutôt habillé comme un croque-mort), mais, politiquement, il est plus nu et vulnérable que jamais» [Courrier international № 1492, 2019: 36] / «Макрон может быть голым только метафорически (в жизни он скорее одет как гробовщик), но политически он более обнажён и уязвим, чем когда-либо».

Характерной особенностью современных французских изданий является использование при оценке политической элиты парантез, указывающих на автора сообщения. Во-первых, такие конструкции выполняют функцию смягчения представленной в медиатексте информации, во-вторых, лишают публициста ответственности за выраженную в тексте оценку. Например:

«Il a cultivé, comme il l'a d'ailleurs avoué, une série d'illusions, il a joué avec le pays et son économie, pour appliquer finalement ce qu'il blâmait auparavant. Mais il n'a pas abandonné ses obsessions dogmatiques» [Courrier international № 1492, 2019: 17] / «По его признанию, он культивировал ряд иллюзий, он играл со страной и её экономикой, чтобы наконец применить то, что раньше порицал. Но он не отказался от своих догматических пристрастий»;

«Le “Capitaine” [le surnom donné par ses militants] ne fait même plus l'ouverture du JT» [Courrier international № 1505, 2019: 18] / «“Капитан” [прозвище, данное его активистами] уже больше не открывает телевизионные новости».

Исследованный материал показал, что своей спецификой при оценке политических лидеров обладает перечисление, реализующее определённые лингвопрагматические функции. С одной стороны, оно применяется для того, чтобы выделить личностные качества политика, которые влияют на формирование его мелиоративного или пейоративного медиапортрета. Например:

«Héritier, caractériel, mégalo, mal élevé. Tout a été dit et écrit sur lui» [Marianne № 1024, 2016: 13] / «Наследник, темпераментный, страдающий манией величия, грубый. О нём все сказано и написано»;

«Depuis deux ans, les élites occidentales étaient folles de Macron, “ce jeune roi”, si français, si doué, si édifié, qui allait sauver l'Europe et pourquoi pas!» [Le Figaro № 23115, 2018: 19] / «В течение двух лет западная элита была без ума от Макрона,

“этого молодого короля”, такого французского, такого одарённого, такого образованного, который собирался спасти Европу, а почему бы и нет!».

С другой стороны, перечисление выступает одним из элементов конструирования прагматической оценки во французском медиадискурсе. Так, упоминание сразу нескольких номинаций в адрес политиков, занимающих пост президента Франции, используется с целью выражения иронической оценки, обусловленной снижением их рейтинга в настоящее время. Например:

«Il est quoi, François Hollande? – Le drame, c’est qu’il n’a jamais choisi. Il a voulu être à la fois premier secrétaire du PS, Premier ministre, ministre à la place des ministres...Mais aussi dirigeant d’entreprise publique, chef de service du budget, directeur d’administration centrale, et beaucoup trop de choses encore. Et tout cela par textos!» [Marianne № 1020, 2016: 17] / «Что такое, Франсуа Олланд? – Трагедия в том, что он так и не выбрал. Он хотел быть одновременно первым секретарем СП, премьер-министром, министром вместо министров... А также менеджером государственного предприятия, главой бюджетного департамента, директором центральной администрации и многим другим. И все это смсками!».

«Depuis sa victoire à la présidentielle française de 2017, Emmanuel Macron entendait être à la fois l’interlocuteur européen et le contrepoids progressiste, écologiste et internationaliste de son homologue à la Maison-Blanche» [Courrier international № 1467, 2018: 11] / «С момента своей победы на президентских выборах во Франции в 2017 году Эммануэль Макрон намеревался быть одновременно европейским собеседником и прогрессивным, экологическим и интернационалистическим противовесом своему коллеге в Белом доме».

Отдельного внимания заслуживают механизмы функционирования оценочности на уровне текста, к которым относятся цитация и аппликация. Учёные отмечают, что использование цитат в медийном дискурсе позволяет авторам, во-первых, повысить доверие к сообщению благодаря аргументативному весу цитаты как фактической информации. Во-вторых, с помощью ссылки на чужие слова происходит дистанцирование от критических высказываний [Симонян 2006; Алиева 2010]. Анализ корпуса примеров показал, что во французском

политическом дискурсе цитаты позволяют авторам медиатекстов уклониться от ответственности за негативные оценочные суждения в адрес представителей власти. Например:

«*“Victime” Marine Le Pen? “Victime” de tout et de tous? Victime du système “LRPS” qui empêcherait par tous les moyens son parti de l’emporter. Et surtout victime des médias...*» [Marianne № 1016, 2016: 28] / «*“Жертва” Марин Ле Пен? “Жертва” всего и вся? Жертва системы “ЛРПС”, которая никоим образом не позволяла её партии выиграть. И, прежде всего, жертва СМИ ...*»;

«*La plupart négocient directement avec Emmanuel Macron, avec qui les contacts ont été nombreux dans l’entre-deuxtours. L’un décrit un “mec sympa”, qui “fait la bise facilement”. L’autre explique être bluffé par un homme “transgressif”*» [Le Monde № 22495, 2017: 8] / «*Большинство из них напрямую ведёт переговоры с Эммануэлем Макроном, с которым было много контактов между двумя турами. Один описывает “приятного парня”, который “легко целуется”. Другой поясняет, что он был поражен “трансгрессивным” мужчиной*».

В ходе исследования корпуса примеров зарегистрированы случаи употребления аппликации. Использование данного способа в медиадискурсе, по словам У.О. Малярчук-Прошиной, «позволяет решить целый ряд задач: создать иллюзию живого общения, продемонстрировать авторское остроумие, оживить «стершийся» в силу многократного употребления языкового штампа образ» [Малярчук-Прошина 2015: 92]. При характеристике политической элиты цитирование пословиц и поговорок направлено на выражение имплицитной отрицательной оценки, доступной для осмысления простому народу. Например:

«*...beaucoup semblent désormais considérer que Le Pen ou Macron c’est “bonnet blanc et blanc bonnet”, pour reprendre la célèbre formule de Jacques Duclos en 1969*» [Le Monde № 22488, 2017: 25] / «*... многие теперь, кажется, считают Ле Пен и Макрона “чепчиком белым и белым чепчиком”, если использовать известную фразу Жака Дюкло, произнесённую им в 1969 году*» – (данное выражение указывает на сходство объектов оценки и используется с целью их отрицательной характеристики);

«*L'adage est connu: “Quand le sage montre la lune, le fou regarde le doigt”. Face à la mobilisation des «gilets jaunes», le risque pour le gouvernement serait de regarder le doigt» [Le Figaro № 23099, 2018: 5] / «*Знакома пословица: “Когда мудрец указывает на луну, дурак смотрит на его палец”. Столкнувшись с мобилизацией “жёлтых жилетов”, правительство рискует смотреть на палец» (пословица, используемая в этом контексте, служит для выражения телеологической отрицательной оценки).**

Кроме того, во французских СМИ выявлены отсылки к высказываниям, принадлежащим известным государственным деятелям, упоминание которых характеризует их авторов с определённой стороны. Такие высказывания репрезентируют информацию об отношении политиков к окружающей их действительности. Одними из ярких примеров импликаций данного типа могут послужить являющиеся частью пейоративной оценочности трансформации цитат Н. Саркози и Ф. Олланда. Оценочные суждения экс-президентов Франции объединяет то, что, с точки зрения СМИ, в их семантике содержится информация об истинном отношении политиков к простому народу. Например:

«*En se comportant comme un président bling-bling, en recevant les journalistes en tenue de jogging ou en lançant le célèbre “Casse-toi, pauvre con”, qui l’a relégué au niveau du Français moyen, râleur et vulgaire, Nicolas Sarkozy a de facto supprimé toute distance entre le chef d’État et le Français» [Marianne № 1020, 2016: 25] / «*Ведя себя как гламурный президент, встречая журналистов в спортивной одежде или бросая знаменитое “Вали отсюда, придурок”, которое опускало его до уровня среднего француза, скандального и грубого, Николя Саркози де-факто стёр дистанцию между главой государства и народом Франции»;**

«*Il y a eu Sarkozy, avec le “casse-toi pauvre con”, Hollande avec les “sans-dents”. Et vous maintenant» [Le Monde № 23025, 2019: 6] / «*Был Саркози с “вали отсюда, придурок”, Олланд с “беззубыми”. А теперь Вы».**

Таким образом, исследование показало, что использование синтаксических средств при оценке политиков во французской прессе обусловлено несколькими причинами. Во-первых, они направлены на то, чтобы подчеркнуть отсутствие или

наличие у политиков определённых личностных качеств, которые влияют на формирование к ним положительного или отрицательного оценочного отношения. Во-вторых, такие средства выражения оценки, как риторический вопрос, парантеза и цитация, позволяют авторам медиатекстов снять с себя ответственность за истинность оценочных суждений.

2.4. Средства изменения интенсивности оценочных значений

Одной из отличительных особенностей выражения оценки является возможность её усиления, или интенсификации, и ослабления, или деинтенсификации. Тесная взаимосвязь категорий оценочности и интенсивности отмечается в работах таких учёных, как Е.М. Вольф, В.Г. Гак, Т.В. Маркелова, О.Д. Харченко, Н.Г. Мед и др. Учитывая, что в основе семантической категории интенсивности лежит понятие градации количества, интенсивность оценки может изменяться при помощи средств усиления или ослабления оценочного значения, отражающих движение по оценочной шкале [Туранский 1990: 37; Мед 2008: 27].

В результате количественного анализа средств изменения оценочного значения в характеристике политической элиты во французской прессе выявлено 70 % интенсификаторов оценки и 30 % её деинтенсификаторов. Превалирование интенсификаторов в современном медиадискурсе объясняется их двойкой прагматической ролью. По словам Е.М. Вольф, с одной стороны, интенсификаторы «усиливают иллюкативные силы воздействия на адресата, с другой стороны, они снижают категоричность высказывания путём подчёркивания его субъективной стороны». В то время как деинтенсификаторы используются преимущественно для снижения категоричности оценочного суждения [Вольф 2002: 114-115].

Для изменения интенсивности оценки при характеристике политиков во французском медиадискурсе широко употребляются наречия. Анализ показал, что при упоминании о личностных качествах политиков эффективным средством интенсификации заложенной в прилагательном оценки служат наречия *'très'* /

‘очень’ и ‘trop’ / ‘слишком’. Как отмечает Е.С. Родионова, включение в семантику языковой единицы смысла «очень» приводит, во-первых, к появлению значения «сила признака выше обычной», во-вторых, к обязательному подчёркиванию, выделению модифицируемого признака [Родионова 2004: 303]. В проанализированных французских изданиях такие наречия используются с целью акцентирования внимания на деятельности наиболее ярко проявивших себя политиков. Например:

«*Il était trop ambitieux. C’était ça son problème*» [Courrier international, № 1459, 2018: 32] / «Он был слишком амбициозен. В этом была его проблема»;

«*Laurent Wauquiez a été très courageux de se présenter à la présidence de notre mouvement*» [Le Figaro № 22963, 2018: 8] / «Лоран Вокье был очень смел, чтобы баллотироваться на пост президента нашего движения».

Анализ показал, что в публикациях «Marianne» наречие ‘trop’ / ‘слишком’ направлено на интенсификацию ироничной оценки в адрес политиков. Данная закономерность продиктована саркастической манерой изложения политических событий в данном издании. Например:

«*Trop occupé à ne pas dévoiler son programme*» [Marianne № 1038, 2017: 38] / «Слишком занят, чтобы не разглашать свою программу»;

«*La crise d’autoritarisme d’un jeune président clamant trop fort à l’adresse des armées “Je suis votre chef”*» [Marianne № 1065, 2017: 4] / «Присутн авторитаризма у молодого президента, который слишком громко кричит армии: “Я – твой лидер”».

Сильную степень качества, которое приписывается объекту оценки, во французском медиадискурсе обозначают наречия ‘particulièrement’ / ‘особенно’; ‘fortement’ / ‘сильно’; ‘profondément’ / ‘глубоко’; ‘absolument’ / ‘абсолютно’ и др. Исследованный материал показал, что данные интенсификаторы используются авторами статей при телеологической оценке лидеров государств. Например:

«*...car il n’était absolument pas préparé à être président*» [Le Monde № 22612, 2017: 2] / «...так как он абсолютно не был готов стать президентом...»;

«*En Occident, Poutine fascine ou rebutte. Il suscite l'admiration ou la haine, divisé profondément*» [Le Figaro № 22891, 2018: 1] / «*На Западе Путин очаровывает или отталкивает. Он вызывает восхищение или ненависть, глубокие разногласия*»;

«*Cela ne veut pas dire que Trump est particulièrement populaire auprès des Latinos, mais ces derniers sont loin de le répudier*» [Courrier international № 1459, 2018: 23] / «*Это не значит, что Трамп особенно популярен среди латиноамериканцев, но последние далеки от того, чтобы его осуждать*»;

«*Le parcours de l'ancien premier ministre (1974-1976 et 1986-1988) et président de la République (1995-2007) a fortement marqué la vie politique française de ces soixante dernières années*» [L'Humanité № 22774, 2019: 4] / «*Карьера бывшего премьер-министра (1974–1976 и 1986–1988) и президента республики (1995–2007) сильно повлияла на политическую жизнь Франции за последние шестьдесят лет*».

В роли деинтенсификаторов оценки политиков в проанализированных изданиях выступают такие наречия, как 'guère' / 'едва', 'не очень' и 'pas trop' / 'не очень'. Достаточно широко они представлены в газете «Le Monde», где выполняют функцию снижения интенсивности пейоративной оценки, что обусловлено политической корректностью и реализацией митигации в этом авторитетном издании. Например:

«*Il n'est pas trop soucieux de son autonomie et de son indépendance*» [Le Monde № 22495, 2017: 6] / «*Он не слишком озабочен своей автономией и своей независимостью*»;

«*Décrit comme "l'héritier", ce barbu au visage poupin, qui ne quitte pas son beau-père d'une semelle, ne semble guère armé pour sortir le pays de l'ornière économique*» [Le Monde № 22859, 2018: 4] / «*Описанный как "наследник", этот бородатый мужчина с пухлым лицом, который не отходит от своего тестя, кажется, едва готов к тому, чтобы вывести страну из экономической колеи*».

Варьированию интенсивности оценочного значения при характеристике представителей политической элиты способствует использование во французском медиадискурсе противоположных по значению кванторных наречий 'beaucoup' / 'много' и 'peu' / 'мало', 'немного'.

Анализ показал, что наречие *'beaucoup'* используется авторами медиатекстов для усиления мелиоративной или отрицательной оценки политических лидеров, влияние которых позволило им сыграть ведущую роль в принятии и реализации государственных решений. Например:

«Il rappelle que ce dernier fut beaucoup dans l'ascension éclair de l'ancien conseiller élyséen, nommé ministre de l'économie en août 2014» [Le Monde № 22495, 2017: 7] / *«Он напоминает, что этот последний во многом поспособствовал стремительному росту бывшего елисейского советника, назначенного министром экономики в августе 2014 г.»*;

«Angela Merkel a fait beaucoup pour le pays...» [Le Figaro № 22875, 2018: 2] / *«Ангела Меркель много сделала для страны ...»*.

Одной из закономерностей, выявленной в ходе анализа, стала разница в использовании интенсификатора *'beaucoup'* при характеристике одного и того же политика во французских изданиях. Так, в выпуске газеты «Le Figaro» данное наречие выполняет функцию интенсификации положительной оценки в статьях, посвященных воспоминаниям об экс-президенте Франции Ж. Шираке. Например:

«Un homme politique d'une grande stature, qui au cours de sa longue carrière a apporté beaucoup à la France, à l'Europe et aux relations entre les deux pays» [Le Figaro № 23364, 2019: 4] / *«Политик, пользующийся большим авторитетом, который за свою долгую карьеру много сделал для Франции, Европы и отношений между двумя странами»*.

При этом в издании «Marianne» данный интенсификатор направлен на усиление пейоративной оценочности при характеристике этого же политика. Разница в интенсификации оценки обусловлена оппозиционной направленностью новостного журнала по отношению к Ж. Шираку. Например:

«Il y a beaucoup de nostalgie, beaucoup de crainte de l'avenir dans le triomphe posthume que la France vient de faire à Jacques Chirac» [Marianne № 1177, 2019: 4] / *«В посмертном чествовании Жака Ширака Францией есть много ностальгии, много опасений за будущее»*.

Кванторное наречие *'peu'* / *'мало'* или *'un peu'* в значении *'немного'* служит во французской прессе для деинтенсификации оценочных значений в характеристике политической элиты. С одной стороны, его употребление способствует ослаблению оценки, чтобы показать нежелание субъекта оценки выносить категоричные суждения, представлять свою оценку как истинную. Например:

«Comme d'autres avant lui, Michel Delpuech a revêtu les habits de ministre de l'intérieur "bis", avec un style peu flamboyant» [Le Monde № 22984, 2018: 13] / *«Как и другие до него, Мишель Дельпюеш приобрёл привычки дважды министра внутренних дел в несколько ярком стиле»;*

«Dans les semaines qui viennent, vous allez souvent entendre parler du président démocrate Bill Clinton, mais il est un peu ridicule de faire référence à la procédure de destitution dont ce dernier a fait l'objet en 1998» [Courrier international № 1509, 2019: 14] / *«В предстоящие недели вы неоднократно услышите о президенте-демократе Билле Клинтоне, но немного смешно ссылаться на процедуру импичмента, которой он подвергся в 1998 г.».*

С другой стороны, наречие *'peu'* используется авторами медиатекстов для деинтенсификации пейоративной ироничной оценки наиболее влиятельных иностранных политиков. Снижение пейоративности в этом случае объясняется митигацией рисков, что обусловлено статусом объекта оценки. Например:

«...En revanche, Jens Spahn a sa place [de vice-président]. Il a gagné en stature, et un peu aussi en modestie» [Courrier international № 1467, 2018: 18] / *«... С другой стороны, у Йенса Шпана есть свое место [вице-президента]. Он приобрёл статности и немного скромности»;*

«Des "hommes forts", nationalistes et réalistes, peu soucieux des bonnes manières» [Le Figaro № 22993, 2018: 14] / *«“Сильные личности”, националисты и реалисты, мало озабочены хорошими манерами».*

Среди средств интенсификации оценки в французской прессе выявлены кванторные слова, обозначающие всеобщность: *'tous'* / *'все'*; *'tout'* / *'всё'*, *'весь'*; *'chaque'* / *'каждый'*. Как показал анализ примеров, категоричность оценки

политиков усиливается, если она включает элементы всеобщности, охватывающие широкий класс объектов. Например:

«...*Et tous ont bien compris que Chirac, le mal aimé d'hier, fait désormais figure de totem indépassable pour un électorat déboussolé*» [Marianne № 1016, 2016: 9] / «...*И все поняли, что нелюбимый вчера Ширак стал непревзойденным тотемом для растерянного электората*»;

«*La violence dont Bolsonaro a été victime est inacceptable et frappe tous les Brésiliens*» [Courrier international № 1454, 2018: 18] / «*Жестокое обращение, которому подвергся Болсонару, недопустимо и поражает всех бразильцев*»;

«*Vladimir Poutine a souligné qu'il admirait à chaque conversation avec M. Chirac son intelligence et ses grandes connaissances*» [Le Figaro № 23364, 2019: 5] / «*Владимир Путин подчеркнул, что каждый раз, общаясь с Шираком, восхищался его интеллектом и огромными знаниями*»;

«*Les prélèvements baissent avec Macron, malgré tout*» [Marianne № 1155, 2019: 14] / «*С Макроном отчисления уменьшаются, несмотря ни на что*».

При характеристике политиков высшего звена во французском медиадискурсе в роли интенсификаторов выступают прилагательные 'seul' / 'единственный' и 'unique' / 'уникальный'. Они используются авторами публикаций, чтобы выделить представителя политической элиты на фоне других государственных деятелей, подчеркнуть его исключительность. Например:

«*Européen de passion et de raison, Emmanuel Macron est le seul des candidats à l'élection présidentielle à avoir mis le projet communautaire au cœur de sa stratégie*» [Le Monde № 22488, 2017: 7] / «*Европеец по чувству и разуму, Эммануэль Макрон – единственный кандидат в президенты, который поставил общественный проект в центр своей стратегии*»;

«*Churchill est un personnage singulier – et même unique – qui n'a rien de commun avec Hamlet*» [Le Figaro № 22827, 2018: 24] / «*Черчилль – особенный – и даже уникальный – персонаж, не имеющий ничего общего с Гамлетом*».

Одним из способов интенсификации оценки в проанализированных изданиях является употребление порядкового числительного 'premier' / 'первый' или

прилагательного *'dernier'* / *'последний'*. В интенсификационных оценочных значениях *'первый'* и *'последний'* перестают быть антонимами, поскольку, как отмечает Н.В. Башкатова, в этом случае их главная задача состоит в том, чтобы довести признак до крайнего (положительного или отрицательного) предела [Башкатова 2005: 19]. Анализ показал, что использование данных интенсификаторов во французских медиатекстах направлено на усиление телеологической оценки при характеристике политиков, деятельность которых имеет первостепенное значение для страны. Например:

«L'anti-Trump n'est pas américain mais canadien, et même le premier des Canadiens: Justin Trudeau, 44 ans, dirige le pays depuis la victoire du Parti libéral aux élections fédérales du 4 novembre dernier» [Marianne № 1016, 2016: 42] / *«Анти-Трамп – не американец, а канадец, даже первый из канадцев: 44-летний Джастин Трюдо возглавляет страну с тех пор, как Либеральная партия выиграла федеральные выборы 4 ноября»;*

«Issu du Parti démocrate, il est le premier dirigeant progressiste après une décennie de pouvoir conservateur» [Le Monde № 22495, 2017: 4] / *«Выходец из Демократической партии, он – первый прогрессивный лидер после десятилетия консервативной власти»;*

«L'épouvantail mié en danger réel, Emmanuel Macron devint le dernier rempart» [Marianne № 1056, 2017: 55] / *«Чучело превратилось в реальную опасность, Эммануэль Макрон стал последним оплотом»;*

«Jacques Chirac a surtout été le dernier grand président français dans l'incarnation du couple franco-allemand, à une époque où la politique européenne se décidait encore entre les deux rives du Rhin» [Le Figaro № 23364, 2019: 10] / *«Жак Ширак был, прежде всего, последним великим президентом Франции в воплощении франко-германской пары той эпохи, когда европейская политика все еще решалась между двумя берегами Рейна».*

В ряде случаев усилению присутствующих в контексте оценочных смыслов во французской прессе способствует употребление определённых видовременных форм глаголов. Так, формы глаголов будущего времени в характеристике

политической элиты репрезентируют надежду народа на лучшее. Примером могут послужить оценочные высказывания в адрес на тот момент ещё будущего президента Франции Э. Макрона, формирующие его мелиоративную характеристику в статьях, опубликованных в первой половине 2017 г.:

«*Ce sera le meilleur rempart pour la République*» [Le Monde № 22488, 2017: 23] / «*Это будет лучшая опора для республики*»;

«*Il est jeune, télégénique, optimiste, il deviendra un porteur d'un message nouveau*» [Courrier international № 1384, 2017: 25] / «*Он молод, телегеничен, оптимистичен, он станет носителем нового сообщения*».

В то же время с помощью глаголов, стоящих в будущем времени, выражается и беспокойство за судьбу человечества, что усиливает пейоративную характеристику политиков. Данная тенденция прослеживается в оценочных высказываниях о таких личностях, как бразильский президент Ж. Болсонару, один из самых эксцентричных зарубежных лидеров, и М. Ле Пен, французская женщина-политик – антагонист Э. Макрона. Например:

«*Si Jair Bolsonaro remporte l'élection présidentielle au Brésil, ce sera une catastrophe pour la forêt amazonienne*» [Courrier international № 1460, 2018: 40] / «*Если Жаир Болсонару победит на президентских выборах в Бразилии, это будет катастрофой для тропических лесов Амазонки*»;

«*Elle tentera de semer le désordre dans l'UE avec Matteo Salvini et peut-être l'Anglais pro-Brexit Nigel Farage, mais guère plus*» [Courrier international № 1492, 2019: 34] / «*Она попытается посеять хаос в ЕС с Маттео Сальвини и, возможно, сторонником Брексита британцем Найджелом Фаражем, но не более того*».

Кроме того, в настоящем исследовании находит подтверждение точка зрения Е.Л. Зайцевой, согласно которой использование наклонения Conditionnel во французском политическом медиадискурсе смягчает категоричность высказывания, лишая его характера утверждения, что свидетельствует о политкорректности в идиостиле французских СМИ [Зайцева 2006: 16]. Данный факт иллюстрируют примеры, в которых формы сослагательного наклонения в

составе оценочных высказываний деинтенсифицируют отрицательную прагматическую оценку, выраженную в разнонаправленных изданиях в адрес М. Ле Пен. Например:

«Mme Le Pen capte une partie de la colère populaire contre la mondialisation. Mais son programme ne ferait en réalité qu'aggraver la guerre économique» [L'Humanité. Dimanche № 559, 2017: 22] / *«Г-жа Ле Пен отражает некоторые проявления народного гнева против глобализации. Но её программа на самом деле только усугубила бы экономическую войну»;*

«Une victoire du FN serait “une catastrophe pour l'Europe et la relation franco-allemande”» [Le Monde № 22488, 2017: 7] / *«Победа НФ была бы “катастрофой для Европы и франко-германских отношений”».*

Основным средством выражения сравнительной оценки в характеристике политической элиты являются имена прилагательные в сравнительной степени, для образования которой используются наречия 'moins' / 'менее'; 'plus' / 'более' и 'aussi' / 'также'. Исследованный материал показал, что присутствие в высказывании о политиках объекта сравнения служит усилению его истинности при выражении оценочного отношения. Например:

«Il est plus à droite que Juppé mais moins brutal que Sarkozy» [Marianne № 1026, 2016: 28] / *«Он более правый, чем Жюппе, но менее резкий, чем Саркози»;*

«Le dirigeant qui est plus puissant que Mao Tsé-toung» [Le Figaro № 22875, 2018: 6] / *«Руководитель, который могущественней Мао Цзэдуна»;*

«Deux ans plus tard, Macron, l'enfant prodige artificiel, est aussi usé qu'Angela Merkel, qui elle fait partie du paysage politique depuis vingt ans» [Courrier international № 1481, 2019: 29] / *«Два года спустя Макрон, неестественный вундеркинд, так же измучен, как и Ангела Меркель, которая двадцать лет была частью политического ландшафта».*

При оценке политиков в проанализированных медиатекстах широко употребляются прилагательные в превосходной степени. Передавая наивысшую степень проявления признака, они служат эффективным средством интенсификации прагматической оценки. Например:

«La personnalité politique russophone la plus populaire des pays Baltes, le maire de Riga, Nils Usakovs, risque la démission, voire le tribunal» [Courrier international № 1476, 2019: 16] / *«Самый популярный русскоязычный политик в странах Балтии, мэр Риги Нил Ушаков, рискует отправиться в отставку, даже попасть под трибунал»*;

«C'était l'homme le plus digne et le plus honorable que j'aie connu» [Le Figaro № 23115, 2018: 8] / *«Он был самым достойным и самым благородным человеком, которого я когда-либо знал»*.

Таким образом, включение средств интенсификации и деинтенсификации оценки в медиатекст обеспечивает реализацию прагматических установок политического медиадискурса через коррекцию категоричности оценочного высказывания. Проведённый анализ свидетельствует о том, что чаще всего во французских изданиях встречаются средства усиления оценки. Преобладание интенсификаторов оценки над её деинтенсификаторами обусловлено реализуемой ими функцией усиления «эмотивной» стороны оценки, что позволяет автору медиатекста более эффективно воздействовать на аудиторию. Использование во французском медиадискурсе деинтенсификаторов нацелено на снижение категоричности оценки, что объясняется как общей политкорректностью анализируемого типа дискурса, так и статусом оцениваемого объекта.

Выводы по второй главе

Отражение актуальных политических событий, участниками которых являются представители политической элиты, осуществляется в медийном тексте с помощью различных по семантике и оценочности языковых средств. Исследование корпуса примеров показало, что во французском медиадискурсе оценка политических деятелей реализуется эксплицитно и имплицитно на лексическом, словообразовательном и синтаксическом уровнях.

В результате анализа установлено, что оценка политической элиты основывается на бинарном противопоставлении знаков «+» («хорошо») и «-» («плохо»). При этом в большей степени в оценочных средствах французского медиадискурса находят своё выражение внутренние качества человека, чем его внешние данные, поскольку именно они указывают на исключительность политика высшего звена. Богатым оценочным потенциалом обладают выраженные разными частями речи номинации, которые отражают целостные представления о политиках, с помощью акцентирования внимания на их определённых чертах. В ходе исследования выявлена способность глаголов выступать в качестве маркёров «своих» и «чужих» во французском политическом дискурсе. Для передачи крайней степени негативного оценочного отношения к представителям власти авторы статей употребляют инвективную лексику, которая, как правило, используется ими в кавычках с целью дистанцирования от намерения оскорбить политика.

Основными способами создания неологизмов, направленных на оценку политической элиты во французском медиадискурсе, являются: суффиксация, префиксация, словосложение, и сокращение. В ходе анализа исследованного материала установлено, что созданные таким образом лексемы отличаются высоким уровнем прагматизации и используются во французских СМИ для выражения амбивалентной оценки. Основой для образования большинства оценочно маркированных дериватов послужили имена и фамилии наиболее ярко проявивших себя политиков.

В синтаксических средствах оценка входит на правах компонента в семантическую структуру предложения и актуализируется в простейших предикативных конструкциях или лексических единицах. Анализ показал, что синтаксические средства выражения оценки служат для акцентирования внимания на определённых качествах политиков, которые влияют на формирование к ним положительного или отрицательного оценочного отношения. Использование во французских медиатекстах риторического вопроса, парантезы, цитации и аппликации призвано создавать у читателя впечатление абсолютной объективности и беспристрастности автора статьи.

Немаловажную роль в оценке политической элиты во французском медиадискурсе играют средства интенсификации и деинтенсификации оценки, использование которых продиктовано реализацией прагматических установок политического медиадискурса. Преобладание интенсификаторов оценки над её деинтенсификаторами связано с тем, что, усиливая «эмотивную» сторону оценки, они позволяют автору медиатекста более эффективно воздействовать на аудиторию. Деинтенсификаторы используются во французском медиадискурсе с целью снижения категоричности оценки, что продиктовано как общей политкорректностью анализируемого типа дискурса, так и статусом объекта оценки.

ГЛАВА 3. Стилистические средства выражения оценки в характеристике политической элиты

3.1. Функционирование тропов как средств выражения оценки

Ведущая роль идеологического воздействия в политическом медиадискурсе обусловила эмоциональную насыщенность медиатекста, которая достигается за счёт использования стилистических средств. В то же время свойственные им выразительность и образность сопутствуют проявлению имплицитной оценочности, коррелирующей с идеологической модальностью дискурса анализируемого типа.

Как известно, стилистические средства принято подразделять на тропы и фигуры речи. По мнению учёных, в поле зрения которых находятся вопросы стилистики французского языка, к тропам относятся такие стилистические средства, как метафора, метонимия, гипербола и литота. К фигурам речи традиционно причисляют сравнение, эпитет, градацию, антитезу, игру слов, оксюморон.

Известные лингвисты нередко подчеркивают значимость тропов с точки зрения формирования оценочного аспекта в структуре текста, объясняя эту особенность их эмоционально-воздействующим потенциалом (в работах Н.Д. Арутюновой, М.Р. Желтухиной, Д.З. Шапиевой, И.Н. Пьянзиной, К. Кербрат-Ореккьони, А. Пиола и др.).

О.С. Ахманова понимает под тропом употребление слова в переносном (не прямом) смысле в целях достижения большей художественной выразительности [Ахманова 1966: 481]. В лингвистических исследованиях обращается внимание на сложность структурной сущности данного явления. Так, И.В. Арнольд видит суть тропов «в сопоставлении понятия, представленного в традиционном употреблении лексической единицы, и понятия передаваемого этой же единицей при выполнении

специальной стилистической функции» [Арнольд 2002: 64]. К. Кербрат-Ореккьони и В.В. Одинцов отмечают двуплановость тропа, который, с одной стороны, предполагает употребление слова в переносном, образном значении, с другой стороны, при реализации переносного значения сохраняется буквальный смысл слова [Kerbrat-Orecchioni 1994: 59; Одинцов 2004: 246].

Как отмечает О.В. Трунова, механизмом осуществления оценочного действия тропа является сравнение, состоящее в сопоставлении объектов, представляющих разные предметные области [Трунова 2008: 106]. Специфика тропов как средств выражения оценки, по мнению зарубежных лингвистов, заключается в их «способности оперировать серий стилистических, синтаксических, семантических анализов, придавая им шифровку (кодирование), графические изображения» [Piolat, Vannour 2009: 663].

В настоящей работе тропы исследуются как средства, способствующие созданию оценки представителей политической элиты в пространстве политического дискурса, опосредованного СМИ.

Анализ корпуса примеров показал, что среди тропов, направленных на оценку представителей власти, учитывая случаи стилистической конвергенции, преобладают: метафора (51 %), метонимия (5 %) и её разновидности (антономасия (12 %) и синекдоха (5 %)), ирония (10,2 %), гипербола (7 %), литота (3,6 %), перифраз (6,2 %) (Рисунок 1).

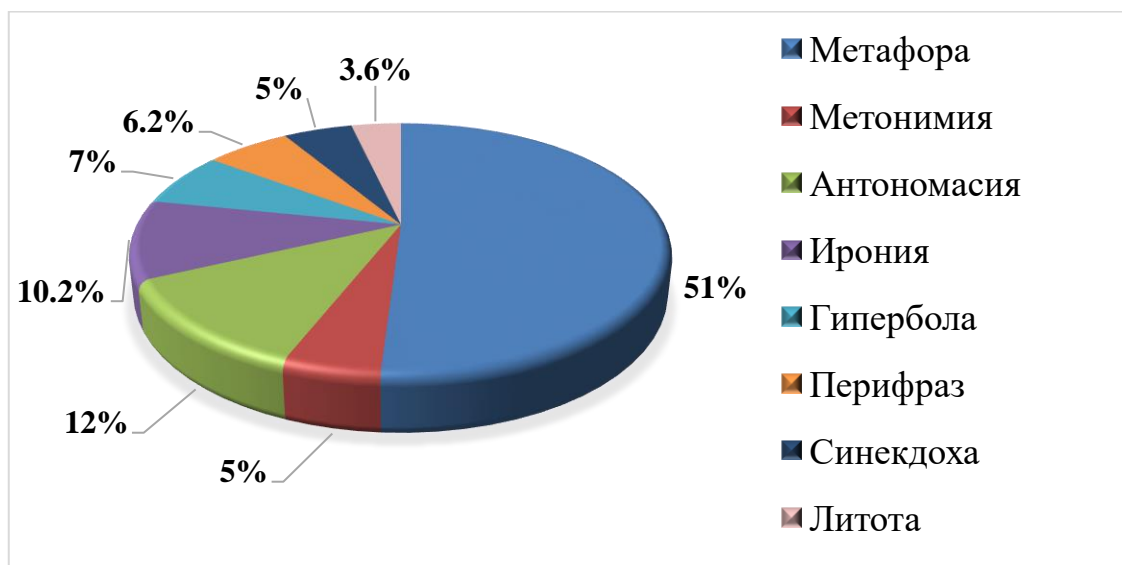


Рисунок 1 – Тропы в оценке политической элиты

Как показано на Рисунке 1, наиболее частотным тропом является метафора (51 %), при использовании которой предметные наименования, имеющие соответствующие коннотации, выступают в оценочной роли. Поскольку метафора обладает своей ярко выраженной спецификой в системе оценочных средств, характеризующих представителей политической элиты, и выступает одним из наиболее активных компонентов в составе стилистической конвергенции, в настоящем исследовании её рассмотрению посвящён отдельный параграф.

В меньшей степени для современных французских СМИ характерно использование метонимии в адрес политической элиты (5 % от всех тропов). Как отмечает А.Н. Токмаков, метонимические переносы применяются в тексте с целью актуализации необходимого признака, определяющего объект в возможном мире, а метонимически использованные имена создают основание для аксиологического вывода в оценочно ориентированных контекстах [Токмаков 2000: 5]. Во французском политическом медиадискурсе данный троп базируется на основе перефокусировки внимания от субъекта к признаку, служащему основанием оценки представителя власти. Например:

«L'imprévisibilité de Trump et son insistance sur le "partage du fardeau" de la sécurité nourrissent les craintes des alliés des Etats-Unis» [Le Monde № 22859, 2018: 5] / «Непредсказуемость Трампа и его настойчивое стремление "разделить бремя" нацбезопасности подпитывают опасения союзников США».

В современной французской прессе широко представлена такая разновидность метонимии, как антономасия (12 %), с помощью которой оценка представителя власти достигается посредством вторичной номинации. М.А. Арутюнян отмечает, что её использование приводит к образованию совершенно нового класса имён, обладающих уникальными структурно-семантическими и прагматическими характеристиками [Арутюнян 2010: 7]. По словам Л.И. Гришаевой, имена собственные, влияющие на структурирование информационного потока, способствуют маркированию сведений об определенной исторической эпохе / политическом движении [Гришаева 2019: 137].

Для оценки действий представителя власти XXI в. во французской прессе используется антономасия, построенная на замещении его настоящей фамилии фамилией известного политика ушедшей эпохи. О.А. Кулагина подчёркивает, что начало XXI вв. характеризуется постепенным отходом французского общества от политики полной толерантности, что, по её мнению, сравнимо с оцениванием «чужого» в старофранцузский период, когда он репрезентировался как открытый враг [Кулагина 2012: 20]. Исследованный материал показал, что выбор онимов для вторичной номинации современной политической элиты обусловлен реализацией оппозиции «свои-чужие», в соответствии с которой относящиеся к «чужим» зарубежные политики из стран, которые не являются союзниками Франции, оцениваются отрицательно. Так, антономасии «*une sorte d'infidèle Castro*» / «*этакий неверный Кастро*» и «*impitoyable Mao Tsé-toung*» / «*беспощадный Мао Цзэдун*» используются для критики деятельности современных политиков, в то время как антономасии «*nouvelle Kohl*» / «*новый Коль*» и «*le Bonaparte d'un nouvel empire*» / «*Бонапарт новой империи*» представлены с целью их положительной оценки. Например:

«*Wauquiez est le dernier maréchal de Sarkozy alors qu'il voudrait être le Bonaparte d'un nouvel empire*» [Le Figaro № 23135, 2018: 5] / «*Вокье – последний маршал Саркози, в то время как он хотел бы быть Бонапартом новой империи*»;

«*Une sorte d'infidèle Castro: il s'imposa grâce à une trahison*» [Marianne № 1177, 2019: 8] / «*Этакий неверный Кастро: утвердился через обман*».

В то же время, установлено, что отражение актуальных политических событий во французской прессе способствует появлению нового перечня антономасий, направленных на оценку политиков. Так, во французском политическом медиадискурсе широко представлена антономасия, образованная от фамилии президента США Д. Трампа. Особенности личности как наиболее эксцентричного политического лидера послужили основой для выражения имплицитного отрицательного оценочного отношения к другим представителям власти во французской прессе. Например, с американским президентом нередко ассоциируют президента Бразилии Жаира Болсонару, употребляя антономасию «*le*

Trump tropical» / «*тропический Трамп*» [Le Figaro № 23083, 2018: 8]. В более ранних источниках зарегистрированы случаи сравнения с Дональдом Трампом женщины-политика Марин Ле Пен, в адрес которой используется антономасия «*Donald Trump français*» / «*французский Дональд Трамп*» [Courrier international № 1359, 2016: 41].

В ходе исследования установлено, что для номинации президента Франции Э. Макрона используются антономасии, основой для которых послужили мифонимы, составляющие универсальные фоновые знания, например: «*Jupiter*» / «*Юпитер*»; «*le don Quichotte de l'Europe*» / «*Дон Кихот Европы*». Такие антономасии имеют иронический оттенок и применяются с целью акцентирования внимания на эгоцентризме и высокомерии президента в издании «*Marianne*», представляющем интересы оппозиционного политического сегмента. Например:

«*A-t-on encore le droit de critiquer Jupiter*» [Marianne № 1056, 2017: 6] / «*У нас всё еще есть право критиковать Юпитера?*»;

«*Macron, le don Quichotte de l'Europe*» [Marianne № 1155, 2019: 38] / «*Макрон, Дон Кихот Европы*».

Исследованный материал показал, что использование в составе антономасии мужского антропонима в адрес положительно оцениваемой женщины-политика способствует маскулинизации её образа во французском политическом медиадискурсе. Данная тенденция свидетельствует о том, что, несмотря на провозглашаемое равенство полов и широкое распространение политкорректности на Западе, в ценностной картине Франции мужчина предстаёт как идеальный политик. Например:

«*Elle est en train de devenir la nouvelle Jack Lang de la politique*» [Le Figaro № 23083, 2018: 7] / «*Она становится новым Жаком Лангом в политике*»;

«*Elle pourrait franchir une étape historique que Die Tageszeitung met en évidence en la qualifiant de "nouvelle Kohl"*» [Courrier international № 1360, 2016: 13] / «*Она может сделать исторический шаг, что освещается в издании "Тэгесцайтунг", называющем её "новый Коль"*».

В ходе анализа установлено, что использование антономасии придает тексту новые оценочные смыслы. Выступая субъектом оценки, СМИ рассчитывают на высокую степень укоренённости, осмысленности коннотативных значений антропонимов в коллективном сознании.

Одной из разновидностей метонимии, получившей широкое распространение во французской прессе при оценивании политической элиты, является синекдоха, которая составляет 5 % от всех тропов. В проанализированных изданиях она используется авторами для выражения оценочного отношения к политикам как к части политической системы, что имплицитно приуменьшает значимость их влияния как в собственной стране, так и во всём мире. Например:

«Trump est le produit d'un affaïssement de la démocratie tranquille, parfois élitiste, souvent mécanique, qui s'est imposée depuis 1989 faute d'affrontement idéologique» [Marianne № 1024, 2016: 20] / *«Трамп – продукт крушения безмятежной, иногда элитарной, часто механической демократии, которая укрепилась с 1989 года из-за отсутствия идеологической конфронтации»;*

«Martine Aubry fait partie du vieux monde, elle n'a pas compris qu'Emmanuel Macron a renversé la table et remis la politique sur ses deux jambes...» [Le Monde № 22512, 2017: 8] / *«Мартина Обри – часть старого мира, она не поняла, что Эммануэль Макрон перевернул стол вверх тормашками и поставил политику на две ноги...».*

В ходе анализа фактического материала установлено, что для французского издания «Le Monde» в адрес женщин-политиков характерно использование синекдохи, в основании которой находится лексема 'la voix' / 'голос'. Например:

«L'ambassadrice américaine à l'ONU s'est imposée comme la voix de la politique étrangère de l'administration Trump» [Le Monde № 22612, 2017: 15] / *«Посол США в ООН зарекомендовала себя как голос внешней политики администрации Трампа»;*

«Michelle Bachelet, la nouvelle voix des droits de l'homme dans le monde» [Le Monde № 22913, 2018: 3] / *«Мишель Бачелет, новый голос прав человека в мире».*

Распространение синекдохи, метонимический перенос которой базируется на лексеме 'la voix' / 'голос', обусловлено такими чертами фемининной речи, как

отзывчивый тон, партнёрское обращение к аудитории, что, по свидетельству О.П. Шевченко, выгодно отличает политиков женского пола от мужчин [Шевченко 2009: 132]. Анализ показал, что синекдоха такого рода употребляется с целью прагматической оценки женщин-политиков как активных участниц политического сообщества.

Исследованный материал показал, что неотъемлемой частью французского политического медиадискурса в оценке представителей власти является ирония (10,2 %). Употребление в медиатекстах ироничных высказываний в адрес представителей политической элиты заставляет реципиента усомниться в его компетентности и, как следствие, снизить его авторитет в глазах жителей страны [Телегина, Синельникова 2019: 201].

Данный приём используется авторами французских СМИ для выражения неявного саркастического отношения к деятельности политиков, что способствует их пейоративному оцениванию. Примечательно, что 82 % из проанализированных нами ироний влияет на отрицательную характеристику глав государства. Например:

«François Hollande, c'est l'homme qui est toujours prêt à dire qu'il est prêt. Reste à savoir si ses électeurs de 2012 le seront encore en 2017» [Marianne № 1020, 2016: 27] / *«Франсуа Олланд – это человек, который всегда готов сказать, что он готов. Но всё ещё неизвестно, будут ли его избиратели 2012 года голосовать за него в 2017»;*

«Emmanuel Macron devrait regarder par la fenêtre de son palais pour voir la vraie vie...» [Le Figaro № 22989, 2018: 20] / *«Эммануэлю Макрону следовало бы посмотреть в окно из своего дворца, чтобы увидеть реальную жизнь...».*

В современных французских СМИ пейоративная оценка высшего руководства страны с помощью иронии используется с целью снижения недовольства народных масс правящим классом.

Достаточно широко в изданиях «Courrier international» и «L'Humanité» представлены иронии в адрес президента Франции Э. Макрона, основанием для которых послужили дипломатические взаимоотношения политика с лидерами других государств (26 % от общего числа ироний). Например:

«La mise en scène de la lune de miel Macron-Merkel n'en finit pas: rencontre rituelle d'après élection présidentielle à Berlin en mai, conférence de presse commune à Bruxelles en juin, Conseil des ministres franco-allemand à Paris en juillet...» [L'Humanité. Dimanche № 569, 2017: 29] / *«Медовый месяц Макрона и Меркель на этом не заканчивается: ритуальная встреча после президентских выборов в Берлине в мае, совместная пресс-конференция в Брюсселе в июне, франко-германский совет министров в Париже в июле...»;*

«Macron-Trump, l'idylle est terminée» [Courrier international № 1463, 2018: 8] / *«Макрон-Трамп, идиллия окончена».*

Исходя из идеологических установок, авторы медиатекстов используют ироничные высказывания как эффективный способ привлечения внимания читателей к вопросам в сфере международной политики.

Анализ примеров показывает, что с одной стороны ироническая оценка даётся политикам на фоне возникновения острых общественно-политических проблем, волнующих французский народ. С другой стороны, превалирование иронии в определённом издании связано с его оппозиционной направленностью по отношению к оцениваемым представителям власти.

Исследованный материал показал, что во французском медиадискурсе такие тропы, как гипербола (7 %) и литота (3,6 %), служат средствами выражения нормативной и прагматической оценок в адрес политической элиты.

Специфика гиперболы заключается в том, что, употребляя её, авторы политических статей преувеличивают определённые качества политического лидера с целью отрицательной или положительной характеристики. В 65 % случаев французские СМИ подчеркивают противоестественность политиков и имплицитно информируют о них как о личностях, действия которых на момент выхода публикации представляют угрозу для всего мира. Например:

«Merkel, c'est une calamité, le symptôme d'un dédain pathologique pour notre histoire» [Le Figaro № 23099, 2018: 6] / *«Меркель, это бедствие, симптом патологического пренебрежения к нашей истории»;*

«*Kolomoïsky est capable de tout*» [Le Monde № 23279, 2019: 3] / «*Коломойский способен на всё*».

Одной из закономерностей, установленной в ходе анализа корпуса примеров, является широкое использование гиперболы в качестве мелиоративного средства выражения оценки в мемориальном медиапортрете политика. Примером могут послужить гиперболы, представленные во французской прессе после ухода из жизни экс-президента Франции Ж. Ширака:

«*Pompidou disait de lui: “Si je lui demandais de construire dans la nuit un tunnel entre chez moi et l’Élysée, il le ferait”*» [Le Figaro Hommage, 2019: 9] / «*Помпиду говорил о нём: “Если бы я попросил его построить за ночь туннель между моим домом и Елисейским дворцом, он бы это сделал”*»;

«*C’était l’homme le plus digne et le plus honorable que j’aie connu*» [Le Figaro № 23115, 2018: 8] / «*Он был самым достойным и благородным человеком, которого я когда-либо знал*».

Употребление оценочных средств мелиоративного характера продиктовано спецификой данного жанра медиадискурса, близкого по своей природе к некрологу [Михайлова, Телегина 2020: 104], для которого типично использование имплицитной информации, касающейся главной темы – смерти человека, – и положительной оценки [Ringlet 1992; Charaudeau 2015].

Как показало исследование, несмотря на противоположный механизм формирования оценочной структуры, литота, как и гипербола, служит для акцентирования внимания на важной или, напротив, незначительной роли политика в управлении государством. Например:

«*Devant les siens, Valls appelle même le trentenaire “le microbe”*» [Le Monde № 22495, 2017: 7] / «*При своих Вальс даже называет тридцатилетнего “микробом”*»;

«*Macron est moins populaire que l’impopulaire François Hollande après un an et demi à la présidence*» [Courrier international № 1460, 2018: 22] / «*Макрон менее*

популярен, чем непопулярный Франсуа Олланд после полутора лет президентства».

Приуменьшение важности представителей власти как элементов государственной системы обусловлено стремлением СМИ дать негативную прагматическую оценку их деятельности.

Во французских изданиях «Marianne» и «Le Figaro» нами выявлена тенденция в употреблении литоты, построенной на отождествлении политиков с детьми. Анализ показал, что такой стилистический приём используется во французских СМИ с целью отрицательного оценивания эффективности политической элиты. Например:

«Puis 2007 et 2012 ont fini par donner raison aux craintes de François Mitterrand. Quant deux enfants de la télé, nés à six mois d'intervalle entre août 1954 et janvier 1955, ont accédé à l'Élysée» [Marianne № 1020, 2016: 13] / «Позже 2007 и 2012 годы послужили поводом для опасений, высказанных Франсуа Миттераном. Когда два ребёнка телевидения, родившихся с разницей в шесть месяцев в период с августа 1954 года по январь 1955 года, прибыли в Елисейский дворец»;

«Mais dans une ironie toute trumpienne, le symbole qui en restera risque d'être un gros bébé blond et joufflu équipé d'un téléphone portable...» [Le Figaro № 22989, 2018: 6] / «Но, во всей трамповской иронии, символом которой рискует остаться большой, пухлый светловолосый ребёнок с мобильным телефоном ...».

Для усиления отрицательного или положительного оценочного отношения к политикам вместо их традиционных именовании во французской прессе используется такое стилистическое средство, как перифраз (6,2 %). Л.М. Бондарева отмечает, что перифраз, обогащая новыми деталями и характеристиками закреплённую в прямой номинации информацию, вносит в неё новые штрихи [Бондарева 2010: 53]. Исследование показало, что данный троп позволяет авторам подчеркнуть авторитетность личности политика. Например:

«Nous perdons un grand homme d'État et un grand Européen» [L'Humanité № 22774, 2019: 9] / «Мы теряем великого государственного деятеля и великого европейца»;

«Elle sera celle qui tient tête à Donald Trump et la femme la plus puissante d'Amérique» [Courrier international № 1463, 2018: 32] / «Она станет той, кто будет противостоять Дональду Трампу и будет самой влиятельной женщиной Америки».

В ходе анализа оценочных средств, представленных во французских СМИ, выявлен перифраз, содержащий в своей семантике отличительные факты из карьеры влиятельных политических деятелей. Перифразы такого характера используются во французских СМИ с целью телеологической оценки опытных политических лидеров. Например:

«L'homme qui a dit non à l'Amérique» [Courrier international № 1509, 2019: 22] / «Человек, который сказал Америке нет»;

«Après douze ans de pouvoir, la chancelière que l'on dit usée est toujours au centre du jeu» [Le Figaro № 22880, 2018: 2] / «После двенадцати лет у власти так называемый потрёпанный канцлер все еще находится в центре игры».

В авторитетных французских СМИ широко представлен перифраз, подчеркивающий территориальное или классовое происхождение представителя политической элиты. Например:

«Il réitère ses messages de confiance à l'égard de l'homme fort de Pyongyang» [Courrier international № 1456: 26] / «Он вновь заявляет о своей уверенности в отношении сильной личности из Пхеньяна»;

«C'est un provincial émergé de la classe moyenne» [Marianne № 1026, 2016: 28] / «Он провинциал, выходец из среднего класса».

Такие стилистические средства, возвышающие или принижающие политика в глазах читателя, используются авторами медиатекстов с целью отрицательного или положительного оценивания представителя власти с точки зрения его социального статуса.

Анализ показал, что эффективным средством выражения оценки во французской прессе является перифраз, содержащий информацию о немолодом возрасте политических деятелей. С одной стороны, данное упоминание в составе номинации обусловлено стремлением идеологизированных СМИ выразить

отрицательную прагматическую оценку политика с учётом стереотипных представлений, сложившихся в обществе, в соответствии с которыми для людей пожилого возраста характерен упадок жизненной активности. Так, в издании «Le Figaro», отражающим точку зрения умеренно-правых сил, отрицательно оценивается французский политик Ж.-М. Ле Пен, придерживающийся националистических взглядов. Например:

«*Un homme de 89 ans peut difficilement incarner l'avenir...*» [Le Figaro № 22875, 2018: 4] / «*За 89-летним мужчиной вряд ли может быть будущее...*» (о французском политике Ж.-М. Ле Пене).

С другой стороны, указание на возраст политика используется, чтобы подчеркнуть его хорошую форму, что способствует положительной характеристике «своих» во французском политическом медиадискурсе. Например, положительной оценке подвергается испанская женщина-политик К.К. Пойято:

«*Cette femme de 61 ans, native de Cabra, allie l'élégance requise dans les salons les plus sélects à une grande proximité*» [Courrier international № 1463, 2018: 34] / «*Эта 61-летняя женщина, уроженка Кабры, сочетает в себе элегантность, требуемую в самых эксклюзивных салонах при близком общении*» (об испанской женщине-политике К.К. Пойято).

Характерной особенностью французских СМИ рассматриваемого периода является использование перифраза при характеристике президента США Д. Трампа. Примечательно, что в современной французской прессе перифразы, направленные на оценку американского президента, позиционируют его в 67 % случаев как магната или шоумена. Например:

«*Le magnat de l'immobilier veut édifier un mur pour, dit-il, protéger son pays de l'invasion mexicaine*» [Marianne № 1016, 2016: 42] / «*Магнат недвижимости хочет построить стену, чтобы защитить свою страну от мексиканского вторжения*»;

«*Car c'est bien avant tout un formidable showman qui va s'installer dans le Bureau ovale de la Maison-Blanche*» [Marianne № 1024, 2016: 14] / «*Потому что в Овальном кабинете Белого дома поселится прежде всего великолепный шоумен*».

Акцентирование внимания на деятельности объекта оценки, не связанной с политикой, оставляет незамеченной его состоятельность как политического лидера, что отрицательно влияет на оценку представителя правящей элиты.

Таким образом, в результате анализа было установлено, что в современной французской прессе тропы служат для импликации идеологически ориентированных оценок в адрес политической элиты. Специфика представленных тропов заключается в том, что они используются во французских публикациях с целью выражения политически корректной пейоративной оценки в адрес влиятельных представителей власти, относящихся к категории «чужих». Среди частных оценок авторы политических статей отдают предпочтение завуалированным в медиатекстах рационалистическим оценкам (прагматическим и телеологическим). Проведённый анализ показал, что ирония во французском политическом медиадискурсе представляет собой уникальный способ реализации скрытой саркастической оценки с пейоративным значением. Использование данного тропа средствами массовой информации обусловлено необходимостью снижения остроты ситуации, а также стремлением выразить негативное оценочное отношение в адрес представителей правящей элиты, не нарушая законов дипломатической коммуникации.

3.2. Роль метафоры в оценке политической элиты

Одним из наиболее ярких способов выражения оценки во французском политическом медиадискурсе выступает метафора, механизмом актуализации оценочного значения которой является скрытое сравнение.

Специфика метафоры как всеобъемлющего средства отражения ценностной картины мира находится под пристальным вниманием лингвистов современности. Они трактуют её как «зеркало, в котором отражается национальное сознание на определённом этапе развития общества» [Будаев, Чудинов 2008: 10], как словесный образ фрагментов действительности, «всего, что дано нам в ощущениях и

размышлениях» [Шляхов 2015: 155]. По словам Н.И. Клушиной, метафора «призвана организовать общественное мнение создать у адресата нужный адресанту яркий, зримый образ, суггестивно влияющий на восприятие информации под заданным углом зрения» [Клушина 1996: 36].

Отличительная черта метафоры состоит в том, что возникшая в сознании читателей картина описываемого явления впоследствии влияет на формирование их оценки. Как отмечает Е.М. Вольф, в метафоре знак оценки полностью зависит от соотношения признаков метафорического субъекта с нормой. Так, оценочный знак метафорических обозначений определяется представлениями о нормативном поведении психических сущностей и местом, которое они занимают в системе ценностей [Вольф 1988: 64].

К числу ключевых проблем современной теории метафоры относится проблема классификации её типов. В лингвистической литературе, в частности в работах, посвященных специфике политического дискурса, обозначены различные подходы к её решению.

Изучая метафору, Н.Д. Арутюнова распределяет её по особенностям выполняемых функций и выделяет: 1) номинативную метафору, состоящую в замене одного дескриптивного значения другим; 2) образную метафору, формирующуюся вследствие перехода дескриптивного значения в предикативное и служащую развитию фигуральных значений; 3) когнитивную метафору, возникающую в результате переноса значения и создающую полисемию; 4) генерализующую метафору (как результат когнитивной метафоры), которая стирает границы между логическими порядками в лексическом значении слова [Арутюнова 1999: 366]. Классификация метафоры, предложенная Н.Д. Арутюновой, в дальнейшем приводит к более глубокому исследованию когнитивной, номинативной и образной метафор в политическом медийном дискурсе [Чудинов 2003; Синеева 2007; Кивилева 2013].

Оценочный потенциал метафоры в полной мере проявляется в её семантической классификации. Так, А.П. Чудинов определяет четыре разряда политической метафоры, в основе каждого из которых лежит концептуализация

человеком себя и мира в процессе когнитивной деятельности: антропоморфная («Человек как центр мироздания»), природоморфная («Человек и природа»), социоморфная («Человек и общество»), артефактная («Человек и результаты его труда») [Чудинов 2003: 78].

В ходе анализа средств выражения оценки, представленных в современной французской прессе с целью характеристики политической элиты, нами было выделено три основных семантических типа метафоры (Рисунок 2): антропоморфная (43,3 %), социоморфная метафора (41 %) и природоморфная (15,7 %).

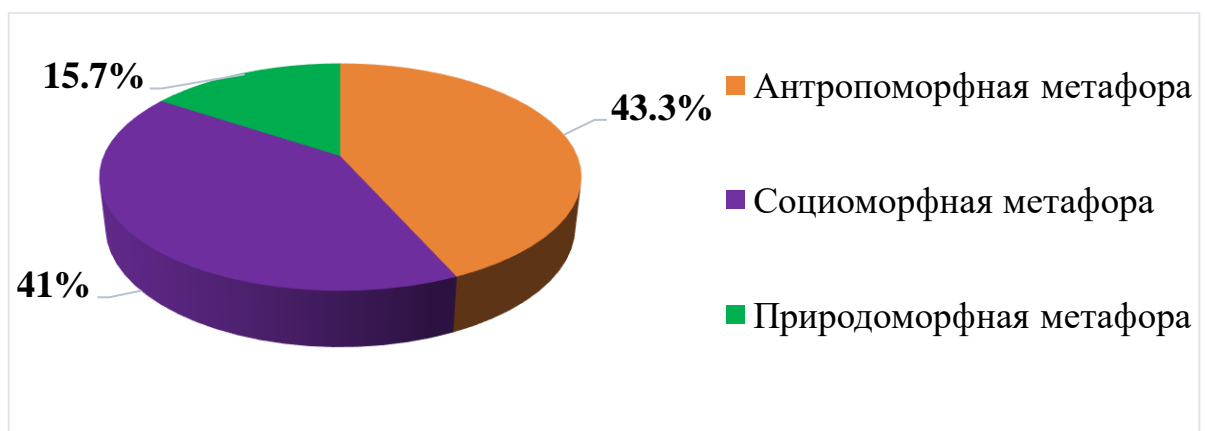


Рисунок 2 – Семантическая классификация метафоры в оценке политической элиты

Как показано на Рисунке 2, наибольшее количество отобранных нами единиц, а именно – 43,3 % от общего числа семантических метафор, составляет антропоморфная метафора. Формирование антропоморфной метафоры происходит посредством актуализации признаков, извлекаемых из разноаспектных характеристик человека (особенностей его внешнего вида, физического состояния, рода деятельности, положения в обществе и т.п.). Т.С. Вершинина подчёркивает, что «включение метафоры в современную антропологическую парадигму даёт основание для осознания предметной и теоретической деятельности человека, для критики прошлого и настоящего, для создания красочных картин будущего» [Вершинина 2002: 195].

При оценке политической элиты употребляются антропоморфные метафоры, имеющие в своём составе лексемы, подразумевающие определённый возраст человека: *'un gamin'* / 'мальчишка'; *'un enfant'* / 'ребёнок'; *'le père'* / 'отец'; *'la mère'* / 'мать'. Аккумулируя в себе древний опыт человечества в области семейных отношений, такие метафоры способствуют выражению прагматической оценки представителей власти во французских СМИ. Как показал анализ, метафоры, основанные на сравнении политика с подростком или ребёнком, направлены на передачу таких качеств, как инфантильность и несамостоятельность, что закрепляет за ними негативную оценку деятельности политика. Например:

«Le président de la République est dans la situation d'un gamin buté, qui refuse d'entendre ce que le peuple lui dit et qui refuse de sortir de cette situation» [Le Monde № 22984, 2018: 10] / *«Президент Республики занял позицию упрямого мальчишки, который не хочет слышать, что говорит ему народ, и не хочет выходить из этого положения»*;

«Et c'est aussi la raison pour laquelle les avocats de Trump refusent qu'il soit interrogé par le procureur Robert Mueller. Ce serait comme si un enfant de 9 ans devait soutenir une thèse de doctorat» [Courrier international № 1454, 2018: 16] / *«И именно по этой причине адвокаты Трампа отказывают в том, чтобы он давал интервью прокурору Роберту Мюллеру. Это то же самое, как если бы девятилетнему ребенку нужно было защищать докторскую диссертацию»*.

Между тем антропоморфные метафоры, в которых политический лидер предстаёт в образе отца или матери, служат для выражения положительного оценочного отношения в современной французской прессе. Например:

«Il y a une décennie, elle était surnommée "Mutti" à la façon d'une mère pour la nation» [Le Figaro № 23099, 2018: 6] / *«Десять лет назад её прозвали "Мутти", как мать нации»*;

«...C'était un peu le père de la nation. Les gens sentaient sa profonde humanité, combien il tenait aux autres» [Le Figaro № 23364, 2019: 3] / *«...Он был своего рода отцом нации. Люди чувствовали его глубокую человечность, как сильно он заботился о других»*.

Своей спецификой при оценке политической элиты обладают антропоморфные метафоры, основанные на упоминании рода деятельности, в частности, профессии человека. Так, антропоморфные метафоры, основанные на ассоциации политиков с представителями таких профессий, как *'architecte'* / *'архитектор'* и *'docteur'* / *'доктор'* используются во французской прессе при положительном оценивании их деятельности. Например:

«Un hommage de plus pour l'ex-chef de l'État, qui en fut le grand architecte» [L'Humanité № 22774, 2019: 4] / *«Еще одна дань уважения бывшему главе государства, который был его великим архитектором»;*

«Le chef de l'OLP, Yasser Arafat, avec qu'il développera des relations étroites, le surnommé même "Docteur Chirac" pour sa volonté de soigner les maux du Proche-Orient» [Le Figaro Hommage, 2019: 62] / *«Лидер ООП Ясир Арафат, с которым у него будут тесные отношения, даже назовет его "доктор Ширак" за его желание вылечить недуги Ближнего Востока».*

В то же время для выражения саркастической оценки в адрес государственных деятелей во французской прессе представлены метафоры, включающие в себя такие профессии, как *'pompier'* / *'пожарный'*; *'fossoyeur'* / *'могильщик'*; *'chanteur'* / *'певец'*; *'acteur'* / *'актёр'*. Например:

«Pompier plutôt qu'architecte du projet européen» [Le Monde № 22495, 2017: 15] / *«Скорее пожарный, чем архитектор европейского проекта»;*

«Emmanuel Macron pouvait être le fossoyeur de la V^e République» [Le Figaro № 23135, 2018: 5] / *«Эммануэль Макрон мог быть могильщиком Пятой республики».*

Как показал анализ примеров, малооплачиваемые профессии или профессии, не требующие образования высокого уровня, представлены для выражения отрицательной телеологической оценки к представителям политической элиты во французском медиадискурсе, в то время как положительное оценочное отношение формируют более престижные профессии, связанные преимущественно с интеллектуальным трудом.

Между тем в ходе исследования установлено, что одна и та же метафора, основанная на ассоциации политика со специалистом из другой области, может по-

разному использоваться в одном и том же издании. Так, во французском журнале «Marianne» образное сравнение экс-президента Франции Ж. Ширака с могильщиком имплицитно отрицательную оценку в его адрес, тогда как деятельность политика Арно Монтебура в этом же издании с помощью данной метафоры оценивается положительно. Например:

«Arnaud Montebourg, jadis chantre de l'avènement d'une VI^e République, pourrait bien être le fossoyeur de la pompe élyséenne» [Marianne № 1026, 2016: 22] / *«Арно Монтебур, когда-то воспевавший принятие Шестой республики, вполне мог бы стать могильщиком елисейской помпезности»;*

«Ayant systématiquement opté pour les pires orientations, Jacques Chirac reste le grand fossoyeur de l'agriculture française» [Marianne № 1177, 2019: 83] / *«Систематически выбирая наихудшие направления, Жак Ширак остается великим могильщиком французского сельского хозяйства».*

Выявленная разница в употреблении антропоморфной метафоры объясняется поддержкой издания «Marianne» позиции левого политического сегмента, одним из представителей которого является А. Монтебур. В то время как Ж. Ширак долгое время являлся лидером правых голлистских партий.

Вслед за А.П. Чудиновым в настоящем исследовании к антропоморфным метафорам относятся метафоры, связанные с болезнями и физическими нарушениями [Чудинов 2003: 77]. Анализ показал, что физические нарушения и болезни служат для образования антропоморфных метафор с отрицательным оценочным значением в адрес политиков. Например:

«Aucun candidat n'y est vraiment populaire et beaucoup suscitent des allergies violentes» [Marianne № 1020, 2016: 7] / *«Ни один кандидат не пользуется большой популярностью, а многие из них вызывают сильные приступы аллергии»;*

«Avant on le couvrait de fleurs, et maintenant on le traite comme un pestiféré» [Courrier international № 1456, 2018: 14] / *«Раньше мы засыпали его цветами, а теперь относимся к нему как к чумному».*

Во французском политическом медиадискурсе широко представлены антропоморфные метафоры, в основании которых лежит нарушение слуха. Эти

метафоры имплицитно сложны в отношении главы государства с народом, обусловленные политическими событиями внутри страны. Так, в статьях, опубликованных во французской прессе в 2018 г., они используются для отрицательной оценки деятельности президента Франции Э. Макрона. Причиной их широкого распространения послужили внутривнутриполитические события во Франции, к которым относятся налоговые и социальные реформы. Например:

«L'orgueil du président de la République, sa surdité, son obstination sont une machine   haine» [Le Monde № 22984, 2018: 10] / *«Гордость президента республики, его глухота, его упрямство – машина ненависти»;*

«...il est distant, jupitérien, sourd aux demandes de son peuple et ne pense qu'  choyer les riches» [Courrier international № 1459, 2018: 39] / *«...он отстран нный, юпитерианский, глухой к требованиям своего народа, думает только о том, чтобы угодить богатым».*

Как показал анализ, представленные в современной французской прессе антропоморфные метафоры служат для выражения пейоративного и мелиоративного оценивания политиков с опорой на уже имеющиеся в национальной культуре оценочные стереотипы.

Социоморфная метафора составляет 41 % от общего числа отобранных нами семантических метафор. Использование метафоры данного типа во французском политическом медиадискурсе обусловлено необходимостью актуализации в общественном сознании определённых явлений жизни общества, прямо или косвенно связанных с процессами в сфере политики. Анализ средств выражения оценки показал, что в изданиях разнопартийной направленности преобладают следующие понятийные сферы (Рисунок 3): 1) «театр» (25,7 %); 2) «игра» (23,7 %); 3) «война» (22 %); 4) «монархия» (18,6 %); 5) «Космос» (10 %). Указанные понятийные сферы классифицируются нами в зависимости от того, какая область легла в основу метафоризации политического процесса.

Достаточно широко в изданиях разной политической направленности представлены социоморфные метафоры, сферой-источником которых является театр (25,7 %). Распространённость «театральных метафор» в политическом

дискурсе А.П. Чудинов объясняет, во-первых, важную роль, которую играют зрелищные искусства в жизни общества, во-вторых, тем, что сама организация политических мероприятий в современном мире всё чаще напоминает театральные представления [Чудинов 2003: 206]. Как отмечает Р. Хицлер, человек, вовлечённый в политику, постоянно работает над своим «сценическим» образом, чтобы произвести нужный эффект на аудиторию [Hitzler 2014: 4].

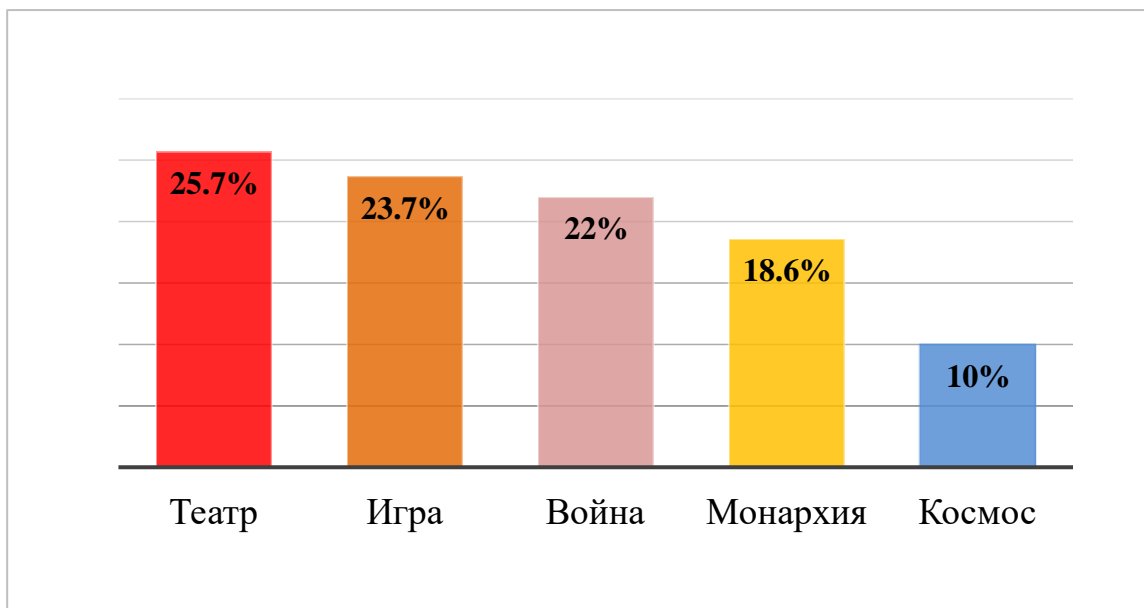


Рисунок 3 – Понятийные сферы социоморфной метафоры в оценке политической элиты

С одной стороны, для современных французских изданий рассматриваемого периода характерна репрезентация политиков как актёров театральной сцены. Сравнение представителя власти с актёром используется для выражения прагматической оценки его участия в общественно-политической жизни страны:

«François Hollande a trop hésité avant de jouer le rôle naturel d'un président français vis-à-vis de l'Allemagne» [Le Monde № 22495, 2017: 15] / «Франсуа Олланд слишком долго колебался, прежде чем сыграть настоящую роль президента Франции по отношению к Германии»;

«*En campagne pour les européennes, le chef de l'Etat fait mine de tenir tête à l'Allemagne et joue en solo sur des sujets aussi cruciaux que le Brexit ou le commerce avec les Etats-Unis. Mais pour quelles raisons?» [Marianne № 1155, 2019: 17] / «В кампании за европейцев глава государства делает вид, что противостояит Германии, и солирует на столь важные темы, как Брексит или торговля с США. Но по каким причинам?»».*

С другой стороны, представители политической элиты изображаются авторами французских СМИ как управляемые марионетки. Например:

«*Au passage, il a retiré toute crédibilité à son gouvernement de fantoches, faisant voter au Parlement en décembre, l'exact contraire de ce qu'il imposait crânement en novembre*» [Le Figaro № 23135, 2018: 5] / «Кстати, он лишил всякой достоверности своё марионеточное правительство, добившись голосования в парламенте в декабре, что является полной противоположностью тому, что он лихо навязывал в ноябре»;

«*...Et, si le chef d'Etat se défend d'être la marionnette de l'oligarque, tous ont noté que son homme de confiance, Andriy Bohdan, à la tête de l'administration présidentielle, est l'ex-avocat de l'oligarque*» [Le Monde № 23279, 2019: 3] / «... И, если сам глава государства отрицает, что является марионеткой олигарха, все отметили, что его доверенное лицо Андрей Богдан, возглавляющий администрацию президента, – экс-адвокат олигарха».

Такие метафоры несут в себе имплицитную оценочную семантику зависимости политика от более авторитетных лиц и, как следствие, его несамостоятельность в принятии решений, что влияет на формирование пейоративной оценочности во французском политическом медиадискурсе.

Метафоры семантической сферы «театр» употребляются во французской прессе для завуалированной оценки политика, склонного к лицемерию и двуличности. Анализ показал, что причиной использования таких метафор при отрицательной оценке представителя политической элиты является ориентация издания на оппозиционный сегмент. Например:

«*Pour sauver sa peau, la candidate de la droite s'accroche et se grime en victime d'un complot destiné à l'abattre*» [Marianne № 1038, 2017: 11] / «*Чтобы спасти свою шкуру, кандидат правых держится и гримируется в жертву заговора, организованного с целью её свержения*»;

«*Jacques Chirac se retrouve à "endosser le costume de «père de la Nation»" face à Jean-Marie Le Pen*» [L'Humanité № 22774, 2019: 7] / «*Жак Ширак снова "надевает костюм «отца нации»" перед Жан-Мари Ле Пеном*».

Широкое распространение при характеристике политиков в проанализированных французских СМИ получили социоморфные метафоры семантической сферы «игра» (23,7 %), коррелирующие с метафорами семантической сферы «театр». В метафорах этой группы политика изображается как игра, а политический деятель предстаёт как непосредственный участник этой игры. Ассоциируя государственного деятеля с игроком, авторы медиатекстов стремятся дать имплицитную оценку результатам деятельности. Например:

«*Après douze ans de pouvoir, la chancelière que l'on dit usée est toujours au centre du jeu*» [Le Figaro № 22880, 2018: 2] / «*После двенадцати лет у власти так называемый измученный канцлер все еще в центре игры*»;

«*C'est bien Poutine le grand vainqueur*» [Courrier international № 1456, 2018: 24] / «*Что ж, Путин – великий победитель*».

Исследование показало, что для выражения положительной прагматической оценки во французской прессе употребляются номинативные метафоры, основанные на сравнении политиков с козырной картой. Например:

«*Jacqueline Gourault est aujourd'hui un atout dans le jeu du président*» [Le Figaro № 23083, 2018: 7] / «*Сегодня Жаклин Гуро – козырь в игре президента*»;

«*M. Valls pourrait être un atout*» [Le Monde № 22792, 2018: 4] / «*Г-н. Вальс мог бы быть козырем*».

Использование в оценке политической элиты метафор, источником которых послужили карточные игры, обусловлено ориентированностью печатных изданий на массовую читательскую аудиторию.

В проанализированных изданиях находит своё отражение точка зрения, согласно которой инфантильные политические лидеры репрезентируются как недостаточно компетентные в управлении государством. Оценочную позицию французских СМИ раскрывают социоморфные метафоры, в которых органы государственной власти представлены как игрушки политиков:

«La vérité est qu'Emmanuel Macron n'a toujours pas compris que l'Assemblée nationale n'est pas son jouet» [Le Figaro № 23003, 2018: 2] / *«Правда в том, что Эммануэль Макрон до сих пор не понял, что Национальное собрание – не его игрушка»;*

«Christian Jacob a moqué la tentation du chef de l'Etat de faire du Parlement "son jouet ou une sorte de marchepied sur lequel il aurait le droit de s'élever pour renforcer son propre pouvoir"» [Le Monde № 22859, 2018: 6] / *«Кристиан Якоб высмеивал желание главы государства сделать Парламент "своей игрушкой или своего рода ступенькой, по которой он имел бы право подняться, чтобы укрепить свою власть"».*

Одним из наиболее распространённых способов выражения оценки в современной французской прессе являются социоморфные метафоры понятийной сферы «война» (22 %). К этой группе относятся военные метафоры, в пределах которых политическая деятельность рассматривается как боевые действия. По мнению Е.И. Шейгал, метафоры этой понятийной сферы занимают важное место в корпусе политических метафор, поскольку основу политического дискурса составляет непрекращающийся диалог-поединок между «партией власти» и оппозицией [Шейгал 2005: 44].

Военные метафоры находят своё отражение в авторитетных французских изданиях при описании взаимодействия политических лидеров и их оппонентов, акцентируя внимание на противоборстве участников политической жизни. В ходе анализа фактического материала было выявлено, что метафоры, построенные на ассоциации сферы политики с войной, используются авторами медиатекстов для репрезентации телеологической оценки политиков. Например:

«*Pendant trois ans, Theresa May a bataillé contre un Parlement hostile pour imposer un accord de sortie de l'UE» [Courrier international № 1505, 2019: 3] / «*В течение трех лет Тереза Мэй сражалась с враждебным парламентом, чтобы добиться выхода из ЕС*»;*

«*Trump porte aujourd'hui un coup sévère aux “réformateurs» de Téhéran, ceux qui aimeraient que la République islamique renoue avec l'Amérique» [Le Monde № 23047, 2019: 24] / «*Трамп сегодня наносит серьёзный удар по “реформаторам” в Тегеране, тем, кто хотел бы, чтобы Исламская Республика возобновила отношения с Америкой*».*

Исследованный материал показал, что метафоры понятийной сферы «война» представлены в политических статьях мемориального характера. Например:

«*Il fut le dernier grand soldat, un homme d'État, un père fondateur du XX^e siècle» [Le Figaro № 23115, 2018: 8] / «*Он был последним великим солдатом, государственным деятелем, отцом-основателем XX^e века*»;*

«*Le grand combattant politique qui ne voulait pas rester enfermé dans son bureau» [L'Humanité № 22774, 2019: 7] / «*Великий политический боец, который не хотел оставаться запертым в своем офисе*».*

Специфика публикаций, посвящённых памяти политических лидеров, заключается в том, что, несмотря на возможную оппозиционную направленность изданий по отношению к определённым политикам, милитарные метафоры являются частью мелиоративной оценочности их деятельности.

В корпусе примеров достаточно многочисленна группа метафор понятийной сферы «монархия» (18,6 %). Исследование показало, что в большинстве случаев метафоры этой группы используются во французских СМИ как средство выражения саркастической отрицательной оценки политиков:

«*La fin du règne de May*» [Courrier international, № 1467, 2018: 16] / «*Конец правления Мэй*»;

«*Depuis deux ans, les élites occidentales étaient folles de Macron, ce “jeune roi”...» [Le Figaro № 23115, 2018: 19] / «*В течение двух лет западные элиты были без ума от Макрона, этого “молодого короля”*».*

Данная тенденция обусловлена тем, что в соответствии с западноевропейскими исследованиями идеальной формой правления считается демократия, противопоставленная единовластию [Bourque, Duchastel 1995; Cohendet 2004].

В ходе анализа было выявлено, что метафоры, источником которых послужила монархия, представлены во французской прессе для характеристики политиков, которые, по мнению СМИ, склонны к диктатуре. Характерной особенностью таких метафор является их использование в качестве средства выражения нормативной оценки политической элиты. Например:

«De l'autre, il y a ceux pour qui l'indétrônable tsar est le diable international incarné» [Le Figaro № 22891, 2018: 1] / *«С другой стороны, есть те, для кого несокрушимый царь является воплощением международного дьявола»;*

«Xi, nouvel empereur et nouveau Mao, mène une politique d'expansion à l'échelle de la planète» [Marianne № 1065, 2017: 6] / *«Си, новый император и новый Мао, проводит политику экспансии в планетарном масштабе».*

Главным отличием публикаций «Le Monde» за 2018-2020 гг., является широкое употребление монархических метафор, отрицательно характеризующих президента Франции Э. Макрона за его расточительство и стремление к авторитаризму. Данная закономерность связана с отражением в издании леволиберальных взглядов, приверженцы которых выступают за всеобщее равенство и свободу. Например:

«Le peuple ne veut plus de son roi» [Le Monde № 22984, 2018: 10] / *«Народ больше не хочет своего короля»;*

«Rien de tel aujourd'hui: un parti hors sol, des élus novices, un gouvernement peu aguerri et des syndicats tenus en lisière. Le roi est nu, trop seul, très vulnérable» [Le Monde № 23047, 2019: 8] / *Сегодня ничего такого: вземная партия, избранные новички, слабое правительство и профсоюзы. Король – голый, слишком одинокий, очень уязвимый».*

Распространённым средством выражения оценки во французском медиадискурсе являются социоморфные метафоры, в основу которых легли

представления человека о Космосе (10 %), т.е. обо всём, что существует за пределами атмосферы Земли. Исследование показало, что метафоры данной понятийной сферы достаточно широко представлены в издании центристской направленности «*Courrier international*». Например:

«D'après ce qu'on entend, la victoire de Trump aurait dû bouleverser la marche de la planète» [*Courrier international* № 1360, 2016: 34] / «Судя по тому, что мы слышим, победа Трампа должна была перевернуть мир с ног на голову»;

«Emmanuel Macron, cette météorite arrivée à l'Élysée à un moment charnière pour la démocratie française...» [*Courrier international* № 1454, 2018: 10] / «Эммануэль Макрон, этот метеорит, достигший Елисейского дворца, в поворотный момент для французской демократии...».

Актуализация Космоса в оценке политической элиты в этом французском издании обусловлена, с одной стороны, его ориентированностью на широкий круг читателей, с другой стороны, тем, что в данном издании публикуются новости международной политики, одной из злободневных тем которой является освоение космического пространства.

Анализ показал, что метафоры понятийной сферы «Космос» используются во французских СМИ для характеристики эгоцентричных самоуверенных политических лидеров. Употребление таких метафор авторами медиатекстов позволяет им имплицитно выразить саркастическую оценку в адрес представителей правящей элиты. Например:

«D'abord parce que rien ne permettait, dans la galaxie Sarkozy, de repérer le retour en force de François Fillon» [*Courrier international* № 1360, 2016: 10] / «Прежде всего потому что в галактике Саркози не было ничего, что могло бы уловить возвращение Франсуа Фийона»;

«Macron veut faire de lui-même et de son projet politique un centre de gravité» [*Courrier international* № 1492, 2019: 34] / «Макрон хочет сделать себя и свой политический проект центром притяжения».

Как показал анализ, метафоры социоморфной семантической модели служат средством выражения телеологической, прагматической и нормативной оценок в

адрес представителей власти посредством метафоризации политического процесса и его участников. Через призму социоморфных метафор в оценке политической элиты прослеживается скоординированность политической сферы с другими сферами жизнедеятельности общества.

Метафора природоморфного типа составляет 15,7 % от общего числа анализируемых семантических метафор. К её разновидностям принято относить зооморфную (70,1 %) и метеорологическую (29,9 %) метафоры.

Для французских изданий рассматриваемого периода при оценке политической элиты характерно использование зооморфной метафоры (23 %). По словам И. Устуньера, метафора этого типа моделирует образ человека по принципу «зеркального отражения»: с одной стороны, образу животного приписываются антропоморфные свойства, с другой стороны, этот образ проецируется на человека, которому приписываются зооморфные характеристики [Устуньер 2004: 8]. Зооморфные метафоры, представленные во французских СМИ, с одной стороны, иллюстрируют национально-культурные ценности, с другой стороны, выражают оценочное отношение к политическим деятелям в соответствии с идеологическим направлением издания.

Отличительной особенностью изданий разной политической направленности является использование в адрес представителей власти зооморфных номинативных метафор, построенных на ассоциации человека с хищным животным. Например:

«*Le patriarche débonnaire contre le requin de Wall Street*» [L'Humanité. Dimanche, № 569, 20-26 juillet 2017: 39] / «*Добродушный патриарх против акулы с Уолл-стрит*»;

«*“Les heures sombres” fait rugir le Vieux Lion*» [Le Figaro № 22827, 2018: 23] / «*“Тёмные времена” заставляют рычать Старого Льва*».

Исследованный материал показал, что сравнение политика с хищными животными закрепляет в сознании читателя образ величественного и могущественного правителя. Мелиоративная оценочность метафор, основанных на сравнении политика с хищником, обусловлена агональной природой

политического дискурса, которая, согласно Е.И. Шейгал, предполагает использование инструментальной агрессии с целью ниспровержения оппонента и завоевания власти [Шейгал 2005: 293]. Как известно, доминирующие в политике проявления агрессии и дух соперничества в большей степени характерны именно для хищных животных.

В ходе анализа фактического материала установлено, что метафоры, источником образования которых послужили домашние животные, представлены во французской прессе с целью выражения отрицательной оценки политиков. Например:

«Nicolas Sarkozy forme avec François Hollande le couple des moutons noirs, des réprouvés, ceux avec lesquels on est le plus sévère» [Marianne № 1020, 2016: 7] / *«Николя Саркози образует с Франсуа Олландом парочку паршивых овец, отверженных, тех, с кем мы наиболее суровы»;*

«Un retraité brandit d'ailleurs une pancarte explicite pour dénoncer “les ânes qui gouvernent” et qui “veulent transformer Chemnitz en enclave noire”» [Le Figaro № 23032, 2018: 8] / *«Пенсионер также размахивает плакатом, выражающим осуждение того, что “ослы, которые находятся у власти”, “хотят превратить Хемниц в черный анклав”».*

Как отмечает В.М. Мокиенко, «самые обидные характеристики люди выбирают из числа названий домашних животных, покорно и преданно служащих человеку тысячелетия», поскольку самые существенные недостатки лучше всего познаются при регулярном общении [Мокиенко 2008: 108].

Анализ показал, что зооморфные метафоры, отражающие специфику связи мира политики с животным миром, используются во французской прессе для нормативного оценивания представителей власти, при котором животные, играющие символическую роль в языковой картине мира, выступают носителями отрицательных или положительных качеств.

Во французском политическом дискурсе нашла своё отражение метеорологическая метафора (8,8 %), основу которой составили физические процессы, происходящие в земной атмосфере. Как показал анализ, в оценке

политической элиты прежде всего актуализируются погодные явления, за которыми закреплена отрицательная оценка, такие как: *'l'ouragan'* / 'ураган'; *'la tempête'* / 'буря'; *'le fracas'* / 'гром' и др. Например:

«L'élection d'Emmanuel Macron, en mai 2017, a pris l'allure d'un tsunami qui a ramené la gauche à son plus bas étiage» [Le Monde № 22859, 2018: 24] / *«Выборы Эммануэля Макрона в мае 2017 года выглядели как цунами, в результате которого левые опустились до самой нижней точки»*;

«Macron se fait fort de résister aux "tempêtes"» [Le Figaro № 23089, 2018: 6] / *«Макрон становится сильным, чтобы противостоять "бурям"»*.

Во французских изданиях широко представлены метафоры, источником которых является ветер в различных его проявлениях. Исследованный материал показал, что они используются для выражения отрицательной нормативной оценки в адрес иностранных политиков, которые критикуются за свою непредсказуемость и несдержанность. В частности, метафоры такого рода широко представлены в авторитетном издании «Le Figaro». Например:

«Menacée par la tornade Trump, la Chine fait des yeux doux à l'Europe, en quête d'alliés dans la guerre commerciale» [Le Figaro № 22993, 2018: 34] / *«Под угрозой торнадо Трампа Китай строит глазки Европе в поисках союзников в торговой войне»*;

«...l'ouragan Bolsonaro est une version tropicale du dégaisme que les mieux informés des observateurs n'ont pas vu venir» [Le Figaro № 23083, 2018: 16] / *«...ураган Болсонару – это тропическая версия дегаизма, которую не предвидели самые осведомлённые наблюдатели»*.

В ходе исследования было установлено, что природоморфная метафора способствует преимущественно пейоративному оцениванию представителей политической элиты. Отрицательную оценку содержат метафоры, подразумевающие отклонение от стереотипных представлений об эталонном политике и направленные на передачу таких личностных качеств, как: глупость, неискренность, непредсказуемость, излишняя эмоциональность и др.

Одной из закономерностей, выявленных в ходе анализа оценочных средств, представленных в современной французской прессе, является применение номинативных метафор в качестве политических клише или штампов. Например: *'l'Empereur rouge'* [Le Figaro № 22880, 2018; Le Figaro № 23062, 2018] / *'Красный император'*; *'l'homme-fusée'* [Le Figaro № 22963, 2018; Courrier international № 1495, 2019] / *'человек-ракета'*; *'bulldozer'* [Le Figaro № 23364, 2019; L'Humanité № 22774, 2019] / *'бульдозер'*.

Как известно, штампы и клише являются неотъемлемой частью современного медиадискурса. Г.Г. Винокур объясняет это тем, что «готовые к употреблению» и потому наиболее «удобные» знаки для выражения определённого языкового содержания, имеющего экспрессивную и образную нагрузку [Винокур 1998: 588]. Использование легкоузнаваемых клишированных метафор в оценке государственных деятелей определяется спецификой медиадискурса, распространение штампов и устойчивых выражений в котором, по мнению Е.Д. Терентьевой, призвано создавать у читателя впечатление абсолютной объективности и беспристрастности журналиста [Терентьева 2013: 107] и, как следствие, минимизации его ответственности за возможную буквальную интерпретацию его слов читателем.

Таким образом, анализ показал, что благодаря ассоциативной насыщенности и удалённости областей, к которым относятся компоненты метафоры, она играет важную роль в системе оценочных средств, характеризующих представителей политической элиты в современной французской прессе. Оценочный потенциал метафоры в полной мере реализуется в её семантической классификации, в рамках которой наиболее распространены такие типы, как антропоморфная, социоморфная и природоморфная. Результаты проведённого исследования указывают на то, что данный троп является эффективным способом выражения пейоративной оценки, подразумевающей отклонение от стереотипных представлений об идеальном политике. С одной стороны, метафора широко используется в качестве экспрессивного средства выражения отношения автора публикации к объекту оценки, благодаря чему минимизируется информация,

свидетельствующая об ангажированности прессы. С другой стороны, она способствует созданию ценностных ориентиров и установок, обеспечивающих формирование у читателей определённого образа политика.

3.3. Фигуры речи как средства выражения оценки

Механизмом реализации оценочности на стилистическом уровне текста наряду с тропами являются фигуры речи. Существенная роль фигур речи в формировании оценочных высказываний отмечается в исследованиях многих учёных (И.Н. Пьянзиной, Н.С. Буруруевой, Д.З. Шапиевой, К. Кербрат-Ореккьони, А. Пиола, М. Бонома и др.). Как отмечает И.В. Арнольд, передача заложенной в тексте оценочной информации обусловлена стилистической функцией фигур речи, которая заключается в их взаимодействии в контексте с предметно-логическим содержанием [Арнольд 2002: 81-82].

Несмотря на широкую представленность работ, посвящённых изучению типологии стилистических средств (К.А. Долинина, Е.В. Ключева, К. Кербрат-Ореккьони, М. Бонома и др.), понятие «фигура речи» не имеет общепринятого толкования и составляет предмет теоретико-методологических дискуссий.

Французские лингвисты придерживаются широкой интерпретации фигур речи, отражающих их воздействующую функцию. Так, М. Боном понимает фигуру речи как свободную и измеримую речевую форму, которая усиливает экспрессивность общего высказывания [Bonhomme 1998: 7]. К. Детри, изучая фигуры речи с позиции прагматики, относит их к «процессам лингвистического присвоения чувствительной вселенной, объясняющим явления интерактивного конструирования значения» [Détrie 2000: 3].

В лингвистических трудах отечественных учёных представлен более «узкий» подход в определении фигур речи, построенный на их разграничении с тропами. Е.В. Ключев предлагает дифференциацию стилистических средств на основании того, что «тропы предполагают вариации значений, фигуры – прежде всего

вариации структур» [Клюев 1999]. По определению О.С. Ахмановой, фигура речи – особое сочетание слов, синтаксическое построение, используемое для усиления выразительности высказывания [Ахманова 1966: 492].

Фигуры речи, как и тропы, используются авторами французских СМИ в качестве средства вербализации оценочного отношения к представителям политической элиты. Как показал анализ корпуса примеров, во французских изданиях представлены такие фигуры речи, как: эпитет (39,1 %), сравнение (22,7 %), лексический повтор (18,6 %), антитеза (7,2 %), градация (6,5 %), игра слов (3,3 %) и оксюморон (2,6 %) (Рисунок 4).

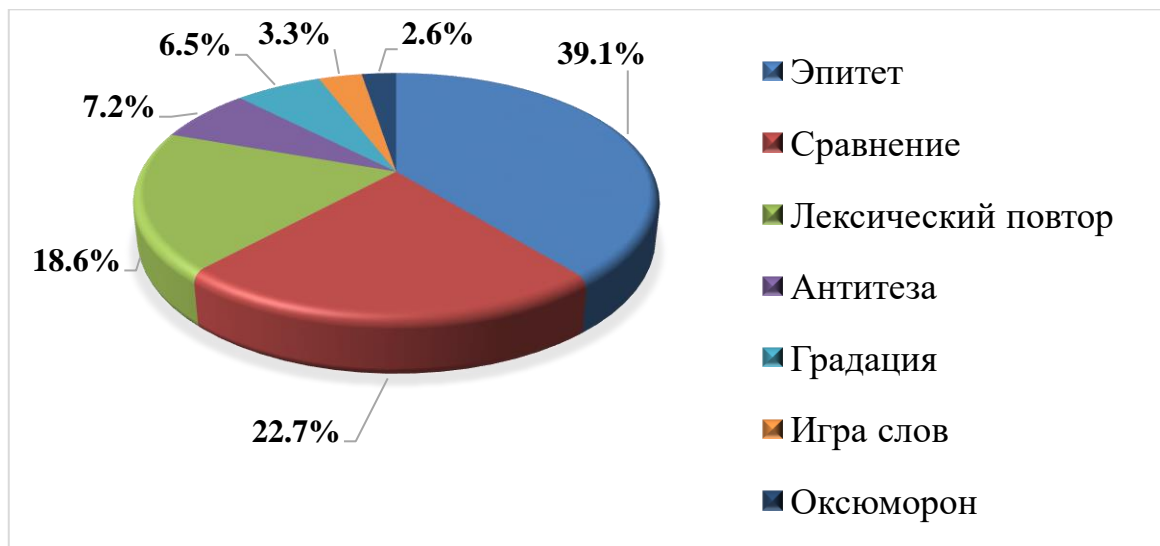


Рисунок 4 – Фигуры речи в оценке политической элиты

Одним из наиболее распространённых способов выражения оценки в современной французской прессе является эпитет (39,1 %). Исследование корпуса примеров показало, что использование эпитетов во французском политическом медиадискурсе в адрес представителей власти способствует обогащению новых оценочных смыслов.

В ходе анализа установлено, что достаточно широко в изученных изданиях представлены эпитеты, созданные с помощью метафорического переосмысления. Использование таких эпитетов в общественной публицистике, с точки зрения Д.З. Шапиевой, «предполагает создание единой картины, способной возникнуть в

сознании читателя в результате синтеза образного и референтного потоков информации» [Шапиева 2014: 25].

В проанализированных изданиях французской прессы выявлены эпитеты, в семантике которых содержится ассоциативный признак огня/пламени. Например:

«*Le flamboyant ministre des affaires étrangères, tout comme le ministre du Brexit, David Davis, <...>, n'avait cessé de défier Theresa May*» [Le Monde № 22859, 2018: 2] / «*Яркий министр иностранных дел, как и любой министр Брексита, Дэвид Дэвис, <...>, не прекращая, противостоял Терезе Мэй*»;

«*...Et Trump continue à tenir ses discours incendiaires, alors même que leurs conséquences tragiques sont désormais évidentes*» [Courrier international № 1461, 2018: 9] / «*...И Трамп продолжает произносить свои зажигательные речи, хотя теперь их трагические последствия очевидны*».

Распространённым способом выражения оценки во французских медиатекстах являются эпитеты, в основе которых лежит образное сравнение политической элиты с участниками боевых действий. Например:

«*Il y a une opposition déterminée et combative*» [Le Figaro № 23003, 2018: 2] / «*Существует решительная и боевая оппозиция*»;

«*Sous l'impulsion de conseillers bellicistes, comme John Bolton, Donald Trump s'est engagé dans un bras de fer risqué avec le régime iranien*» [Courrier international № 1489, 2019: 14] / «*По инициативе воинственных советников, таких как Джон Болтон, Дональд Трамп вступил в рискованное противостояние с иранским режимом*».

Использование метафорических эпитетов такого характера во французских СМИ обусловлено, прежде всего, «милитаризованностью» политического дискурса, важным фактором которого, по словам Е.И. Шейгал, является сущностная агональность его объекта отражения, поскольку суть политики – это борьба за власть [Шейгал 2005: 363].

Во французских медиатекстах широко представлены эпитеты метонимического типа, в которых основанием для оценки служит образное сравнение политика с металлом или камнем. Например:

«*Un Manuel Valls au fond bien impuissant à ébranler le marmoréen François Hollande*» [Marianne № 1026, 2016: 16] / «*Мануэль Вальс по сути совершенно бессилен в том, чтобы пошатнуть мраморного Франсуа Олланда*»;

«*Vladimir Poutine a une discipline de fer dans le développement de son pays*» [Le Figaro № 22963, 2018: 15] / «*У Владимира Путина железная дисциплина в развитии своей страны*».

Анализ показал, что такие эпитеты используются во французской прессе для выражения амбивалентной прагматической оценки государственных деятелей. С одной стороны, они усиливают положительную характеристику политических лидеров с точки зрения их непоколебимости и стойкости в принятии решений, с другой стороны, способствуют отрицательной оценке политиков, акцентируя внимание на их безразличии к развитию событий.

В ходе исследования было выявлено, что наиболее эффективным эпитетом для выражения мелиоративной оценки во французской прессе является эпитет 'grand', обладающий положительной коннотацией 'великий'. Например:

«*Churchill était un grand chef de guerre... et un stratège inquiétant*» [Le Figaro № 22827, 2018: 24] / «*Черчилль был великим полководцем... и тревожным стратегом*»;

«*Nous perdons un grand homme d'État et un grand Européen*» [L'Humanité № 22774, 2019: 9] / «*Мы теряем великого деятеля государства и великого европейца*».

Многочисленное использование данного эпитета авторами политических текстов продиктовано их стремлением подчеркнуть масштаб личности политика, его значимый статус на мировой арене.

Во французском политическом дискурсе выявлены эпитеты, обозначающие принадлежность к известной в литературе или науке личности. Эпитеты ономастического характера используются в политической коммуникации с целью усиления оценочности высказывания, применяемого в адрес современных государственных деятелей, через обращение к ярким представителям определённой области. Например:

«*Gérard Collomb, auquel “l’implication dans la campagne” d’Emmanuel Macron “semble avoir redonné une seconde jeunesse”, est décrit en “personnage moliéresque”...» [Le Monde № 22630, 2017: 7] / «Жерар Коллон, которому “участие Эммануэля Макрона в кампании”, “кажется, дало вторую молодость», описывается как “мольеровский персонаж”...»;*

«*Son rôle dans l’intervention militaire des Nations unies, décisive sur le terrain, fait dire au journal croate qu’il s’agit d’un “tournant copernicien de la politique de la France à l’égard de la guerre en ex-Yougoslavie”» [Courrier international № 1509, 2019: 22] / «Его роль в военном вмешательстве Организации Объединенных Наций, решающей на местах, заставила хорватскую газету заявить, что речь идёт о “коперниканском повороте во французской политике в отношении войны в бывшей Югославии”».*

Отличительной особенностью публикаций современной французской прессы является оценивание президентов Французской Республики с помощью постоянных эпитетов. Одной из закономерностей, выявленных в ходе анализа политических статей из французских изданий «Le Monde» и «Courrier international», стало применение эпитета ‘*jupitérien*’ / ‘юпитерианский’; ‘властный’ в адрес президента Франции Э. Макрона. Например:

«*Il a évoqué une présidence “jupitérienne”, c’est-à-dire placée au-dessus des querelles de partis qui tourmentaient la France depuis si longtemps» [Courrier international № 1450, 2018: 16] / «Он упоминал о “юпитерианском” президентстве, то есть о президентстве, стоящем выше партийных дрязг, которые так долго терзали Францию»;*

«*Plus humble mais pas moins jupitérien» [Le Monde № 22859, 2018: 7] / «Более смиренный, но не менее юпитерианский».*

Постоянный эпитет ‘*jupitérien*’ / ‘юпитерианский’; ‘властный’ используется авторами для выражения отрицательного оценочного отношения к единоличному стилю правления Э. Макрона, что детерминировано отражением леволиберальных взглядов в изданиях «Le Monde» и «Courrier international».

Исследованный материал показал, что при оценивании деятельности Н. Саркози как экс-президента Франции в издании «Marianne» применяется эпитет *'bling-bling'* / 'гламурный'; 'броский'. Например:

«En se comportant comme un président bling-bling, en recevant les journalistes en tenue de jogging ou en lançant le célèbre “Casse-toi, pauvre con”» [Marianne № 1020, 2016: 25] / «Вести себя как гламурный президент, встречая журналистов в спортивной экипировке, или бросая знаменитое “Отвали, идиот несчастный”»;

«Le premier, “l’enfant barbare” décrit par François Bayrou, s’est enferré dans une présidence bling-bling» [Marianne № 1038, 2017: 13] / «Первый, “ребёнок-варвар”, описанный Франсуа Байру, застрял в гламурном президентстве».

Постоянный эпитет *'bling-bling'* / 'гламурный'; 'броский' служит для выражения пейоративной оценки, поскольку, как известно, Н. Саркози относится к политикам правоцентристского направления, в то время как публикации издания «Marianne» отражают взгляды левых.

Использование одних и тех же эпитетов при характеристике президентства определённых политиков продиктовано клишированностью медиадискурса. Клише и штампы, по мнению О.В. Эпштейн, вызывают в сознании слушателей существующие стереотипы, делают информацию сжатой и более доступной для понимания [Эпштейн 2008: 153].

Широкое распространение при оценке политической элиты в проанализированных французских СМИ получило сравнение (22,7 %). Специфика этой фигуры речи заключается в том, что оценка представителей власти осуществляется исключительно на основе явного сопоставления объектов, имеющих какие-либо общие черты. Так, оценочная позиция французских СМИ выражается благодаря сравнению политиков со всемирно известными историческими личностями, упоминания о которых вызывают ассоциации, прочно закрепившиеся в сознании. Например:

«Il a des ambitions comme Napoléon» [Le Monde № 22949, 2018: 2] / «У него амбиции, как у Наполеона»;

«...*Toute allusion à ce conflit majeur pour commenter la situation actuelle devrait être évitée aussi soigneusement que d'autres types de déclarations incendiaires, comme celles qui comparent Trump à Hitler*» [Courrier international № 1510, 2019: 36] / «...*чтобы прокомментировать текущую ситуацию, следует избегать любых намёков на этот крупный конфликт, так же тщательно, как и других типов подстрекательских заявлений, таких как сравнение Трампа с Гитлером*».

Исследование показало, что данные сравнения, используемые во французских медиатекстах с целью выражения положительного или отрицательного оценочного отношения к политической элите, отражают стереотипные представления мирового языкового сообщества. О.И. Калинин отмечает, что средства массовой информации играют ключевую роль в создании политических мифов и лингвокультурных стереотипов [Калинин 2017: 32].

В ходе анализа выявлено широкое использование сравнений, направленных на оценку правителей Франции с их предшественниками. Для исследованных изданий характерно употребление таких сравнений с целью интеллектуальной оценки политических лидеров современности. Например:

«*A-t-on eu un président de la République plus intelligent que François Hollande depuis le général de Gaulle?*» [Marianne № 1026, 2016: 15] / «*Был ли у нас президент республики умнее Франсуа Олланда со времён генерала де Голля?*»;

«*Macron est plus malin que Sarkozy, observe un ancien conseiller de ce dernier*» [Le Monde № 22758, 2018: 8] / «*“Макрон хитрее Саркози”, – замечает бывший советник последнего*».

Сравнения как средства выражения интеллектуальной оценки используются авторами французских медиатекстов с целью повышения или снижения авторитета политика в глазах читательской аудитории.

Как показал анализ примеров, сравнения действующих правителей с их предшественниками направлены на оценку такого качества, как популярность в народе, которая, по словам Р. Хитцлера, является основным способом получения власти [Hitzler 2014: 14]. Например:

«M. Ag-Didi est moins connu que son prédécesseur...» [Le Monde № 22949, 2018: 24] / «Г-н. Аг-Диди менее известен, чем его предшественник...»;

«Macron est selon certains sondages déjà moins populaire que François Hollande, son prédécesseur haï» [Courrier international № 1459, 2018: 37] / «Согласно некоторым опросам, Макрон уже менее популярен, чем Франсуа Олланд, его ненавистный предшественник».

Сравнения такого рода представлены во французских СМИ для выражения телеологической оценки деятельности политических лидеров, поскольку уровень популярности политика в обществе является одним из определяющих факторов при оценке его эффективности.

В ходе анализа оценочных средств выявлены сравнения, в структуре которых содержатся названия профессий. Авторы современных французских медиатекстов используют сравнения такого рода для выражения прагматической оценки представителей власти. Например:

«Comme un vieil acteur ne parvenant pas à quitter la scène, le fondateur du FN aurait risqué la provoc de trop» [Le Figaro № 22875, 2018: 4] / «Как старый актёр, неспособный покинуть сцену, основатель НФ мог бы отважиться на лишнюю провокацию»;

«La campagne d'affichage visant à dénigrer tant le milliardaire George Soros que le président de la Commission européenne, Jean-Claude Juncker, présentés comme les sinistres architectes d'une immigration débridée» [Courrier international № 1480, 2019: 25] / «Кампания плакатов, направленная на очернение миллиардера Джорджа Сороса и президента Европейской комиссии Жан-Клода Юнкера, представляет их как злосчастных архитекторов необузданной иммиграции».

Кроме того, сравнения с представителями определённых профессий употребляются во французских изданиях в качестве средства выражения эстетической оценки в адрес политической элиты. Например:

«Il parlait comme les poinçonneurs poinçonnent» [Marianne № 1177, 2019: 7] / «Он говорил как компостирующий билетный компостер»;

«Contrairement aux autres, Dominic Cummings est en tee-shirt et en jean et il ressemble plus à un cameraman ou à un journaliste infiltré qu'au conseiller spécial de Boris Johnson et à l'un des hommes les plus puissants du pays» [Courrier international № 1505, 2019: 16] / «В отличие от других, Доминик Каммингс, в футболке и джинсах, больше похож на оператора или журналиста под прикрытием, чем на специального советника Бориса Джонсона и одного из самых влиятельных людей в стране».

Такая фигура речи, как сравнение, служит эффективным средством выражения общей сравнительной оценки в характеристике политической элиты. Как показал анализ, сравнения, аккумулирующие национально-культурные стереотипы французского народа, усиливают мелиоративность или пейоративность создаваемого в издании медийного портрета политика. Поскольку основной задачей политического дискурса, по мнению учёных, является создание условий для становления определённой формы власти [Шейгал 2000: Dorna, Georget 2007], выбор в пользу мелиоративной или пейоративной оценки напрямую зависит от идеологической направленности издания и партийной принадлежности характеризуемых политиков.

Эффективным приёмом, который используется во французской прессе для усиления оценочного высказывания, является лексический повтор (18,6 %). Д.З. Шапиева подчёркивает, что его использование в политическом дискурсе направлено на формирование у реципиента определённой политической картины мира, связанной с продуманной стратегией идеологического манипулирования со стороны СМИ [Шапиева 2014: 35]. В ходе исследования установлено, что с этой целью во французском медиадискурсе широко представлены лексические повторы различных типов.

Распространённым средством усиления оценки во французских изданиях является анафора. Как отмечает А. Дорна, использование повторов в начале предложений в медиадискурсе «будит» аудиторию, делая ее более активной и внимательной к остальной части сообщения [Dorna 1995: 138]. Предвосхищая очередной информационный блок, анафора акцентирует внимание на следующих

друг за другом конструкциях, с помощью которых формируется оценка политической элиты. Например:

«Discours surréaliste. Pas un mot pour expliquer comment il entendait freiner l'ascension du dollar. Pas un mot sur les entreprises en faillite qui doivent rembourser des dettes qu'elles ont contractées en dollars. Pas un mot sur les fluctuations des prix, sur le nombre grandissant de chômeurs» [Courrier international № 1450, 2018: 8] / «Сюрреалистическая речь. Ни слова, чтобы объяснить, как он намеревался остановить рост доллара. Ни слова о компаниях-банкротах, которые должны выплачивать долги в долларах. Ни слова о колебаниях цен, о росте безработных»;

«Un maître en sagesse. Un maître en courage. Un maître dans l'action» [Le Figaro Hommage, 2019: 66] / «Мастер мудрости. Мастер отваги. Мастер в действии».

Нагнетание оценочных средств, по определению И.Н. Пьянзиной, служит цели конденсирования и усиления оценочного смысла [Пьянзина 2000: 13]. Так, интенсификации оценки, актуализируемой в адрес политиков во французских публикациях, способствует использование эпитеты. Например:

«On peut dire qu'il était un candidat inhabituel, dans une campagne inhabituelle» [Le Monde № 22612, 2017: 2] / «Можно сказать, что он был необычным кандидатом в необычной кампании»;

«C'était un homme d'une grande culture, d'une grande intelligence» [Le Figaro Hommage, 2019: 84] / «Он был человеком большой культуры, большого интеллекта».

С целью логического выделения наиболее важных деталей, имеющих значение для оценки деятельности представителей правящей элиты, во французских медиатекстах представлен полисиндетон. Например:

«Sans argent, sans temps d'antenne, sans grands parti politique derrière lui, l'ancien capitaine d'artillerie à l'humour parfois douteux a attaqué à front renversé une gauche libérale sur le plan des mœurs» [Le Figaro № 23083, 2018: 16] / «Без денег, без эфирного времени, без большой политической партии за спиной бывший капитан артиллерии с сомнительным чувством юмора атаковал в лоб, свергнув либеральных левых с точки зрения морали»;

«Du jour où Trump a assumé la présidence, il l'a avilie – par des déclarations que jamais un président ne devrait prononcer; par ses mensonges incessants; par son comportement puéril; par son incapacité à diriger; par l'avidité de son ego insatiable; et par des relations avec l'étranger qui compromettent les valeurs, l'indépendance et les intérêts de l'Amérique» [Courrier international № 1509, 2019: 14] / «С того дня, как Трамп стал президентом, он обесценил этот статус – заявлениями, которые президенту никогда не следовало бы говорить; своей непрекращающейся ложью; своим детским поведением; своей неспособностью руководить; алчностью своего ненасытного эго; и отношениями с другими странами, которые ставят под угрозу ценности, независимость и интересы Америки».

Менее распространённым средством выражения оценки в характеристике политической элиты во французском медиадискурсе служит градация (6,5 %). Оценивая представителя власти, авторы медиатекстов употребляют данный приём, чтобы подчеркнуть значение конкретных событий и фактов для его карьеры. При этом французские издания по-разному презентуют информацию о событиях, происходивших в жизни одного и того же политика. В качестве примера рассмотрим градации, представленные в публикациях о Ж. Шираке:

«Ministre sans interruption de 1967 à 1974, deux fois premier ministre, de 1974 à 1976, puis de 1986 à 1988, président de la République pendant douze ans, un septennat et un quinquennat, il a participé à plus d'un millier de Conseils des ministres» [Le Figaro Hommage, 2019: 7] / «Министр без перерыва с 1967 по 1974 г., дважды премьер-министр, с 1974 по 1976 г., затем с 1986 по 1988 г., президент Республики на двенадцать лет, один семилетний срок и один пятилетний срок, он участвовал в более чем тысяче Советов министров»;

«...il s'imposa d'abord grâce à une trahison. Devint chef de la droite par suite d'une trahison, se fit élire président malgré une trahison en fut quasiment évacué à cause d'une trahison» [Marianne № 1177, 2019: 8] / «...в начале он самоутвердился благодаря предательству. Стал лидером правых в результате предательства, был избран президентом, несмотря на предательство, был практически изгнан из-за предательства».

Как показал анализ, в статье издания «Le Figaro», выражающем умеренно-правые взгляды, градация усиливает мелиоративную оценку экс-президента Франции, в то время как в левоконсервативном издании «Marianne» она направлена на конструирование пейоративной оценки в его адрес. Таким образом подтверждается зависимость знака оценки в характеристике политической элиты от идеологической направленности издания.

С другой стороны, градации используются в современной французской прессе в качестве средства выражения прагматической оценки деятельности представителей власти в сфере внутренней и внешней политики. Например:

«Elle est devenue la ministre indispensable de l'administration Trump <...>, et pas une semaine ne passe sans que des rumeurs l'annoncent comme remplaçante du secrétaire d'Etat, Rex Tillerson, ce qu'elle dément, ou même candidate à la présidentielle en 2020» [Le Monde № 22612, 2017: 15] / *«Она стала незаменимым министром администрации Трампа <...>, и не проходит и недели, чтобы не ходило слухов о её назначении вместо госсекретаря Рекса Тиллерсона, что она отрицает, или даже её участия в качестве кандидата на президентских выборах в 2020 г.»;*

«Macron a recommencé à faire du Macron, à défendre avec force et verve lyrique sa vision de l'Europe, à marteler combien il est important d'être européiste aujourd'hui, de préserver ce sanctuaire fragile qui, depuis la Seconde Guerre mondiale, nous assure la paix, la liberté et la prospérité» [Courrier international № 1481, 2019: 31] / *«Макрон снова начал создавать Макрона, чтобы с силой и лирическим воодушевлением отстаивать свое видение Европы, чтобы доказать, насколько важно быть европейцем сегодня, чтобы сохранить эту хрупкую святыню, которая со времен Второй мировой войны обеспечивает нам мир, свободу и процветание».*

Неотъемлемой частью французского политического дискурса в оценке представителей власти являются стилистические фигуры, основанные на эффекте «обманутого ожидания»: антитеза, игра слов, оксюморон, общность которых, по словам И.Н. Пьянзиной, заключается в реализации игровой функции, функции создания комического эффекта [Пьянзина 2000: 14].

В ходе анализа оценочных средств выявлена антитеза (7,2 %), сфера применения которой в рассмотренных публикациях довольно обширна. С одной стороны, она используется для отражения двойственности личности политика, сочетающей в себе противоречащие качества. Например:

«A quelque 2 500 kilomètres de là, jovial et débonnaire, chevelure et barbe blanches lui donnant les airs d'un gentil personnage de conte de Noël, Ihor Kolomoïsky, 56 ans, “pirate” des milieux d'affaires ukrainiens, rit de bon cœur» [Le Monde № 23279, 2019: 3] / «За какие-то 2500 км отсюда, веселый и добродушный, с седыми волосами и бородой, придающими ему вид милого персонажа из рождественской сказки, 56-летний Игорь Коломойский, “пират” украинских деловых кругов, смеётся от чистого сердца»;

«L'homme se vante d'un management à l'horizontale, comme dans les start-up qu'il affectionne, mais dirige en réalité de manière verticale» [Le Monde № 22495, 2017: 6] / «Мужчина хвалится горизонтальным менеджментом, как в стартапах, которые он любит, но в реальности руководит по вертикальной схеме».

В приведённых примерах антитезы применяются авторами публикаций, во-первых, чтобы подчеркнуть гибкость государственного деятеля при ведении внешней политики, во-вторых, чтобы указать на несоответствие его поступков обещаниям при решении проблем внутри страны.

С другой стороны, антитеза представлена во французской прессе с целью оценивания государственных деятелей, основываясь на их противопоставлении друг другу. Используемые во французских периодических изданиях противопоставления, подразумевающие конфронтацию «положительного» и «отрицательного», служат для усиления оценочных значений при характеристике политической элиты. Например:

«Mais là s'arrête la comparaison, car Poutine est aussi calculateur, secret et contrôlé que Trump est bateleur et explosif» [Le Figaro № 22993, 2018: 14] / «Но на этом сравнение заканчивается, поскольку Путин – расчётливый, скрытный и сдержанный, в то время как Трамп балаганный и взрывной»;

«*Le problème étant que la chancelière est sur le départ, alors que Macron a l'intention de rester*» [Courrier international № 1481, 2019: 29] / «*Проблема в том, что канцлер собирается уйти, в то время как Макрон намерен остаться*».

Своей спецификой в оценке политической элиты во французской прессе обладает игра слов, составляющая 3,3 % от общего числа проанализированных фигур речи. Интерпретация её смысловой двуплановости, которая, как отмечает И.Н. Качалова, требует от читателя лингвокреативного мышления и определённого уровня фоновых знаний [Качалова 2010: 8] усложняет процесс декодирования имплицитной оценки политика.

Для французских политических статей рассматриваемого периода характерно использование игры слов, построенной на звуковом повторе. В ходе анализа установлено, что такие фигуры речи направлены на реализацию саркастической оценки в адрес политических лидеров, проявивших себя не с лучшей стороны. Например:

«*Mutti. Chancelière qui a chancelé*» [Le Figaro № 22880, 2018: 36] / «*Мутти. Канцлер, который покачнулся*»;

«*Emmanuel Macron est un président jeune, il n'est pas du tout le président des jeunes*» [Le Figaro № 22889, 2018: 3] / «*Эммануэль Макрон – молодой президент, но вовсе не президент молодых*».

Одной из закономерностей, установленных в ходе анализа актуализируемых во французских СМИ оценочных средств, является широкое употребление игры слов в издании «Marianne». Например:

«*Le verdict est sans appel: on a trouvé Sarkozy trop fou et Juppé trop flou*» [Marianne № 1026, 2016: 6] / «*Безапелляционный вердикт: мы нашли Саркози слишком безумным, а Жюппе – слишком мутным*»;

«*Les français ne veulent pas d'un nouveau match entre le sortant et le sorti*» [Marianne № 1020, 2016: 7] / «*Французы не хотят нового матча между выбывающим и выбывшим*».

Распространение данного стилистического приёма в этом издании детерминировано, во-первых, отражением в нём наиболее острых социально-

политических проблем, во-вторых, его поддержкой оппозиционных партий, в то время как игра слов направлена на смягчение резкости отрицательных оценок.

В проанализированных нами французских изданиях зарегистрированы случаи употребления оксюморона (2,6 % от общего числа фигур речи), который усиливает оценочный компонент высказывания благодаря неожиданности соединений несовместимых по смыслу элементов. Контрастность значений, положенная в основу оксюморона при оценке политической элиты, способствует успешной реализации информационно-воздействующей функции, как одной из основных функций политического медийного дискурса [Шейгал 2000; Dorna 2007].

Во французской прессе оксюмороны широко представлены при характеристике нестабильных взаимоотношений представителей власти, обусловленных государственными реформами и международными конфликтами. Например:

«*Macron-Trump, des amis sans affinités*» [Le Monde № 22792, 2018: 2] / «*Макрон-Трам, друзья без общих интересов*»;

«*En juillet, elle avait enfin rendu publiques les propositions britanniques pour l'après-Brexit, survécu de justesse à plusieurs assauts parlementaires et s'était débarrassée de son meilleur ennemi, Boris Johnson*» [Le Monde № 22913, 2018: 2] / «*В июле она, наконец, обнародовала предложения Британии после Брексита, едва пережила несколько парламентских атак и избавилась от своего лучшего врага, Бориса Джонсона*».

Контрастная сочетаемость понятий делает из оксюморона наиболее парадоксальное средство актуализации оценки, используемое в адрес влиятельных иностранных политиков. Наличие в семантике его компонентов смысловых элементов положительной и отрицательной оценки одновременно способствует выражению двусмысленного отношения к политику в СМИ. Например:

«*Justin Trudeau. L'“idiot utile” de l'islamisme?*» [Marianne № 1016, 2016: 42] / «*Джастин Трюдо. “Полезный идиот” исламизма?»*»;

«*Steve Bannon, le mauvais génie de Trump*» [Le Monde № 22511, 2017:19] / «*Стив Бэннон, злой гений Трампа*».

Анализ показал, что неоднозначная телеологическая оценка зарубежных государственных деятелей с помощью оксюморона свидетельствует о реализуемой во французских СМИ базовой дихотомии политического дискурса «свои-чужие».

Итак, результаты проведённого анализа указывают на то, что использование фигур речи во французских изданиях рассматриваемого периода связано с актуализацией историко-культурных ценностных ориентаций французского общества. В ходе анализа установлено, что фигуры речи направлены на выражение разноплановых оценок в адрес политиков, среди которых выделяются: прагматическая, интеллектуальная, телеологическая и эстетическая оценки. Добиться смягчения отрицательного смысла в оценке представителей власти на фоне социальных проблем, отражённых во французской прессе, позволяет обращение авторов медиатекстов к фигурам речи, построенным на эффекте «обманутого ожидания», таким как антитеза, игра слов, оксюморон. Исследование корпуса примеров показало, что превалирование тех или иных фигур речи в оценке политической элиты обусловлено, во-первых, функциями и характеристиками политического дискурса, опосредованного СМИ, во-вторых, спецификой конкретного печатного издания.

3.4. Аллюзия как национально-культурный имплицитив оценки в политическом дискурсе

Как показал анализ фактического материала, во французском политическом медиадискурсе широко используются языковые средства, имплицитно транслирующие идеологически значимые оценочные смыслы. К числу механизмов, обеспечивающих актуализацию имплицитной оценки во французских средствах массовой информации и одновременно формирующих определённое отношение к политической элите, относится аллюзия.

Во французском лингвистическом словаре она трактуется как риторическая фигура, с помощью которой автор упоминает человека или известную вещь, не называя её [Dubois et al. 2002: 26]. В отечественном словаре лингвистических терминов под аллюзией понимается стилистическая фигура, выражение, намёк с помощью похожего по звучанию слова или упоминания о широко известном факте [Жеребило 2010: 28].

В большинстве исследований данный стилистический приём не принято относить к тропам или фигурам речи. Как правило, аллюзию рассматривают как особый способ текстообразования, содержащий намёк на литературное произведение, историческое событие, факт, который считается общеизвестным [Скребнев 2003; Белоножко 2013]. Являясь средством реализации интертекстуальности в политическом дискурсе, она выступает связующим звеном между медиатекстом политического содержания и прецедентными текстами.

Прецедентные тексты, интенционально направленные на передачу значимой информации, должны быть идентифицированы читательской аудиторией. По словам Ю.Н. Лотмана, в специфическом построении «текст в тексте» закодированность разных частей текста делается выявленным фактором авторского построения и читательского восприятия [Лотман 2000: 66]. Рассматривая аллюзию как игровой приём, с помощью которого можно донести свою мысль посредством иносказаний, Н. Пьеге-Гро подчёркивает, что эта игра требует пронизательности от адресата текста [Пьеге-Гро 2008: 145]. М.Р. Желтухина отмечает, что реализуемый «взрыв линейности» текста заключается «в попытке адресата найти источник семантического преобразования «выбивающегося из правил» языкового выражения не в системе языка, а в сфере «индивидуально сотворённого смысла» в форме претекста» [Желтухина 2004: 32].

Анализ исследованного материала показал, что к числу источников аллюзий, представленных в современной французской прессе с целью оценки представителей власти, относятся общественно-политические события (41,3 %), исторические факты (12 %), произведения искусства (21,4 %), мифологические (12 %) и библейские сюжеты (5 %), произведения фольклора (8,3 %).

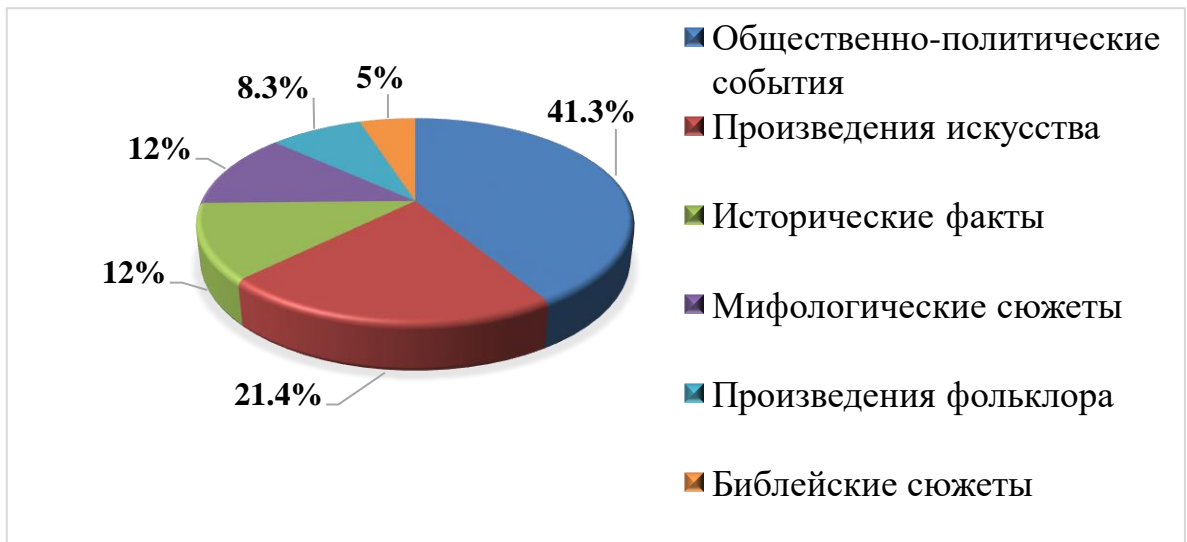


Рисунок 5 – Источники аллюзий в оценке политической элиты

Как показано на Рисунке 5, наиболее распространённым источником аллюзии (41,3 % от общего числа отобранных примеров) при оценке политика во французском медиадискурсе выступают события из общественно-политической жизни Франции и других государств. Специфика таких аллюзий заключается в том, что они основываются на упоминании явлений и фактов, играющих немаловажную роль как для карьеры отдельного политического деятеля, так и для мирового сообщества в целом.

Широкое распространение во французских изданиях получили аллюзии, источником которых послужили президентские выборы, проходившие во Франции в 2017 г. Отсылка к выборам, победителем в которых стал лидер социал-либеральной политической партии Э. Макрон, имплицитно соотносит обещания, ставших частью его программы, с решениями, принятыми в период президентства. Аллюзии такого характера выступают одним из элементов конструирования прагматической оценки в медиапортрете этого политика. Например:

«S'il avait aujourd'hui une nouvelle élection présidentielle, Hollande ne l'emporterait-il pas? Plus on connaît Emmanuel Macron, plus Hollande nous est sympathique...» [Marianne № 1070, 2017: 52] / *«Если бы сегодня проходили новые*

президентские выборы, не одержал бы победу Олланд? Чем больше мы узнаем Эммануэля Макрона, тем больше нам симпатичен Олланд...».

«Le parlementaire accuse ainsi Emmanuel Macron, élu président par un “concourse de circonstances”, de vouloir choisir son opposition en hissant les “extrêmes”» [Le Figaro № 22891, 2018: 3] / «Парламентарий обвиняет Эммануэля Макрона, избранного президентом по “стечению обстоятельств”, в желании выделить свою оппозицию, впадая в “крайности”».

Во французских публикациях находят своё отражение аллюзии, представляющие собой отсылку к исполнению полномочий главы государства разными политическими лидерами. Например:

«Cette perspective suscite chez certains la crainte d’un retour aux dérives du règne impitoyable de Mao Tsé-toung» [Le Figaro № 22880, 2018: 6] / «Эта перспектива вызывает у некоторых опасение возврата к безжалостному правлению Мао Цзэдуна»;

«Les derniers fiascos en date sont ceux de Nicolas Sarkozy et de François Hollande. La vie est courte, la présidence aussi...» [Courrier international № 1481, 2019: 29] / «Последние фиаско по состоянию на сегодняшний день – провалы Николя Саркози и Франсуа Олланда. Жизнь коротка, президентство тоже...».

Анализ показал, что такие аллюзии используются для выражения телеологической оценки современного политического лидера через имплицитное сопоставление с его предшественниками, что способствует повышению или снижению его рейтинга.

Для современной французской прессы характерно употребление аллюзий на немаловажные события из жизни политиков, ставшие частью их политической биографии и послужившие основанием для выражения отрицательного или положительного оценочного отношения. Например:

«Peu loquace avec la presse à Versailles, Vladimir Poutine a déclaré au Figaro: “Au XIe siècle, Anne de Russie, la fille cadette d’un des grands-princes russes, Iaroslav le Sage, devient reine de France en épousant Henri 1er. Son fils Philippe 1er fonde les deux dynasties européennes: les Bourbons et les Valois”. Un bel exemple d’annexion

anachronique d'Anne de Kiev, qui n'était pas plus russe que Jules César n'était français. Reste à espérer que Poutine ne va pas en profiter pour revendiquer le trône d'Espagne!» [Marianne № 1056, 2017: 29] / «*Не слишком разговорчивый с прессой в Версале, Владимир Путин следующим образом ответил изданию “Le Figaro”:* “*В XI веке Анна Русская, младшая дочь одного из русских великих князей, Ярослава Мудрого, становится королевой Франции, выйдя замуж за Генриха I. Её сын Филипп I основывает две европейские династии: Бурбонов и Валуа”.* Прекрасный пример анахронической аннексии Анны Киевской, которая была русской не больше, чем Юлий Цезарь французом. Остается надеяться, что Путин не воспользуется возможностью претендовать на трон Испании!» (аллюзия на присоединение полуострова Крым к России);

«Nombre de diplomates américains craignent d'ailleurs que l'ancien espion du KGB piège l'ex-vedette de télé-réalité à l'ego démesuré» [Le Figaro № 22993, 2018: 14] / «*Многие американские дипломаты также обеспокоены тем, что бывший шпион КГБ поймает в ловушку бывшую звезду реалити-шоу с чрезмерным эго» (аллюзия на то, кем были В.В. Путин и Д. Трамп до того, как стать главами государств);*

«L'homme du non à la guerre en Irak» [Le Figaro № 23364, 2019: 13] / «*Человек, сказавший “нет” войне в Ираке*» (аллюзия на выступление Ж. Ширака против войны в Ираке).

Исследованный материал показал, что использование отсылок к биографическим сведениям играет существенную роль в оценке политика как медийной личности, внося дополнительные оттенки в общую характеристику. При этом негативные факты из биографий иностранных политических лидеров служат фоном, на котором подчёркиваются достоинства французских политиков.

Анализ показал, что 21,4 % среди рассмотренных единиц занимают аллюзии на произведения искусства, известные широкой аудитории. К числу источников данной группы относятся литературные произведения (6,7 %) и художественные фильмы (14,7 %).

Аллюзии на произведения искусства большей частью представлены во французском политическом медиадискурсе прецедентными именами и

названиями. Основанные на сравнении политиков с персонажами произведений разных жанров, данные аллюзии используются авторами медиатекстов с целью выражения разноплановой завуалированной оценки к известным политическим лидерам. Например:

«Quelle bêtise de s'imaginer que le Congrès républicain aurait la possibilité, ou même l'envie, de mettre sous contrôle ce Joker de Batman...» [Marianne № 1056, 2017: 25] / *«Как глупо вообразить, что республиканский Конгресс будет иметь возможность или даже склонность взять под контроль этого Джокера из Бэтмена»* (аллюзия на отрицательного персонажа Джокера из комиксов «DC»);

«Churchill est un personnage singulier – et même unique – qui n'a rien de commun avec Hamlet» [Le Figaro № 22827, 2018: 24] / *«Черчилль – особенный, и даже уникальный, персонаж, не имеющий ничего общего с Гамлетом»* (аллюзия на главного персонажа из одноимённой пьесы Шекспира);

«Si l'arrive de Volodymyr Zelensky à bord d'une simple Renault Espace a suscité les moqueries des journalistes des chaînes d'information russes, les internautes, eux, s'irritaient du faste déployé par son homologue russe, qui transporte par avion sa limousine... Tout le monde sait que Holoborodko, lui, serait arrivé à bicyclette» [Le Monde № 23324, 2020: 4] / *«Если приезд Владимира Зеленского на простом “Renault Espace” вызвал насмешки журналистов российских новостных каналов, то интернет-пользователи были раздражены помпезностью его российского коллеги, который перевозит свой лимузин на самолете... Всем известно, что Голобородько приехал бы на велосипеде»* (аллюзия на украинский телесериал «Слуга народа», главную роль в котором исполнил В. Зеленский).

В современных французских СМИ выявлены примеры, в которых автор задействует для оценивания более одного прецедентного имени, тем самым усиливая зашифровку оценочной информации и в определённой степени усложняя задачу читателя в составлении самостоятельного вывода. Например:

«Il n'y a qu'un hic: Astérix n'est pas chef. C'est un type pépère nommé Abraracourcix qui gouverne le village. Et il incarne exactement les personnalités qui ont dirigé la France au cours des décennies précédentes. Mitterand, Chirac et Hollande

demandaient à leurs Français d'accepter juste assez pour que rien ne change fondamentalement» [Courrier international № 1459, 2018: 36] / «Есть только одна загвоздка: Астерикс не вождь. Деревней управляет приятный тип по имени Абраракурсикс. И в нём воплощены именно те личности, которые управляли Францией в предыдущие десятилетия. Миттеран, Ширак и Олланд попросили своих французов принять ровно столько, чтобы существенно ничего не поменялось» (аллюзия на серию комиксов «Приключения Астерикса»).

Исследование показало, что в выпусках изданий «Le Monde» и «Le Figaro» рассматриваемого периода среди оценочных средств, характеризующих политическую элиту, выделяются отсылки к эпизодам из произведений национальной литературы и фильмов. Например:

«Comme le Sapeur Camembert qui bouche un trou en en creusant un autre, <...>, il a revêtu de verdure la énième punition des automobilistes afin d'accréditer l'idée qu'en augmentant le prix des carburants on allait sauver le monde» [Le Figaro № 23115, 2018: 19] / «Как Сапер Камамбер, который затыкает яму, выкапывая другую, <...>, он поддержал очередное наказание для автомобилистов, чтобы распространить идею о спасении мира посредством повышения цен на топливо» (аллюзия на серию комиксов о сапёре Камамбере);

«Il est devenu le "cavalier noir" du nouveau chef d'Etat, Volodymyr Zelensky» [Le Monde № 23279, 2019: 3] / «Он стал "черным всадником" нового главы государства Владимира Зеленского» (аллюзия на фильм «Чёрный всадник»).

Апеллирование авторитетных французских СМИ к произведениям отечественных авторов обусловлено стремлением публицистов имплицитно выразить отрицательное оценочное отношение к влиятельным государственным деятелям, актуализируя при этом информацию о культурном наследии.

Анализ фактического материала показал, что в 50 % случаев авторы политических статей прибегают к незначительным лексико-грамматическим трансформациям названий художественных произведений. С точки зрения Н. Пьеге-Гро, автор «пародии», предполагая, что она будет идентифицирована читателем, рассчитывает на поддержание постоянного напряжения между

ощущением тождества двух текстов и одновременным осознанием различий между ними [Пьеге-Гро 2008: 145]. В ходе исследования установлено, что использование в качестве аллюзий видоизменённых названий популярных фильмов и сериалов повышает выразительность передаваемого ими оценочного значения. Например:

«*M. Macron décidera-t-il de sauver le soldat Valls?*» [Le Monde № 22495, 2017: 7] / «*Решится ли господин Макрон спасти рядового Вальса?*» (трансформация названия американской военной драмы «Спасти рядового Райана»).

В корпусе примеров, отобранных из выпусков современных французских изданий, выявлены аллюзии, подчёркивающие роль женщин-политиков на международной арене. Ассоциации представителей власти с героями художественных произведений подразумевают выражение телеологической оценки. Например:

«*Au sommet de l'Aipac elle avait assuré au mois de mars, dans un langage imagé, qu'il y avait "un nouveau shérif en ville"*» [Le Monde № 22612, 2017: 15] / «*На саммите АИКОС, в марте, она красноречиво уверяла, что появился "новый шериф в городе"*» (аллюзия на комикс «Новый шериф в городе»);

«*Le temps de la dévotion planétaire pour la "Lady" paraît désormais très lointain*» [Le Monde № 22913, 2018: 13] / «*Время планетарной привязанности отныне кажется очень далеким для "Леди"*» (аллюзия на фильм «Леди»).

В ходе исследования фактического материала установлено, что аллюзии на литературные произведения и фильмы используются во французских СМИ преимущественно с целью выражения имплицитной саркастической оценки в адрес представителей власти. К. Льева уточняет, что произведения искусства актуализируют свой иронический смысл в виде аллюзий только в случае их попадания в определённый контекст [Lievais 2017: 129]. Для того, чтобы распознать завуалированную иронию автора, читатель должен обладать достаточными знаниями в области литературы и кинематографа.

В отличие от первой проанализированной группы, аллюзии на исторические факты (12 %) связаны с более отдалёнными событиями, ставшими индикатором определённой исторической эпохи. Как отмечает С.В. Шарафутдинова, в

медийном дискурсе этот тип аллюзии выполняет двойную задачу: с одной стороны, благодаря ей происходит перенос каких-либо качеств исторического явления на современные реалии, с другой стороны, повышается значимость описываемого события, происходящего в настоящее время [Шарафутдинова 2010: 16].

Анализ показал, что аллюзии, содержащие импликацию исторических параллелей, являются распространённым способом оценки политической элиты во французских медиатекстах, посвящённых вопросам внутренней и внешней политики. Например:

«Tous ceux qui étaient prêts à confier la présidence à un homme qui sans l'ombre d'un doute était aussi taillé pour la fonction que le cheval de Caligula pour devenir Consul de Rome. Ce fut un spectacle sordide, aussi hilarant que terrifiant» [Courrier international № 1354, 2016: 10] / *«Любой из тех, кто был готов доверить пост президента человеку, который без тени сомнения был столь же подходящим для этой должности, как конь Калигулы, чтобы стать консулом Рима. Это было отвратительное зрелище, столь же веселое и устрашающее»;*

«Pour François Bayrou, les annonces d'Emmanuel Macron constituent "une révolution". Donc c'est au peuple qu'on va couper la tête?» [Marianne № 1155, 2019: 40] / *«Для Франсуа Байру заявления Эммануэля Макрона представляют собой "революцию". Так что, собираются рубить людям головы?».*

Для оценки представителей власти с точки зрения их роли в международной политике во французских изданиях содержатся отсылки к событиям, участниками которых стали реальные личности, зафиксированные в мировой истории. Анализ показал, что в современном медиадискурсе исторические аллюзии зачастую представлены в форме прецедентных имён, акцентирующих внимание на отдельных особенностях, которые являются общими для современных политиков и исторических личностей при оценке их статуса. Например:

«Theresa May, c'est le retour de la Dame de fer, la pauvreté assurée» [Le Monde № 22512, 2017: 3] / *«Тереза Мэй, это возвращение Железной леди, нищета обеспечена»;*

«Le “Roi Soleil” Macron reçoit la finance mondiale à Versailles» [Courrier international № 1421, 2018: 34] / «“Король-солнце” Макрон получает мировые финансы в Версале».

«En réalité, le cardinal Richelieu de Zelensky, c’est Bohdan plus que Kolomoïsky» [Le Monde № 23279, 2019: 3] / «На самом деле кардинал Ришелье Зеленского – это скорее Богдан, чем Коломойский».

Наряду с этим, во французской прессе широко распространены аллюзии, оценка которых построена на ассоциации представителей правящей элиты с древнеримскими государственными деятелями. Так, с целью положительной оценки одного из могущественных политиков XX в. У. Черчилля во французской прессе в его адрес используется номинация “*un Cicéron moderne*” / “*современный Цицерон*” подразумевающая сравнение британского лидера с великим политическим деятелем и философом Древнего Рима Цицероном, в основу которого легло мастерское владение ораторским искусством. В то же время представленная во французских СМИ номинация президента Э. Макрона “*Brutus*” / “*Брут*” направлена на импликацию негативной оценки, поскольку указывает на отсылку к древнеримскому деятелю по имени Брут, широко известного в истории предательством Юлия Цезаря. Например:

«*Emmanuel Macron, lui, a réussi à changer de statut. Il était Brutus, le voilà devenu Jupiter*» [Marianne № 1056, 2017: 6] / «*Эммануэлю Макрону удалось сменить статус. Он был Брутом, и вот стал Юпитером*»;

«*Lorsqu’il prononce aux Communes ses discours immortels, on imagine un Cicéron moderne déclamant d’une voix de stentor de brillantes improvisations*» [Le Figaro № 22827, 2018: 24] / «*Когда он произносит свои бессмертные речи в палате общин, можно представить современного Цицерона, декламирующего блестящие экспромты раскатистым голосом*».

В ходе исследования фактического материала установлено, что ретроспективность проанализированных аллюзий требует от читателя соответствующих знаний в области истории, которые позволят ему осуществить декодирование исторических ссылок и заложенной в них оценочной информации.

Для выражения оценки политической элиты во французских изданиях широко представлены аллюзии на мифологические сюжеты, составляющие 12 % от общего числа отобранных единиц. Использование во французских изданиях отсылок к мифологическим мотивам направлено на выражение имплицитной оценки, подразумевающей предельную степень наличия определённого качества у представителя политической элиты. По определению Ю.А. Седининой-Барковской, античный мифологический материал увеличивает эстетическую и информационную значимость текста и одновременно служит своего рода связующим звеном между различными культурными и историческими эпохами [Сединина-Барковская 2011: 30].

Анализ исследованного материала показал, что для имплицитной оценки личностных качеств политиков авторы медиатекстов прибегают к аллюзиям, основанным на сопоставлении политических лидеров с известными мифологическими персонажами и, реже, явлениями, вызывающими у читателя необходимый спектр ассоциаций. Например:

«L'ancien président est-il le cheval de Troie du Front national ou la muraille de Chine pour lui barrer la route?» [Marianne № 1020, 2016: 7] / *«Бывший президент – Троянский конь Национального фронта или Великая Китайская стена, преграждающая ему путь?»*;

«Dans cette famille des Atrides que sont les Le Pen, le père, Jean-Marie, incarne le nationalisme xénophobe; la fille, Marine, le populisme souverainiste; la petite-fille, Marion, le traditionalisme conservateur» [Marianne № 1096, 2018: 6] / *«В этой семье Атридов Ле Пен отец, Жан-Мари, олицетворяет ксенофобский национализм; девушка, Марин, суверенный популизм; внучка Марион, консервативный традиционализм».*

Характерной особенностью проанализированных французских изданий является оценка глав государств посредством упоминания имён богов древнеримской мифологии. Например:

«Vladimir Poutine est devenu Janus, se montrant impatient, sec, voire brutal avec ses collaborateurs, puis se faisant tout miel, détendu devant son “peuple”, cette

construction mythique dont il convoque souvent l'esprit pour asseoir sa légitimité» [Le Figaro № 22891, 2018: 2] / «Владимир Путин стал Янусом, показывая себя нетерпеливым, сухим и даже жестоким по отношению к своим коллегам и в то же время спокойным со своим “народом”, этой мифической конструкцией, чей дух он часто вызывает, чтобы подтвердить свою легитимность»;

«Trump réagit comme Narcisse à des stimuli positifs ou négatifs» [Courrier international № 1454, 2018: 16] / «Трам реагирует как Нарцисс на положительные или отрицательные раздражители».

Имплицитное сравнение современных представителей власти с персонифицированными божествами используется во французских СМИ для актуализации отрицательного оценочного значения, в основе которого лежит недостижимость политической элиты, её отстранённость от простого народа, как небожителей древнеримской мифологии. Завуалированная отрицательная оценка иностранных политиков с помощью аллюзий этой группы указывает на доминирующую во французском политическом дискурсе семиотическую оппозицию «свой-чужие».

В современных французских СМИ оценка политической элиты, осуществляемая путём сопоставления событий действительности с библейскими сюжетами, составляет 5 % от общего числа проанализированных единиц. Религиозный духовно-мировоззренческий субстрат, по мнению А.И. Шарунова, лежит в основе этнокультурных традиций всех народов Земли, составляя драгоценную часть их исторического наследия и достояния [Шарунов 2011: 253]. Исследование показало, что отсылки к религиозным текстам используются во французских СМИ при нормативной оценке, касающейся напряжённых взаимоотношений представителей власти с народом. Например:

«Aux yeux du président américain et des républicains qui préparent les élections de mi-mandat, la chancelière incarne le parfait bouc émissaire...» [Le Figaro № 22989, 2018: 6] / «В глазах американского президента и республиканцев, которые готовятся к промежуточным выборам, канцлер олицетворяет идеального козла отпущения...»;

«En confiant l'Élysée à un aventurier égotiste qui n'était pas capable d'assumer la plus éminente charge de l'État, ses électeurs ont oublié l'avertissement de l'Ecclésiaste: "Malheur au pays dont le roi est un enfant et dont les princes festoient dès le matin". Le peuple français n'a pas tardé à ouvrir les yeux. La fête est finie mais il faut boire le calice jusqu'à la lie» [Le Figaro № 23135, 2018: 5] / «Доверив Елисейский дворец эгоистичному авантюристу, который не смог справиться с самой выдающейся государственной должностью, его избиратели забыли предупреждение Экклезиаста: "Горе стране, чей царь – ребёнок, и чьи вельможи пируют с утра". Французский народ незамедлительно открыл глаза. Праздник окончен, но чашу придётся испить до дна».

Распространённым способом выражения отрицательного оценочного отношения во французском издании «*Courrier international*», освещающим вопросы преимущественно международной политики, выступает образное сравнение представителей власти с неким верховным демоном, являющимся воплощением сил зла в религиях многих стран. Например:

«Ted Cruz – le fanatique du Tea Party que même les républicains surnomment le "diable incarné"» [Courrier international № 1460, 2018: 27] / «Тед Круз – фанатик чаепития, которого даже республиканцы называют "воплощением дьявола"»;

«"L'atelier de Satan", voilà comment il avait surnommé la chambre présidentielle, où Trump regarde les infos sur le câble et tweete» [Courrier international № 1454, 2018: 13] / «"Мастерская Сатаны" – это то, что он назвал президентской комнатой, где Трамп смотрит кабельные новости и читает твиты».

Как показал анализ, использование прецедентного имени, обозначающего противника небесных сил, имплицитно информирует о личности, которая, по мнению французских СМИ, представляет угрозу. Аллюзия такого характера служит средством порицания «чужих», в частности американских, политиков что способствует возвышению «своих» французских представителей власти.

Наряду с этим, проблемы в сфере внутренней политики и дипломатических отношений с союзниками приводят к возникновению аллюзий, направленных на выражение отрицательной прагматической оценки политиков, которые относятся

к «своим». Так, оценочные средства приносят иронический оттенок в контексты, посвящённые деятельности президента Франции Э. Макрона и канцлера Германии А. Меркель. Например:

«*Macron tout-puissant*» [Courrier international № 1390, 2017: 1] / «*Макрон всемогущий*»;

«*Merkel: chancelière au pied d'argile*» [Le Figaro № 22880, 2018: 1] / «*Меркель: канцлер на глиняных ногах*».

Анализ исследованного материала показал, что обращение авторов политических статей к аллюзиям на библейские сюжеты продиктовано их стремлением дать завуалированную оценку политической элиты через прецедентные феномены, актуализирующие общечеловеческие ценности, связанные с принятыми в обществе представлениями о добре и зле, нормами, принципами морали.

Для авторов публикаций рассматриваемого периода при оценивании политиков характерно обращение к элементам фольклора (8,3 %), отражающим особенности жизни и миропонимания человека как представителя определённой культуры. В ходе исследования французских медиатекстов выявлены трансформации устойчивых выражений из области устного народного творчества:

«*Les hollandais quittent le navire*» [Marianne № 1020, 2016: 21] / «*Олландисты бегут с корабля*»;

«*Michael Li a une image pour expliquer le "gerrymandering", cette pratique américaine consistant pour le parti au pouvoir à "charquter" les circonscriptions électorales à son avantage: "C'est comme de confier au renard la construction du poulailler", dit cet expert des élections au Brennan Center...*» [Le Figaro № 23089, 2018: 3] / «*У Майкла Ли есть образ, объясняющий "предвыборные махинации", эту американскую практику, когда правящая партия "захватывает" избирательные округа в своих интересах: "Это все равно, что доверить лисе строительство курятника"*».

Анализ показал, что модифицированные пословицы и поговорки употребляются во французской прессе с целью усиления пейоративной

оценочности при изложении наиболее ярких событий, главными действующими лицами которых являются представители политической элиты.

Одной из закономерностей, выявленных в ходе исследования корпуса примеров, является обращение автора к аллюзиям на произведения народного творчества в качестве средства выражения этической оценки, ключом к пониманию которой являются знания местного фольклора. Например:

«...il a déshabillé Paul pour habiller Pierre, et pour faire avaler la potion, il a revêtu de verdure la énième punition des automobilistes...» [Le Figaro № 23115, 2018: 19] / *«...он раздел Поля, чтобы одеть Пьера, и, чтобы заставить проглотить зелье, поддержал очередное наказание для автомобилистов...»;*

«Valls ne sait pas s'arrêter, c'est dans sa nature. Il est comme le scorpion de la fable, mais nous, on ne sera pas la grenouille» [Le Monde № 22495, 2017: 7] / *«Вальс не может остановиться, это в его природе. Он как скорпион из басни, но мы не будем лягушкой».*

Специфика проанализированных аллюзий, заключается в том, что, используя в качестве источника оценки элементы фольклора, автор таким образом объективирует в политическом дискурсе особенности культурного мировидения французского народа, включая сформированную систему ценностей и национально-культурные стереотипы.

Таким образом, в результате проведённого анализа установлено, что во французском политическом медиадискурсе оценочная функция аллюзии реализуется посредством интертекстуальной компетенции читателя, которая подразумевает декодирование недостающей информации. Источниками национально-культурных имплицитивов послужили общественно-политические события, исторические факты, произведения искусства, мифологические и библейские сюжеты, произведения фольклора. Для проанализированных французских изданий в адрес политической элиты характерно широкое использование аллюзий в качестве средства выражения оценки сравнительного типа, через призму которой прослеживается скоординированность интертекстуальных понятий.

Анализ показал, что мелиоративный или пейоративный характер оценки представителей власти обусловлен идеологической направленностью издания и партийной принадлежностью политиков, ставших частью оценочной структуры. Имплицитная форма реализации оценки посредством аллюзии позволяет автору медиатекста политически корректно выразить определённую позицию по отношению к представителям правящей элиты.

3.5. Конвергенция стилистических средств в оценке политической элиты

Обращение к стилистическим средствам в политическом медиадискурсе с целью создания определённого эффекта, по мнению учёных, обусловлено общей прагматической направленностью данного типа дискурса, подразумевающей иллюкутивную цель внушения, агитацию и пропаганду со стороны заинтересованных лиц [Шапиева 2014; Калинин 2017]. Соответственно, усилением воздействия на широкую читательскую аудиторию может послужить сочетание двух и более средств, сконцентрированных для выполнения единой стилистической функции и повышающих экспрессивность текста за счёт многогранной образности.

В этом отношении в научных исследованиях рассматривается понятие стилистической конвергенции. Создателем термина «конвергенция стилистических приёмов» считается М. Риффатер, понимающий под ней «...скопление в одном месте нескольких независимых стилистических приёмов» [Риффатер 1980: 88]. И.В. Пекарская трактует конвергенцию как взаимодействие в виде следования тропов, фигур друг за другом в речи, в результате чего «удерживается внимание собеседника от начала до конца сообщения, чем достигается выразительность речи» [Пекарская 2000: 246]. С точки зрения К.А. Долинина, конвергенция представляет собой «нагромождение однонаправленных стилистических средств». Между ними при взаимодействии возникает своего рода резонанс, они усиливают друг друга и навязывают читателю

определенное впечатление [Долинин 2005: 267]. Одной из главных функций при конвергенции стилистических средств выступает оценочно-характеристическая функция [Копнина 2001: 242].

Обзор научной литературы показал, что стилистическая конвергенция является малоизученным явлением, в особенности с точки зрения актуализации её стилистических возможностей в оценочности политического медиадискурса.

В ходе исследования стилистических средств в современных медиатекстах политического содержания зафиксировано использование одновременно нескольких средств выразительности для усиления оценочного смысла, что указывает на возникновение конвергенций. Рассмотрим основные сочетания, послужившие созданию стилистической конвергенции при оценке политической элиты во французской прессе.

Одним из наиболее активных элементов, входящих в состав стилистической конвергенции, является метафора. А.П. Чудинов обращает внимание на прагматический характер метафоры, которая, по словам автора, служит важным средством постижения и объяснения мира и эффективным средством воздействия на массовое сознание [Чудинов 2006: 180]. В ходе исследования фактического материала выявлены случаи взаимодействия метафоры с различными фигурами речи, среди которых выделяются такие комбинации, как «метафора+эпитет» (68 %), «метафора+антитеза» (13,5 %), «метафора+градация» (7,4 %).

Для французских изданий рассматриваемого периода при оценке политической элиты характерно использование метафоры в сочетании с эпитетом. Н.Г. Серебренниковой объясняет такого рода тенденцию общностью образования данных стилистических средств. В частности, она пишет, что «метафора и эпитет строятся на основе конструкции сравнения, но если эпитет актуализирует те качественные признаки, которые были заложены в сравнении, то метафора, напротив, как бы «размывает» данные признаки и отодвигает их на второй план, акцентируя внимание на предмете в целом» [Серебренникова 2015: 142].

Анализ фактического материала показал, что конвергенция метафоры и эпитета во французских изданиях используется с целью усиления оценочного

значения при положительной или отрицательной характеристике политической элиты. Например:

«...Et tous ont bien compris que Chirac, le mal aimé d'hier, fait désormais figure de totem indépassable pour un électorat déboussolé» [Marianne № 1016, 2016: 9] / «...И все поняли, что нелюбимый вчера Ширак стал недосягаемым тотемом для сбитого с толку электората»;

«Persuadé de sa notoriété, soutenu par le président de l'Assemblée nationale Richard Ferrand, comme lui un exsocialiste devenu fervent soutien de Macron, le maire de Lyon joue de sa stature» [Le Monde № 23206, 2019: 9] / «Убежденный в своей дурной славе, поддержанный президентом Национальной ассамблеи Ришаром Ферраном, как и бывший социалист, который горячо поддержал Макрона, мэр Лиона пользуется своим авторитетом».

В ходе анализа средств выражения оценки, используемых в адрес представителей власти, выявлены случаи соединения двух метафор посредством антитезы. Антитеза, основанная на противопоставлении значений, усиливает эмоциональную оценочность высказывания. Например:

«Le chef de l'Etat parsème ses discours de références religieuses, mais garde le mystère sur son rapport à la foi» [Le Monde № 22612, 2017: 8] / «Глава государства усеивает свои речи религиозными отсылками, но хранит в тайне свое отношение к вере»;

«Avant on le couvrait de fleurs, et maintenant on le traite comme un pestiféré» [Courrier international № 1456, 2018: 14] / «Раньше мы засыпали его цветами, а теперь относимся к нему как к чумному».

Одной из закономерностей, установленных в ходе анализа оценочных средств из современных французских изданий, является употребление метафор в составе градации, как более пространный стилистический приём. Исследование показало, что в проанализированных примерах метафоры в сочетании с градацией направлены на импликацию пейоративной оценки политиков высшего звена:

«Valls a organisé l'assassinat de Hollande, il a trahi Hamon, demain il trahira Macron» [Le Monde, № 22495, 2017: 7] / «Вальс организовал убийство Олланда, он предал Амона, завтра он предаст Макрона»;

«Du fait de son incapacité à se représenter, un âcre goût de cendres recouvre son quinquennat: le Parti socialiste, <...>, s'est rapproché, cinq ans plus tard, du score pathétique de Gaston Defferre en 1969; l'édifice de la gauche plurielle, bâti par Lionel Jospin en 1995 <...>, s'est dissous; le cycle d'Epinais, ouvert en 1971 par François Mitterrand, s'est achevé, et le clou du cercueil a été enfoncé par Emmanuel Macron, que rien ne rattache au socialisme» [Le Monde № 22495, 2017: 13] / «Из-за его неспособности представить себя его пятилетний срок был пропитан горьким привкусом пепла: Социалистическая партия, <...>, пятью годами позже приблизилась к жалкой оценке Гастона Дефферра в 1969 году; здание построенное Лионелем Жоспеном в 1995 году <...>, было расформировано; цикл Эпине, запущенный в 1971 году Франсуа Миттераном, подошел к концу, и гвоздь в гроб вбил Эммануэль Макрон, не имеющий ничего общего с социализмом».

Среди тропов, вступающих в стилистическую конвергенцию с метафорой, одним из наиболее распространённых является гипербола (33,2 %). Метафоры, используемые с целью создания гиперболического эффекта, служат способом выражения прагматической оценки во французском политическом медиадискурсе. Например:

«D'habitude, c'est le gars qui fait tout exploser» [Le Figaro № 22989, 2018: 7] / «Обычно это парень, который всё взрывает»;

«Mitterrand lui-même, qui reconnaissait probablement en Chirac l'animal politique qu'il avait été, celui qui connaissait la France jusque dans ses moindres recoins, ses plus petites circonscriptions, lui donna in fine un petit coup de main» [Le Figaro № 23364, 2019: 44] / «Миттеран, который, вероятно, узнал в Шираке политическое животное, которым сам когда-то был, тем, кто знал Францию до её мельчайших укромных уголков, её мельчайших округов, в конце концов оказал ему небольшую помощь».

Будучи самостоятельным стилистическим приёмом, в сочетании с другими проанализированными нами тропами во французской прессе широко используется ирония. Исследование стилистических средств выражения оценки в адрес политиков показало, что наиболее частотными являются сочетания «ирония+метафора» (43,3 %) и «ирония+литота» (12,8 %).

А.А. Горностаева относит иронические метафоры к средствам выражения агрессии в политическом дискурсе [Горностаева 2018: 114]. Анализ показал, что ирония, взаимодействующая с метафорой, во французском политическом медиадискурсе подразумевает насмешку, критику и служит для выражения эмоционально-негативного отношения к объекту оценки. Например:

«David Assouline a accusé ses camarades de vouloir transformer le Sénat en maison de retraite» [Marianne, № 1026, 2016: 25] / «Дэвид Ассулин обвинил своих товарищей в желании превратить Сенат в дом престарелых»;

«Pour la majorité, elle est un fantôme du passé qui intéresse de moins en moins les Ukrainiens» [Courrier international № 1482, 2019: 27] / «Для большинства она – призрак прошлого, которое все меньше и меньше интересует украинцев».

Распространённым способом выражения оценки политиков во французских СМИ стала конвергенция иронии с антропоморфной метафорой, основанной на упоминании профессий человека, наиболее частотными среди которых являются: ‘fossoyeur’ / ‘могильщик’, ‘architecte’ / ‘архитектор’, ‘professeur’ / ‘преподаватель’, ‘professeur’ и ‘pilote’ / ‘пилот’. Например:

«Sur l’Europe, Hollande a été un pompier méritant, un maçon mal reconnu et un architecte déficient» [Le Monde № 22495, 2017: 15] / «В Европе Олланд был заслуженным пожарным, малоизвестным каменщиком и слабым архитектором»;

«“Il donne l’image d’un pilote d’avion mais qui ne transporte que des classes affaires”, a-t-il encore raillé, montrant que pour la gauche, Macron est toujours “le président des riches”» [Le Monde № 22859, 2018: 6] / «“Он представляет собой пилота самолета, который летает только бизнес-классом”, – снова пошутил он, показывая, что для левых Макрон по-прежнему “президент богатых”»;

«*Le “professeur” Mélenchon, salué pendant la présidentielle pour sa posture de “sage” durant les débats télévisés, mise sur ses “élèves” pour lui servir de rempart sans lâcher les rênes*» [Courrier international № 1495, 2019: 22] / «*“Профессор” Меланшон, прославившийся во время президентских выборов за его “мудрую” позицию на теледебатах, не выпуская из рук бразды правления, положился на своих “учеников”, послуживших ему опорой*».

Анализ показал, что указанные иронические метафоры используются авторами публикаций с целью выражения отрицательной телеологической оценки относительно ведения внутренней политики государственных деятелей.

Наряду с этим, высокой степенью употребления при оценке политиков во французской прессе отличается сочетание иронии, метафоры и эпитета ‘*grand*’ в значении ‘*великий*’. Например:

«*Richard Ferrand est un grand professeur de morale politique qui n’hésite pas à juger les autres et à donner des leçons...*» [Le Monde № 22512, 2017: 7] / «*Пушар Ферран – великий преподаватель политической морали, который без колебаний судит других и даёт уроки ...*»;

«*Grand maître de la discipline, il distille sa master class sans la moindre fausse note, devant une planète hypnotisée depuis bientôt deux ans*» [Courrier international № 1460, 2018: 12] / «*Великий мастер дисциплины, он оттачивает свой мастер-класс без малейшей лживой ноты перед планетой, загипнотизированной на протяжении более чем двух лет*».

Как показал анализ, авторы медиатекстов обращаются к одновременному использованию указанных стилистических приёмов с целью выражения имплицитной саркастической оценки, апеллируя при этом как к логике, так и к чувствам читателя.

Активное использование иронии в сочетании с метафорой в политическом тексте с целью выражения оценки лингвисты объясняют тем, что благодаря тому, что эти стилистические приёмы относятся к средствам речевого воздействия, их совместное употребление усиливает прагматический потенциал высказывания [Пьянзина 2000: 12; Празян 2011].

Анализ исследованного материала показал, что среди тропов, вступающих во взаимодействие с иронией, выделяется литота, построенная на преуменьшении свойств оцениваемого объекта. Как отмечает М.Р. Желтухина, «снижая» предмет описания, ирония создаёт в речи комический эффект [Желтухина 2004: 31]. Приведём несколько примеров:

«François Hollande est aujourd’hui le seul à avoir compris dans ses propres paroles prononcées sur la camionnette de Florange que son engagement consistait en fait à fermer les hauts-fourneaux» [Marianne № 1020, 2016: 17] / «Франсуа Олланд сегодня единственный, кто понял из своих собственных слов, сказанных в фургоне Флоранжа, что его обязанность на самом деле заключалась в том, чтобы закрыть доменные печи»;

«Chirac plaisante devant cet adversaire “moins connu que le labrador de Mitterand”» [Le Figaro Hommage, 2019: 77] / «Ширак подшучивает над этим соперником, “менее известным, чем лабрадор Миттеран”».

Достаточно широко во французских изданиях разной политической направленности с целью оценки политической элиты представлены конвергенции, основанные на взаимодействии аллюзии с другими стилистическими средствами. В ходе анализа фактического материала установлено, что при взаимодействии аллюзии с другими средствами выражения оценки, используемыми в адрес представителей власти во французских публикациях, превалируют следующие сочетания: «аллюзия+метафора» (44 %), «аллюзия+сравнение» (30 %), «аллюзия+антономасия» (16 %).

Широкое распространение в проанализированных французских СМИ получила модель «аллюзия+метафора» (44 %), наиболее характерная для оценки иностранных политиков высшего звена. Как показал анализ, сочетание сразу двух имплицитных средств выражения оценки усиливает завуалированность пейоративной оценки представителя власти, относящегося к категории «чужих». Например:

«Ces traits de pouvoir, la fascination du président à l’égard du monde de la culture, ainsi que sa propension à se retirer dans son palais de Sotchi, amènent plusieurs

historiens russes à discerner l'ombre de Staline derrière le parcours du leader actuel [Le Figaro № 22891, 2018: 3] / «*Эти черты властности, увлечение президентом миром культуры, а также его склонность уединяться в своем дворце в Сочи заставляют некоторых российских историков различать тень Сталина позади современного лидера*».

Конвергенция аллюзии и сравнения составляет 30 % от общего числа сочетаний аллюзии с другими стилистическими средствами. Исследованный материал показал, что использование при характеристике политика сравнения с эпизодом из жизни реально существовавшего персонажа повышает истинность и перлокутивный эффект передаваемой оценки. Например:

«...Mais aujourd'hui qu'un enregistrement refait surface où l'on entend le candidat fantasmer sur les femmes mariées et parler en général de cette moitié de l'humanité avec moins d'élégance que Buffalo Bill évoquait ses bisons, les républicains crient au scandale. Que s'est-il donc passé?» [Courrier international № 1354, 2016: 10] / «... Но сегодня появляется запись, на которой мы слышим, как кандидат фантазирует о замужних женщинах и в целом говорит об этой половине человечества с меньшей элегантностью, чем Буффало Билл, упоминавший своих бизонов, Республиканцы призывают к скандалу. Итак, что случилось потом?».

Для современных французских изданий при оценке политической элиты характерно широкое использование сочетания «аллюзия+антономасия» (16 %). Н.Д. Белоножко подчёркивает, что в зоне положительных оценок «аллюзивная антономасия» направлена на обозначение предельной степени качества, а в зоне отрицательных на выражение иронии или пренебрежительного отношения к объекту оценки [Белоножко 2013: 15]. Во французских публикациях конвергенция аллюзии и антономасии представлена преимущественно с целью выражения имплицитной телеологической оценки, которая сопровождается иронической тональностью. Например:

«Depuis la proclamation des résultats du premier tour de la présidentielle, on ne cesse de lire ici et là des textes moralisateurs et culpabilisateurs contre ceux qui ont eu l'idée de voter pour Nabil Karoui [surnommé le Berlusconi tunisien, placé en détention

depuis le 23 août, il est arrivé en deuxième position avec 15,6% des voix] ou de critiquer le prophète Kaïs Saïed [surnommé Robocop à cause de sa rigidité et de son élocution, il est arrivé en tête avec 18,4% des voix]» [Courrier international № 1510, 2019: 24] / «С момента объявления результатов первого тура президентских выборов мы продолжаем читать кое-где морализаторские и обвиняющие тексты против тех, кто собирался проголосовать за Набиля Каруи [по прозвищу тунисский Берлускони, поставленный с 23 августа на вторую позицию с 15,6% голосов] или критиковать пророка Кайса Саида [прозванного Робокопом из-за его жесткости и красноречия, он занял первое место с 18,4% голосов]».

В ходе исследования фактического материала установлено, что в окружении тропов и фигур речи усиливается выразительность передаваемого аллюзией оценочного значения, и, соответственно, повышается прагматический эффект.

Итак, результаты проведённого исследования указывают на то, что конвергенция стилистических средств, направленных на характеристику политической элиты, используется во французских СМИ с целью усиления оценочного значения. Обращение к стилистической конвергенции во французских медиатекстах проанализированного периода, обусловлено, с одной стороны, прагматической функцией политического дискурса, с другой стороны, стремлением публицистов к завуалированному выражению оценочной позиции.

Выводы по третьей главе

Стилистические средства выступают эффективным способом вербализации имплицитной оценки в адрес представителей правящей элиты во французском политическом медиадискурсе. Благодаря использованию средств речевой выразительности в дискурсе данного типа создаётся идеологическая парадигма, в которой отражается конфликтность интересов политических партий и движений.

Анализ корпуса примеров показал, что среди тропов, направленных на оценку политической элиты, преобладают: метафора, метонимия и её

разновидности (антономасия и синекдоха), гипербола, литота, перифраз и ирония. Отличительной особенностью тропов, представленных в современных французских СМИ, является их использование с целью выражения политически корректной пейоративной оценки в адрес влиятельных представителей власти, имеющих отношение к оппозиционному течению. Среди частных оценок преобладают рационалистические оценки (прагматические и телеологические), завуалированные в медиатекстах. Уникальным способом реализации скрытой саркастической оценки с пейоративным значением во французском политическом дискурсе выступает ирония. Превалирование данного тропа в тексте политического содержания обусловлено необходимостью снижения остроты ситуации, а также стремлением выразить отрицательное оценочное отношение к государственным деятелям, не нарушая законов политкорректности.

Самым распространенным тропом в оценке политической элиты в современной французской прессе является метафора, оценочный потенциал которой во многом обусловлен спецификой её семантической классификации. В результате анализа оценочных средств, представленных в современной французской прессе с целью характеристики политической элиты, выделено три основных семантических типа метафоры: антропоморфная, социоморфная и природоморфная, которая в свою очередь подразделяется на зооморфную и метеорологическую. Исследование показало, что метафора является эффективным способом выражения пейоративной оценки имплицитного характера, благодаря которому происходит минимизация информации, что свидетельствует об ангажированности прессы.

В результате анализа средств выражения оценки во французских политических статьях выявлены наиболее частотные фигуры речи, такие как: эпитет, сравнение, градация, антитеза, игра слов и оксюморон. Исследованные фигуры речи направлены на выражение разноплановых оценок в адрес политиков, среди которых выделяются: прагматическая, интеллектуальная, телеологическая и эстетическая оценки. Смягчение отрицательного смысла в оценке представителей власти на фоне отражённых во французской прессе социальных проблем

достигается авторами медиатекстов через обращение к фигурам речи, построенным на эффекте «обманутого ожидания», таким как антитеза, игра слов, оксюморон. Численное преимущество тех или иных фигур речи в оценке политической элиты обусловлено, во-первых, функциями и характеристиками политического дискурса, опосредованного СМИ, во-вторых, идеологической направленностью конкретного печатного издания.

Своеобразие аллюзии как средства выражения оценки при характеристике политиков в современных французских СМИ заключается в том, что осуществление её оценочной функции находится в тесной зависимости от интертекстуальной компетенции читателя, которая подразумевает декодирование недостающей информации. ИмPLICITная форма реализации оценки посредством аллюзии позволяет автору медиатекста политически корректно выразить определённую позицию по отношению к представителям правящей элиты.

Исследование показало, что использование во французской прессе в качестве усиления оценочного значения конвергенции стилистических средств, направленных на характеристику политической элиты, обусловлено прагматической функцией политического дискурса, опосредованного СМИ.

Заключение

Достижения в области аксиологии как общего учения о ценностях и собственно лингвистические исследования, посвящённые их воплощению во многих аспектах языка, послужили стимулом к возникновению нового направления в современной науке – лингвоаксиологии. Центральным понятием, рассматриваемым в рамках лингвоаксиологии, является оценка.

Множество разноплановых точек зрения на природу оценки, её структуру и свойства свидетельствует об особом статусе оценки как самостоятельной лингвистической категории. С одной стороны, оценка носит индивидуальный характер и направлена на отражение ценностного мировосприятия субъектом. С другой стороны, оценка социально обусловлена, поскольку оценивание объекта осуществляется с точки зрения соответствия или несоответствия нормам, господствующим в определённой картине мира. Находясь в тесной связи с историей и национальной культурой народа, она соотносится с его мировоззрением, мыслительными процессами, пронизывает все сферы человеческой деятельности.

Обращение к политическому дискурсу как инструменту вербальной актуализации и распространения ценностей обусловлено интегративной тенденцией развития науки о языке и растущим влиянием политики на жизнь общества. Ключевой формой осуществления политической коммуникации являются средства массовой информации, последовательно оформляющие динамические изменения языковой реальности и реализующие прагматические установки политического дискурса. Представляя свою интерпретацию общественно-политической жизни, СМИ оценивают представителей власти в соответствии с той или иной идеологией.

Проведённое исследование показало, что оценка политической элиты в современной французской прессе осуществляется эксплицитно и имплицитно с помощью различных по семантике языковых средств, создающих единую идеологическую парадигму. Мелиоративный или пейоративный характер оценки

представителей власти обусловлен идеологической направленностью издания и партийной принадлежностью политиков, выступающих объектами оценки.

Исследование лексических средств французского медиадискурса показало, что богатым оценочным потенциалом при характеристике политиков обладают имя прилагательное, имя существительное, глагол и числительное. Оценка политической элиты базируется на бинарном противопоставлении знаков «+» («хорошо») и «-» («плохо»). Чтобы подчеркнуть исключительность политика высшего звена, лексические средства в большей степени направлены на отражение его внутренних качеств, чем внешних данных. Эффективным оценочным средством, репрезентирующим целостные представления о политиках, выступают номинации, используемые во французской прессе с целью нормативной, интеллектуальной и иронической оценки.

В ходе анализа фактологического материала установлено, что основными способами создания неологизмов, направленных на оценку политической элиты, являются: суффиксация, префиксация, словосложение, и сокращение. Лексемы, образованные такими способами, отличаются высоким уровнем прагматизации и используются во французском политическом медиадискурсе для выражения амбивалентной оценки. В большинстве случаев основой для образования оценочно маркированных дериватов послужили имена и фамилии наиболее ярко проявивших себя политиков.

Среди синтаксических средств выражения оценки, используемых в адрес представителей власти, наиболее эффективными являются: вопросительные и восклицательные предложения, парентетические внесения, отрицания и перечисления. На уровне текста оценочность достигается с помощью цитации и аппликации. Анализ показал, что синтаксические средства используются во французской прессе для акцентирования внимания на определённых качествах политиков. Максимальную объективность и беспристрастность автора статьи обеспечивают такие синтаксические средства, как риторический вопрос, парантеза, цитация и аппликация.

Реализации прагматических установок политического медиадискурса способствует использование средств изменения интенсивности оценки при характеристике политиков. Усиливая «эмотивную» сторону оценки, интенсификаторы позволяют автору медиатекста повысить воздействие на читательскую аудиторию, что является основной функцией медийного дискурса. Между тем деинтенсификаторы влияют на снижение категоричности оценки, что продиктовано как общей политкорректностью анализируемого типа дискурса, так и статусом объекта оценки.

Своей спецификой при вербализации оценочного отношения к представителям власти во французском политическом медиадискурсе обладают стилистические средства. В настоящем исследовании были рассмотрены наиболее частотные из них: тропы (метафора, метонимия и её разновидности, гиперболола, литота, перифраз и ирония), фигуры речи (эпитет, сравнение, градация, антитеза, игра слов, оксюморон) и аллюзия.

Тропы чаще всего используются для выражения имплицитной пейоративной оценки в адрес представителей власти, отстаивающих идеологические взгляды, которые не совпадают с воззрениями характеризующего их издания. Среди частных оценок, актуализируемых с помощью тропов, преобладают рационалистические оценки (прагматические и телеологические), завуалированные в медиатекстах.

Исследование показало, что из отмеченных тропов наиболее частотным является метафора, при использовании которой предметные наименования, имеющие соответствующие коннотации, выступают в оценочной роли. Оценочный потенциал метафоры в полной мере реализуется в её семантической классификации, в рамках которой наиболее распространены такие типы, как антропоморфная, социоморфная и природоморфная. С одной стороны, метафора широко используется в качестве экспрессивного средства выражения отношения автора к объекту оценки, благодаря чему минимизируется информация, свидетельствующая об ангажированности прессы. С другой стороны, она

способствует созданию ценностных ориентиров и установок, обеспечивающих формирование у читателей определённого образа политика.

Исследование показало, что использование фигур речи во французских изданиях рассматриваемого периода в большей степени связано с актуализацией историко-культурных ценностных ориентаций французского общества. Превалирование тех или иных фигур речи в оценке политической элиты обусловлено, во-первых, функциями и характеристиками политического дискурса, опосредованного СМИ, во-вторых, спецификой конкретного печатного издания.

В качестве импликации идеологически ориентированных оценок в адрес представителей власти во французском медиадискурсе выступает аллюзия. Реализация её оценочной функции зависит от интертекстуальной компетенции читателя, которая подразумевает декодирование недостающей информации. Как показал анализ, источниками национально-культурных имплицитивов служат общественно-политические события, исторические факты, произведения искусства, мифологические и библейские сюжеты, произведения фольклора. Отличительной особенностью аллюзии как оценочного средства, применяемого во французских СМИ в адрес политической элиты, является её способность к выражению оценки сравнительного типа, через призму которой прослеживается скоординированность интертекстуальных понятий.

Анализ конвергенции стилистических средств, направленных на характеристику политической элиты, показал, что она используется во французских медиатекстах с целью усиления оценочного значения. Сочетание двух и более средств, сконцентрированных для выполнения единой стилистической функции, повышает оценочность текста за счёт многогранной образности.

В заключение подчеркнём, что анализ многоуровневой системы эксплицитных и имплицитных средств выражения оценки выявляет зависимость характера оценки от социально-политической установки газетного издания, свидетельствующей о его ангажированности. В попытке убедить читательскую аудиторию в объективном оценивании политиков высшего звена авторы политических статей отдают предпочтение прагматической, телеологической,

нормативной, этической, эстетической и интеллектуальной оценкам, выбор которых обусловлен общественно-политической тематикой проанализированных изданий.

Приоритетной формой реализации оценки в современных французских печатных СМИ является её имплицитный способ выражения, который позволяет автору медиатекста воздействовать на широкую читательскую аудиторию, минимизируя при этом свою ответственность за вероятное понимание его слов читателем и нивелируя различия между представителями разных политических идеологий.

Во французском политическом медиадискурсе прослеживается тенденция к динамике оценки в характеристике представителя политической элиты. Во-первых, она выражается в изменении оценочных коннотаций языковых средств, приобретающих новые оттенки в контексте. Во-вторых, смещение вектора оценки политика приводит к смене первичной номенклатуры оценочных единиц. В этой связи видится перспективным исследование эволюции оценки в медиапортретировании политических лидеров и её зависимости от широкого ряда экстралингвистических факторов. Отдельного внимания в данном аспекте заслуживает исследование парадигмы оценочных средств при создании медиапортрета политика.

Список использованной литературы

1. Александрова, О. В. К вопросу об интеграции разных подходов к изучению языка / О. В. Александрова // Семантика и прагматика языка в диалоге культур. – 1998. – С. 9-41. – ISBN 5-230-06090-5.
2. Алефиренко, Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка : учебное пособие для вузов / Н. Ф. Алефиренко. – Москва : Флинта : Наука, 2010. – 399 с. – ISBN 978-5-9765-0813-2.
3. Алиева, Т. В. ИмPLICITные языковые средства, участвующие в формировании концептуальной оппозиции «свой-чужой» в политическом дискурсе англоязычной прессы / Т. В. Алиева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2010. – Вып. 1. – С. 86 – 89. – ISSN 2072-8379.
4. Алферов, А. В. Делиберативный дискурс как механизм политической интеракции: стратегия исследования / А. В. Алферов, Е. Ю. Кустова // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. – 2019. – Т. 15. – № 1-2 (43-44). – С. 85-92. – ISSN 2415-8720.
5. Андреева, В. А. Литературный нарратив: дискурс и текст : монография / В. А. Андреева; Российский гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург : Норма, 2006. – 182 с. – ISBN 5-87857-125-0.
6. Анисимов, С. Ф. Введение в аксиологию : учебное пособие для изучающих философию / С. Ф. Анисимов. – Москва : Современные тетради, 2001. – 128 с. – ISBN 5-88289-153-1.
7. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов / И. В. Арнольд. – Москва : Флинта, Наука, 2002. – 384 с. – ISBN 5-89349-363-X.
8. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. – Москва : Прогресс, 1990. – С. 5-32. – ISBN 5-01-001599-4.
9. Арутюнова, Н. Д. Об объекте общей оценки / Н. Д. Арутюнова // Вопросы языкознания. – 1985. – № 3. – С. 13-24. – ISSN 0373-658X.

10. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт / Н. Д. Арутюнова ; отв. ред. Г. В. Степанов ; АН СССР, Ин-т языкознания. – Москва : Наука, 1988. – 338 с. – ISBN 5-02-010870-7.
11. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека : монография / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд. – Москва : Языки рус. культуры, 1999. – 895 с. – ISBN 5-7859-0027-0.
12. Арутюнян, М. А. Антономасия как средство языковой номинации / М. А. Арутюнян // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2010. – № 2. – С. 7-12. – ISSN 2072-8379.
13. Бабаева, Е. В. Лингвокультурологические характеристики русской и немецкой аксиологических картин мира : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Бабаева Елена Викторовна. – Волгоград, 2004. – 40 с.
14. Бабаян, В. Н. Об основных категориях и типах дискурса / В. Н. Бабаян // Иностранные языки в высшей школе. – 2008. – № 6. – С. 95– 100. – ISSN 2072-7607.
15. Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику / А. Н. Баранов; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – Москва : Изд-во ЛКИ, 2007. – 360 с. – ISBN 978-5-382-00231-6.
16. Бахтин, М. М. Антропологическая лингвистика: избранные труды / М. М. Бахтин, В. Н. Волошинов; сост. и авт. предисл. К Ф. Седов. – Москва : Лабиринт, 2010. – 255 с. – ISBN 978-5-87604-210-1.
17. Башкатова, Н. В. Прилагательные «первый» и «последний» как средства выражения оценки и интенсификации / Н. В. Башкатова // Словарь, грамматика, текст в свете антропоцентрической лингвистики. – 2005. – Вып. 3. – С. 14-23.
18. Белоножко, Н. Д. Аллюзия как оценочное средство языка (на материале английского языка) : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Белоножко Надежда Дмитриевна. – Москва, 2013. – 18 с.
19. Бенвенист, Э. Общая лингвистика : пер. с франц. / Общ. ред., вст. ст. и комм. Ю. С. Степанова. – Москва : Либроком, 2010. – 448 с. – ISBN 5-354-00066-1.

20. Болдырев, Н. Н. Исследование оценочных смыслов в контексте познавательных процессов / Н. Н. Болдырев // Язык. Текст. Дискурс. – 2010. – № 8. – С. 24–37. – ISSN 2224-0810.
21. Болдырев, Н. Н. Структура и принципы формирования оценочных категорий / Болдырев Н. Н. // С любовью к языку: сб. науч. тр. : посвящ. Елене Самойловне Кубряковой / ИЯ РАН; ВГУ. – Москва; Воронеж, 2002. – С. 103-114. – ISBN 5-9273-0257-2.
22. Бондарева, Л. М. Лингвокультурологический аспект вторичной номинации (на примере варьирования обозначений в языке французской прессы) / Л. М. Бондарева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2010. – № 589. – С. 46-57. – ISSN 2542-2197.
23. Борискина, О. О., Шилихина, К. М. Корпусные исследования политического дискурса в лингвистике / О. О. Борискина, К. М. Шилихина // Политическая наука. – 2017. – №2. – С. 30-53. – ISSN 1998-1775.
24. Борискина, О. О., Шимко, В. Г. Трампызмы-Хиларизмы или Из жизни неологизмов в англоязычном массово-информационном дискурсе / О. О. Борискина, В. Г. Шимко // Имя собственное в медиапространстве : монография / Л. И. Гришаева, Н. А. Фененко, В. Н. Абабий [и др.] : Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019. – С. 68-107. – ISBN 978-5-9273-2931-1.
25. Будаев, Э. В. Зарубежная политическая метафорология : монография / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Уральский гос. пед. ун-т, 2008. – 248 с. – ISBN 978-5-7186-0389-7.
26. Буруруева, Н. С. Языковая оценка как средство взаимодействия между печатными СМИ и читателями (на материале американской качественной прессы) : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Буруруева Наталья Сергеевна. – Ярославль, 2013. – 23 с.
27. Вендина, Т. И. Русская языковая картина мира сквозь призму словообразования (макрокосм) / Т. И. Вендина. – Москва : Изд-во «Индрик», 1998. – 240 с. – ISBN 5-85759-081-7.

28. Вершинина, Т. С. Метафорические модели с исходной биологической сферой в современном политическом дискурсе : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Вершинина Татьяна Станиславовна. – Екатеринбург, 2002. – 207 с.

29. Викулова, Л. Г. Аксиологическая лингвистика в поле междисциплинарной антропологической рефлексии о ценностях современного общества / Л. Г. Викулова // Лингвокультурные ценности в полиэтническом обществе : коллективная монография / отв. ред. В. И. Карасик, Е. А. Журавлева. – Волгоград : Парадигма, 2015. – С. 43-71. – ISBN 978-5-903601-86-8.

30. Викулова, Л. Г. Становление институциональной речевой практики в XVII веке: Французская академия / Л. Г. Викулова, О. И. Короленко // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2019. – Т. XVI. – Вып. 1. – С. 44-49. – ISSN 1992-2868.

31. Викулова, Л. Г. Структуры моделирования ценностных ориентиров дискурса социальной реальности в массмедийном коммуникативном пространстве / Л. Г. Викулова, Е. Ф. Серебренникова // Вестник Московского городского педагогического университета. – 2014. – № 2. – С. 55-63. – ISSN 2076-9121.

32. Винокур, Г. Г. Штамп / Г. Г. Винокур // Большой энциклопедический словарь. Языкознание / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – Москва : Лингв. энцикл. слов., 1998. – С. 588-589. – ISBN 5-85270-307-9.

33. Вольф, Е. М. Метафора и оценка / Е. М. Вольф // Метафора в языке и тексте / отв. ред. В. Н. Телия. – Москва : Наука, 1988. – С. 52-65. – ISBN 5-02-010889-8.

34. Вольф, Е. М. О соотношении квалификативной и дескриптивной структуры в семантике слова и высказывания / Е. М. Вольф // Известия РАН. Серия литературы и языка. – Москва, 1981. – Т. 40. – № 4. – С. 391-397. – ISSN 1605-7880.

35. Вольф, Е. М. Оценочное значение и соотношение признаков «хорошо / плохо» / Е. М. Вольф // Вопросы языкознания. – 1986. – №5. – С. 98 - 107. – ISSN 0373-658X.

36. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – 2-е изд. – Москва : Едиториал УРСС, 2002. – 280 с. – ISBN 5-354-00047-5.
37. Воркачев, С. Г. Оценка и ценность в языке: Избранные работы по испанистике : монография / С. Г. Воркачев. – Волгоград : Парадигма, 2006. – 186 с. – ISBN 5-902942-05-5.
38. Ворожбитова, А. А. Теория текста. Антропоцентрическое направление / А. А. Ворожбитова. – Москва : Высшая школа, 2005. – 368 с. – ISBN 5-06-004942-6.
39. Гаврилов, Л. А. О массовой коммуникации, которая приручает и манипулирует / Л. А. Гаврилов, Р. И. Зарипов // Политическая лингвистика. – 2020. – № 3 (81). – С. 53-60. – ISSN 1999-2629.
40. Гак, В. Г. Теоретическая грамматика французского языка / В. Г. Гак. – Москва : Добросвет, 2000. – 832 с. – ISBN 5-7913-0035-2.
41. Горностаева, А. А. Иронические метафоры в политическом дискурсе / А. А. Горностаева // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2018. – № 1. – С. 108-125. – ISSN 2312-9182.
42. Гришаева, Л. И. «Сказка – ложь, да в ней намёк...», или о принципах конструирования политической медиареальности / Л. И. Гришаева // Политическая лингвистика. – 2017. – № 4 (64). – С. 18-27. – ISSN 1999-2629.
43. Гришаева, Л. И. Функциональный потенциал имени собственного в медиaprостранстве или «Королевство кривых зеркал» / Л. И. Гришаева // Имя собственное в медиaprостранстве : монография / Л. И. Гришаева, Н. А. Фененко, В. Н. Абабий [и др.] : Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019. – С. 107-182. – ISBN 978-5-9273-2931-1.
44. Гураль, С. К. Язык как процесс и как саморазвивающаяся система / С. К. Гураль // Вестник Томского государственного университета. – 2007. – № 298. – С. 32-35. – ISSN 1561-7793.
45. Джамбаева, Ж. А. К вопросу о разработке психолингвистического направления аксиологической лингвистики / Ж. А. Джамбаева // Cuadernos de Rusística Española. – 2013. – № 9. – С. 29-36. – ISSN 1698-322X.

46. Добросклонская, Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания / Т. Г. Добросклонская // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 13(184). – С. 181-187. – ISSN 2075-4574.
47. Долинин, К. А. Интерпретация текста. Французский язык / К. А. Долинин. – Москва : УРСС, 2005. – 299 с. – ISBN 5-484-00081-5.
48. Елишев, С. О. Изучение понятий «ценность», «ценностные ориентации» в междисциплинарном аспекте / С. О. Елишев // Ценности и смыслы. – 2011. – № 2 (11). – С. 82-96. – ISSN 2071-6427.
49. Желтухина, М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Желтухина Марина Ростиславовна. – Москва, 2004. – 358 с.
50. Заграевская, Т. Б. Категория «оценка», её статус и вербализация в современном английском языке : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Заграевская Татьяна Борисовна. – Пятигорск, 2006. – 286 с.
51. Зайцева, Е. Л. Выражение отрицательной оценки в политическом дискурсе (опыт сравнительно-сопоставительного исследования российских и французских печатных средств массовой информации) : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Зайцева Елена Львовна. – Чебоксары, 2006. – 24 с.
52. Ивин, А. А. Аксиология. Научное издание / А. А. Ивин. — Москва : Высшая школа, 2006. – 390 с. – ISBN 5-06-005308-3.
53. Ивин, А. А. Основания логики оценок / А. А. Ивин. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1970. – 229 с.
54. Имя собственное в медиапространстве : монография / Л. И. Гришаева, Н. А. Фененко, В. Н. Абабий [и др.] ; Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019. – 191 с. – ISBN 978-5-9273-2931-1.
55. Калинин, О. И. Лингвопрагматические характеристики имиджевого политического медиатекста (на материале китайских СМИ) : диссертация на

соискание ученой степени кандидата филологических наук / Калинин Олег Игоревич. – Москва, 2017. – 177 с.

56. Каракулова, С. Ш. Митигативные стратегии и тактики в политических интервью с германскими политиками : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Каракулова Салтанат Шукургалиевна. – Волгоград, 2016. – 24 с.

57. Карасик, В. И. О категориях дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: сборник научных трудов. – Волгоград; Саратов, 1998. – С. 185-197. – ISBN 5-88234-297-X.

58. Карасик, В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – Москва : Гнозис, 2002 а. – 333 с. – ISBN 5-88234-002-0.

59. Карасик, В. И. Языковая матрица культуры : монография / В. И. Карасик; Науч.-исслед. лаб. «Аксиологическая лингвистика». – Москва : Гнозис, 2013. – 318 с. – ISBN 978-5-94244-043-5.

60. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002 б. – 331 с. – ISBN 5-7333-0143-0.

61. Кауфова, И. Б. Политкорректность в британском политическом дискурсе / И. Б. Кауфова, Л. А. Кауфова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 10 (76). – Ч. 1. – С. 111-114. – ISBN 1997-2911.

62. Качалова, И. Н. Оценочная функция языковой игры в дискурсе СМИ : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Качалова Ирина Николаевна. – Москва, 2010. – 25 с.

63. Кивилева, Е. Б. Развитие теории метафоры в современной когнитивной лингвистике и теории номинации / Е. Б. Кивилева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2013. – № 20. – С. 48-58. – ISSN 2542-2197.

64. Клушина, Н. И. Мифологизация речевых средств в языке современной газеты / Н. И. Клушина // Русская речь. – 1996. – № 5. – С.36-42. – ISSN 0131-6117.

65. Клюев, Е. В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция) : учебное пособие / Е. В. Клюев. – Москва : ПРИОР, 1999. – 271 с.

66. Копнина, Г. А. Конвергенция стилистических фигур в современном русском литературном языке: на материале художественных и газетно-публицистических текстов : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Г. А. Копнина. – Красноярск, 2001. – 289 с.

67. Корнева, В. В. Семантические доминанты испанской языковой картины мира и проблемы перевода / В. В. Корнева // Языковая картина мира: особенности вербализации и ревербализации : монография / Е. А. Алексеева, В. В. Корнева, О. Б. Полянчук [и др.] : Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019. – С. 33-72 – ISBN 978-5-9273-2937-3.

68. Кубрякова, Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики / Е. С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С.6-17. – ISSN 1812-3228.

69. Кулагина, О. А. Языковое портретирование «чужого» как способ передачи этнокультурного диссонанса во французском языке : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Кулагина Ольга Анатольевна. – Москва, 2012. – 25 с.

70. Лотман, Ю. М. Семиосфера : Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург : Искусство-СПб, 2000. – 703 с. – ISBN 5-210-01562-9.

71. Малинович, Ю. М. Иерархия ценностей внешнего мира и внутреннего мира человека / Ю. М. Малинович // Лингвистика и аксиология: этносемиометрия ценностных смыслов : коллективная монография / отв. ред. Л. Г. Викулова. – Москва : Тезаурус, 2011. – С. 77-99. – ISBN 978-5-98421-117-8.

72. Малярчук-Прошина, У. О. Синтаксические средства выражения оценки в медиатекстах / У. О. Малярчук-Прошина // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2015. – Том 1 (67). – № 2. – С. 89-94. – ISSN 2413-1679.

73. Маркелова, Т. В. Семантика оценки и средства её выражения в русском языке : учебное пособие / Т. В. Маркелова. – Москва : МПУ, 1993. – 125 с.

74. Маркелова, Т. В. Семантика и прагматика средств выражения оценки в русском языке / Т. В. Маркелова // Филологические науки. НДВШ. – 1995. – № 3. – С. 67-79. – ISSN 2310-4287.
75. Марьянчик, В. А. Аксиологическая структура медиа-политического текста: лингвостилистический аспект : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Марьянчик Виктория Анатольевна. – Архангельск, 2013 а. – 382 с.
76. Марьянчик, В. А. Аксиологичность и оценочность медиа-политического текста : монография / В. А. Марьянчик. – Москва : Либроком, 2013 б. – 272 с. – ISBN 978-5-397-03976-5.
77. Марьянчик, В. А. Пространство медиа-политического текста как средство оценки / В. А. Марьянчик // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2009. – № 2. – С. 11-18. – ISSN 2312-9182.
78. Матыцина, М. С. Динамика развития англоязычного иммиграционного дискурса : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Матыцина Марина Станиславовна. – Белгород, 2020. – 38 с.
79. Мед, Н. Г. Оценочная картина мира в испанской лексике и фразеологии (на материале испанской разговорной речи) : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Мед Наталья Григорьевна. – Санкт-Петербург, 2008. – 42 с.
80. Минемуллина, А. Р. Оценочные прилагательные в языке современных средств массовой информации : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Минемуллина Анна Романовна. – Киров, 2015. – 24 с.
81. Мирошников, Ю. И. Аксиология: концепция эмотивизма / Ю. И. Мирошников. – Екатеринбург: Институт философии и права УрО РАН, 2007. – 164 с. – ISBN 5-7691-1809-1.
82. Михайлова, Е. Н. Роль оценочных средств в создании мемориального медиапортрета Жака Ширака (1932—2019) / Е. Н. Михайлова, В. А. Телегина // Научный диалог. – 2020. – № 9. – С. 97-110. – ISSN 2227-1295.

83. Михалёва, О. Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия : монография / О. Л. Михалёва. – Москва : Либроком, 2009. – 256 с. – ISBN 978-5-397-00227-1.

84. Мокиенко, В. М. В глубь поговорки: рассказы о происхождении крылатых фраз и образных выражений / В. М. Мокиенко. – 3-е изд. / перераб. – Санкт-Петербург : Азбука-классика, 2008. – 253 с. – ISBN 978-5-352-02169-9.

85. Мурясов, Р. З. Опыт анализа оценочного высказывания / Р. З. Мурясов, А. С. Самигуллина, А. Л. Федорова // Вопросы языкознания. – 2004. – № 5. – С. 67-78. – ISSN 0373-658X.

86. Нерсесян, Г. Р. Дискурс как институционально ориентированный феномен / Г. Р. Нерсесян, М. В. Бжинаева // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2017. – № 10. – С. 53-58. – ISSN 2411-3719.

87. Нечепуренко, Т. Л. Социокультурный компонент языковой личности как предпосылка развития системы оценки / Т. Л. Нечепуренко // Семантический анализ единиц языка и речи: процессы концептуализации и структура значения. Вторые чтения памяти О. Н. Селиверстовой. – 2006. – С. 173-179. – ISBN 978-5-243-00201-1.

88. Одинцов, В. В. Стилистика текста / В. В. Одинцов. – 2. изд., стер. – Москва : Наследие, 2004. – 379 с. – ISBN 5-354-00646-5.

89. Пекарская, И. В. Контаминация в контексте проблемы системности стилистических ресурсов русского языка / И. В. Пекарская. – Абакан : Изд-во Хакас. гос. ун-та им. Н. Ф. Катанова, 2000. – 248 с. – ISBN 5-7810-0112-3.

90. Пильгун, М. А. Средства выражения оценочности в медиатексте в контрастивном аспекте / М. А. Пильгун // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – № 3. – С. 21–35. – ISSN 2072-3490.

91. Плотникова, С. Н. Неискренний дискурс : монография / С. Н. Плотникова. – Иркутск : Изд-во ИГЛУ, 2000. – 244 с. – ISBN 5-88267-098-5.

92. Празян, Н. О. Лингвокогнитивные и прагматические основы использования метафоры и иронии в английском политическом дискурсе : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Празян Нарике Овиковна. – Москва, 2011. – 20 с.

93. Прохоров, Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю. Е. Прохоров. – Москва : Едиториал УРСС, 2003. – 224 с. – ISBN 5-7155-0726-X.

94. Пьеге-Гро, Н. Введение в теорию интертекстуальности : пер. с фр. / Общ. ред. Г. К. Косикова. – Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. – 240 с. – ISBN 978-5-382-00461-7.

95. Пьянзина, И. Н. Прагматика оценки в субъязыке современной британской прессы (на материале публицистического очерка) : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Пьянзина Ирина Николаевна. – Нижний Новгород, 2000. – 16 с.

96. Райскина, В. А. Лингвоаксиологическая концептуализация средневекового рыцарства (на материале художественного и научно-исторического дискурса) : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Райскина Валерия Александровна. – Москва, 2020. – 216 с.

97. Риффатер, М. Критерии стилистического анализа / М. Риффатер // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвостилистика. – Москва, 1980. – С. 69–95.

98. Ретунская, М. С. Английская аксиологическая лексика : монография / М. С. Ретунская; Нижегород. гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского. – Нижний Новгород : Изд-во Нижегород. гос. ун-та, 1996. – 272 с. – ISBN 5-85746-253-3.

99. Родионова, С. Е. Интенсивность и её место в ряду других семантических категорий / С. Е. Родионова // Славянский вестник. – 2004. – Вып. 2. – 608 с.

100. Сагирян, И. Г. Парантеза в системе текстообразующих средств (на материале прозы М. Булгакова) / И. Г. Сагирян // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. Ежегодный журнал. – 2011. – № 13. – С. 201-207. – ISSN 2079-6021.

101. Сальникова, Ю. А. Социопрагматика оценки в дискурсе качественной прессы США : на материале современных информационно-аналитических газетных статей : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Сальникова Юлия Александровна. – Москва, 2010. – 24 с.

102. Самигулина, Ф. Г. Оценочная категоризация: психолингвистический аспект / Ф. Г. Самигулина // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2007. – С. 46-49.

103. Сдобнова, Ю. Н. К вопросу семантико-стилистических и функциональных особенностей эпонимных неологизмов во французском политическом дискурсе на материале СМИ / Ю. Н. Сдобнова // Романистика в эпоху полилингвизма : материалы Международной научно-практической конференции, 19-21 октября 2017 г. / МГЛУ. – Москва, 2017. – С. 453-459. – ISBN 978-5-88983-917-0.

104. Сединина-Барковская, Ю. А. Античные мифологические аллюзии и реминисценции в эпопее Андрея Валентинова «Око силы» (трилогия «1937-1938 годы») / Ю. А. Сединина-Барковская // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2011. – № 1. – С. 25-30. – ISSN 2308-9180.

105. Серебренникова, Е. Ф. Человек оценивающий: семиметрия оценки на примере разового политического дискурса / Е. Ф. Серебренникова // Личность и модусы ее реализации в языке : коллективная монография / отв. ред. С. А. Хахалова. – Москва : ИЯ РАН ; Иркутск : ИГЛУ, 2008. – С. 416-427. – ISBN 978-5-88267-278-1.

106. Серебренникова, Е. Ф. Этносемиметрия как способ лингвистического аксиологического анализа / Е. Ф. Серебренникова // Этносемиметрия ценностных смыслов: коллективная монография / отв. ред. Е. Ф. Серебренникова. – Иркутск : ИГЛУ, 2008. – С. 8-62. – ISBN 978-5-88267-285-9.

107. Серебренникова, Н. Г. Эпитет, метафора и сравнение. Проблема соотношения полисемии и омонимии на уровне эпитета / Н. Г. Серебренникова // Гуманитарные науки и образование. – 2015. – № 4 (24). – С. 139-144. – ISSN 2079-3499.

108. Серио, П. Как читают тексты во Франции: пер. с фр. И. Н. Кузнецовой / П. Серио // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – 2002. – С. 12–53. – ISBN 5-01-004414-5.

109. Симонян, А. А. Оценочность как составляющая политического дискурса (на материале инаугурационных речей президентов США) / А. А. Симонян // Вестник Московского государственного университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2006. – № 3. – С.173-179. – ISSN 2074-1588.

110. Синеева, Т. А. Когнитивные модели экономической метафоры во французском медийном дискурсе : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Синеева Татьяна Александровна. – Иркутск, 2007. – 16 с.

111. Скворцова, А. А. Этапы становления аксиологической теории / А. А. Скворцова // XX Юбилейные царскосельские чтения, материалы Международной научной конференции, 20-21 апреля 2016 г. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 275-280. – ISBN 978-5-8290-1557-2.

112. Сковородников, А. П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского языка: Опыт систематического исследования: монография / А. П. Сковородников. – Томск : Изд-во ТомГУ, 1981. – 255 с.

113. Скребнев, Ю. М. Основы стилистики английского языка / Ю. М. Скребнев. – Москва : Астрель АСТ, 2003. – 221 с. – ISBN 5-17-004697-9.

114. Солодилова, И. А. Способы концептуализации оценки в немецком языке (на материале немецкоязычной художественной прозы) : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Солодилова Ирина Анатольевна. – Уфа, 2014. – 538 с.

115. Стернин, И. А. Контрастивная лингвистика: проблемы теории и методики преподавания / И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2004. – 189 с. – ISBN 5-88242-331-7.

116. Стернин, И. А. Эмоция и оценка в семантике слова / И. А. Стернин, Д. Ю. Просовецкий // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2018. – № 4. – С. 95-96. – ISSN 1999-8406.

117. Сурженко, Л. В. Ценности личности: философский и психологический анализ понятия / Л. В. Сурженко // Научный журнал КубГАУ. – 2011. – № 65(01). – С. 1-11. – ISSN 1990-4665.

118. Тахтарова, С. С. Категория коммуникативного смягчения : когнитивно-дискурсивный и этнокультурный аспекты : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Тахтарова Светлана Салаватовна. – Волгоград, 2010. – 40 с.

119. Телегина, В. А. Лингвокультурный образ женщины-политика в предвыборной картине Франции / В. А. Телегина, Ю. Г. Синельников // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – Ч.1. – № 3. – С. 182-184. – ISBN 1997-2911.

120. Телегина, В. А. Актуализация тропов при характеристике человека во французском политическом дискурсе / В. А. Телегина, И. И. Синельникова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т.12. – № 6. – С. 198-201. – ISBN 1997-2911.

121. Телия, В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – Москва : Наука, 1986. – 143 с.

122. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – Москва : Слово, 2000. – 261 с. – ISBN 5-85050-240-8.

123. Терентьева, Е. Д. Различные виды цитации в тексте испанской газеты / Е. Д. Терентьева // Приволжский научный вестник. Филологические науки. – 2013. – № 8 (24) – Т.1 – С. 106-111. – ISSN 2224-0179.

124. Тихонова, М. А. Аксиология в контексте лексикографии: модель «Словаря оценочной лексики русского языка» : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Тихонова Мария Александровна. – Москва, 2016. – 200 с.

125. Токмаков, А. Н. Метонимия как средство прагматического воздействия: на материале французской киноcritики : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Токмаков Анатолий Николаевич. – Москва, 2000. – 23 с.

126. Тураева, З. Я. Лингвистика текста и категория модальности / З. Я. Тураева // Вопросы языкознания. – 1994. – № 3. – С. 105-114. – ISSN 0373-658X.
127. Туранский, И. И. Семантическая категория интенсивности в английском языке / И. И. Туранский. – Москва : Высшая школа, 1990. – 172 с. – ISBN 5-06-001625-0.
128. Трунова, О. В. Человек и мир в языковом зеркале восприятия и оценки / О. В. Трунова // Личность и модусы ее реализации в языке : коллективная монография / отв. ред. С. А. Хахалова. – Москва : ИЯ РАН; Иркутск : ИГЛУ, 2008. – С. 73-108. – ISBN 978-5-88267-278-1.
129. Устуньер, И. Зооморфная метафора, характеризующая человека, в русском и турецком языках : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Устуньер Ильяс. – Екатеринбург, 2004. – 25 с.
130. Фан, Ян. Лингвопрагматический потенциал положительной оценки в рекламно-информационном журнальном тексте : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Ян Фан. – Томск, 2014. – 23 с.
131. Фененко, Н. А. Merkozy, Sarkoland, Hollandie и другие неологизмы французского политического медиадискурса / Н. А. Фененко, В. Н. Абабий // Имя собственное в медиaprостранстве : монография / Л. И. Гришаева, Н. А. Фененко, В. Н. Абабий [и др.] : Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019. – С. 27-68. – ISBN 978-5-9273-2931-1.
132. Формановская, Н. И. Размышления о единицах общения / Н. И. Формановская // Русский язык за рубежом. – 2000. – № 1. – С. 56 – 63. – ISSN 0131-615X.
133. Формановская, Н. И. Речевое воздействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. – Москва : Изд-во «ИКАР», 2007. – 480 с. – ISBN 978-5-7974-0141-4.
134. Фролова, И. В. Оценочные стратегии в аналитических статьях качественной британской и российской прессы : диссертация на соискание ученой

степени кандидата филологических наук / Фролова Ирина Валерьевна. – Москва, 2016. – 219 с.

135. Фуко, М. Археология знания : пер. с франц. / общ. ред. Б. Левченко. – Киев : Ника-центр, 1996. – 208 с. – ISBN 5-93762-034-8.

136. Харченко, О. Д. К проблеме деинтенсификации оценочных конструкций в современном английском языке / О. Д. Харченко // Ярославский педагогический вестник. – 2001. – № 1. – С. 41-44. – ISSN 1813-145X.

137. Цуциева М. Г. Актуализация языковой личности политика в современном немецком политическом дискурсе : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Цуциева Марина Геннадьевна. – Санкт-Петербург, 2019. – 40 с.

138. Цуциева, М. Г. Политический дискурс как интегративный феномен / М. Г. Цуциева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2012. – Т. 1. – №2. – С. 174-179. – ISSN 1818-6653.

139. Чекулай, И. В. Ценность и оценка в категориальной структуре современного английского языка : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Чекулай Игорь Владимирович. – Белгород, 2006. – 473 с.

140. Чернявская, В. Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность : учебное пособие / В. Е. Чернявская. – Москва : Либроком, 2009. – 245 с. – ISBN: 978-5-4458-5893-5.

141. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика / А. П. Чудинов. – Москва : Флинта, Наука. 2006. – 254 с. – ISBN 978-5-89349-897-4.

142. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2003. – 248 с. – ISBN 5-7186-0127-5.

143. Шапиева, Д. З. Лексико-стилистические средства выражения оценки в англоязычном политическом дискурсе : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Шапиева Диляра Залимхановна. – Москва, 2014. – 176 с.

144. Шарафутдинова, С. В. Формирование социальной оценки в дискурсе СМИ (на материале спортивного дискурса) : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Шарафутдинова Светлана Вазыховна. – Ижевск, 2010. – 27 с.

145. Шарунов, А. И. Проблемы функционирования системы ценностей в современной отечественной педагогике / А. И. Шарунов // Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов : коллективная монография / отв. ред. Л. Г. Викулова. – Москва : Тезаурус, 2011. – С. 246 – 262. – ISBN 978-5-98421-117-8.

146. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Шейгал Елена Иосифовна. – Волгоград, 2000. – 431 с.

147. Шляхов, В. И. Текст в коммуникативном пространстве : монография / В. И. Шляхов. – Москва : Гос. ин-т русского яз. им. А. С. Пушкина, 2015. – 233 с. – ISBN 978-5-98269-132-3.

148. Эпштейн, О. В. Семантико-прагматические и коммуникативно-функциональные категории политического дискурса / О. В. Эпштейн // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2008. – № 2 (2). – С. 150-156. – ISBN 1997-2911.

149. Яковлева, А. С. Категория оценки в публичных речах П. А. Столыпина и Отто фон Бисмарка: на материале русского и немецкого языков : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Яковлева Анна Сергеевна. – Тюмень, 2006. – 309 с.

150. Якушина, Р. М. Динамические параметры оценки (на материале современного английского языка) : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Якушина Роза Михайловна. – Уфа, 2003. – 179 с.

151. Bonhomme, M. Les figures clés du discours / M. Bonhomme. – Paris : Éditions du Seuil, 1998. – 93 p. – ISBN 2-02-031614-5.

152. Boudreau, A. La presse comme tribune d'un discours d'autorité sur la langue : représentations et idéologies linguistiques dans la presse acadienne, de la

fondation du Moniteur acadien aux Conventions nationales / A. Boudreau, É. Urbain // Francophonies d'Amérique. – 2013. – № 35. – P. 23-46.

153. Bourque, G. Texte, discours et idéologie(s) / G. Bourque, J. Duchastel // Revue belge de philologie et d'histoire. Langues et littératures modernes. – 1995. – Tome 73. – P. 605-619. – ISSN 0035-0818

154. Capelli, F. La politique en déclin? / F. Capelli // La revue lacanienne. – 2007. – № 1. – P. 47-52.

155. Charaudeau, P. Grammaire du sens et de l'expression / P. Charaudeau. – Paris: Hachette Éducation, 1992. – 927 p. – ISBN 978-2-01-016172-8.

156. Charaudeau, P. Le discours politique. Les masques du pouvoir / P. Charaudeau. – Limoges : Lambert-Lucas, 2015. – 309 p. – ISBN 2-7117-7279-9.

157. Cohendet, M.-A. Une crise de la représentation politique? / M.-A. Cohendet // Cités. – 2004. – № 18. – P. 41-61.

158. Costaouec, D. Syntaxe fonctionnelle. Théorie et exercices / D. Costaouec, F. Guérin. – Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2007. – 322 p. – ISBN 978-2-7535-0311-3.

159. Coupland, N. Sociolinguistic change, vernacularization and broadcast British media / N. Coupland // Mediatization and Sociolinguistic Change. – 2014. – Vol. 36. – P. 67-96. – ISBN: 978-3-11-034357-1.

160. Détrie, C. Sens figuré et figuration du monde / C. Détrie // Cahiers de praxématique. – 2000. – № 35. – P. 3-10. – URL : <http://journals.openedition.org/praxematique/1053> (дата обращения: 14.12.2019).

161. Dijk, T. A. van. Discourse and Context. A Sociocognitive Approach / T. A. van Dijk. – New York : Cambridge University Press, 2008. – 267 p. – ISBN 978-0-521-89559-0.

162. Dirven, R. Cognitive Exploration of Language and Linguistics Text / R. Dirven, M. Verspoor. – Amsterdam : John Benjamins B. V., 1998. – 300 p. – ISBN 90 272 1906 0.

163. Dorna, A. Les effets langagiers du discours politique / A. Dorna // Hermès. – 1995. – № 16. – P. 131-146.

164. Dorna, A. Quand le contexte surdétermine le discours politique / A. Dorna, P. Georget // *Le Journal des psychologues*. – 2007. – № 247. – P. 23-28.

165. Durand Guiziou, M.-C. L'implicite dans le discours / M.-C. Durand Guiziou // *El Guiniguada*. – 1992. – № 3. – P. 203-210.

166. Fromilhague, C. Les figures de style / C. Fromilhague. – Paris : Armand Colin, 2010. – 2^e éd. – 128 p. – ISBN 9782200257361.

167. Gobin, C. Des principales caractéristiques du discours politique contemporain / C. Gobin // *Les langages de l'idéologie. Études pluridisciplinaires*. – 2011. – № 30. – P. 169-186. – ISBN 978-2848673158.

168. Grevisse, B. Écritures journalistiques : stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif / B. Grevisse. – Bruxelles : De Boeck Université, 2008. – 252 p. – ISBN 9782804185336.

169. Grzmil-Tylutki, H. L'axiologie discursive: entre l'implicite et l'explicite / H. Grzmil-Tylutki. – Текст : электронный // *Synergies Pologne*. – 2011. – № 8. – P. 247-253. – URL: <https://www.gerflint.fr/Base/Pologne8/halina.pdf> (дата обращения: 19.04.2020).

170. Hacker, K. L. Political Linguistic Discourse Analysis / K. L. Hacker // *The Theory and Practice of Political Communication Research*. – New York, 1996. – P. 28-55. – ISBN 978-0791429006.

171. Hitzler, R. Mise en scène et représentation de la politique aujourd'hui / R. Hitzler // *Trivium*. – 2014. – № 16. – P. 1-16. – URL: <http://journals.openedition.org/trivium/4776> (дата обращения: 19.04.2020).

172. Hunston, S. Evaluation in Text. Authorial Stance and the Construction of Discourse / S. Hunston, G. Thompson. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – 238 p.

173. Ilinca, C. La réfutation, stratégie argumentative de l'éditorial politique / C. Ilinca // *Limbaj și context = Speech and Context : Rev. de lingvistică, semiotică și șt. literară*. – 2009. – № 1. – P. 72-80. – ISBN 978-0198299868.

174. Jackiewicz, A. Études sur l'évaluation axiologique: présentation / A. Jackiewicz // *Langue française*. – 2014. – № 184. – P. 5-16. – ISBN 978-2-200-92942-8.

175. Jackiewicz, A. L'évaluation à la périphérie du prédicat: constructions, lexiques et relations sémantiques / A. Jackiewicz // *Journal of Romance studies. Arena Romanistica*. – 2009. – № 4. – P. 150-159.
176. Kerbrat-Orecchioni, C. L'Énonciation, de la subjectivité dans le langage / C. Kerbrat-Orecchioni. – Paris: Armand Colin, 2009. – 290 p. – ISBN 2200243103.
177. Kerbrat-Orecchioni, C. Rhétorique et pragmatique: les figures revisitées / C. Kerbrat-Orecchioni // *Langue française. Les figures de rhétoriques et leur actualité en linguistique*. – 1994. – № 101 – P. 57-71.
178. Krieg-Planque, A. Discours institutionnels. Perspectives pour les sciences de la communication / A. Krieg-Planque, C. Oger // *Mots. Les langages du politique*. – 2010. – № 94. – P. 91-96. – ISBN 978-2847882315.
179. Krzeszowski, T. P. Angels and Devils in Hell. Elements of Axiology in Semantics / T. P. Krzeszowski. – Warsaw : Energeia, 1997. – 298 p. – ISBN 838511856X.
180. Lago, F. A. Axioematic analysis of brand names in English: A semantico-pragmatic approach to branding / F.A. Lago // *Multilingualism in Specialist Communication (Proceedings of the 10th European Symposium on Language for Special Purposes)* / Gerhard Budin (ed.). – Vienna: IITF/Infoterm, 1996. – Vol. II. – P. 991-1010. – ISBN 9783901010163.
181. Le Bart, C. Parler en politique / C. Le Bart // *Mots. Les langages du politique*. – 2010. – № 94. – P. 77-84. – ISBN 978-2847882315.
182. Lemieux-Lefebvre, G. La qualification péjorative dans le discours politique en campagne électorale / G. Lemieux-Lefebvre. – Montréal : Université du Québec à Montréal, 2009. – 148 p.
183. Lievois, K. La traduction de l'allusion intertextuelle / K. Lievois // *Monografías de Traducción e Interpretación*. – 2017. – № 9. – P. 125-148. – ISSN 19899335.
184. Luné Roc, P. L. Discours journalistique et pragmatique du discours politique. Le cas du journal *Le Matin* / A. Degand, A. Küppers, O. Rosas // *Recherches en Communication. Towards neojournalism? Vers un néo-journalisme?* – 2015. – Vol. 39. – P. 183-196.

185. Maingueneau, D. L'analyse du discours. Introduction aux lectures de l'archive / D. Maingueneau. – Paris, 1991. – P. 6-54. – ISBN 978-2010169076.
186. Maingueneau, D. Le discours politique et son «environnement» / D. Maingueneau // Mots. Les langages du politique. – 2010. – № 94. – P. 85-90. – ISBN 978-2847882315.
187. Martin, J. R. The language of evaluation : Appraisal in English / J. R. Martin, P. R. R. White. – London : Palgrave Macmillan, 2005. – 278 p. – ISBN 978-0-230-51191-0.
188. Menuet, L. La normalization de valeurs par le discours dans l'élaboration du réseau judiciaire européen / L. Menuet // El texto como encrucijada: estudios franceses y francófonos. – 2003. – Vol. 2. – P. 239-250. – ISBN 84-95301-86-5.
189. Molinié, G. La stylistique / G. Molinié. – Paris : Presses Universitaires de France, 2014. – 224 p. – ISBN 978-2130630234.
190. Nikoltchev, S. IRIS Spécial: Débat politique et rôle des médias / F. Lapérou, D. Leonardi, G. Pilard-Murray, B. Probol. – Strasbourg : Observatoire européen de l'audiovisuel, 2004. – 132 p. – ISBN 92-871-5674-3.
191. Oger, C. L'analyse du discours institutionnel entre formations discursives et problématiques socio-anthropologiques / C. Oger // Langage et société. – 2005. – № 114. – P. 113-128. – ISBN 2735110176.
192. Ollivier-Yaniv, C. Discours politiques, propagande, communication, manipulation / C. Ollivier-Yaniv // Mots. Les langages du politique. – 2010. – № 94. – P. 31-37. – ISBN 978-2847882315.
193. Piolat, A. EMOTAIX : un scénario de Tropes pour l'identification automatisée du lexique émotionnel et affectif / A. Piolat, R. Bannour // L'Année psychologique. – 2009. – Vol. 109. – P. 655-698. – ISSN 1955-2580. – URL: <http://centrepsyche-amu.fr/wp-content/uploads/2014/01> (дата обращения: 10.02.2020).
194. Pottier, B. Linguistique Générale. Théorie et Description / B. Pottier. – Paris : Klincksieck, 1974. – 340 p. – ISSN 9782252017241.

195. Pupier, P. Une première systématique des évaluatifs en français / P. Pupier // *Révue québécoise de linguistique*. – 1998. – Vol. 26. – № 1. – P. 51-78. – ISSN 1705-4591. – URL: <https://doi.org/10.7202/603144ar> (дата обращения: 13.11.2019).

196. Retrospective semiometrics of the sign valeur / L. G. Vikulova, E. G. Tareva, E. F. Serebrennikova [et al.] // *XLinguae*. – 2020. – Т. 13. – №1. – P. 169-183. – ISSN 2453-711X. – URL: http://xlinguae.eu/files/XLinguae1_2020_13.pdf (дата обращения: 13.08.2020).

197. Ringlet, G. Ces chers disparus. Essai sur les annonces nécrologiques dans la presse francophone / G. Ringlet // *Archives de Sciences Sociales des Religions*. – Paris : Albin Michel, 1992. – 217 p. – ISBN 978-2226060785.

198. Roulet, E. Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours / E. Roulet, L. Filliettaz, A. Grobet avec la collaboration de Marcel Burger. – Berne : Peter Lang, 2001. – 405 p. – ISBN 978-3906765518.

199. Sandig, B. Formel des Bewertens / B. Sandig // Christine Palm (Hrsg): «Europhras 90». Akten der internationalen Tagung zur germanistischen Phraseologieforschung. Acta Universitatis Upsaliensis, Studia Germanistica Upsaliensia, 12.-15 Juni 1990. – Aske, 1991. – S. 225-252.

200. Szymula, R. Сниженная лексика в современном русском политическом дискурсе / R. Szymula // *Polilog: Studia Neofilologiczne*. – 2014. – № 4. – S. 247-254. – ISSN 2083-5485.

201. Suhamy, H. Les figures de style / H. Suhamy. – 13e éd. – Paris : Presses Universitaires de France, 2016. – 128 p. – ISBN 978-2130733423.

202. Thompson, G. Evaluation in context / G. Thompson, L. Alba-Juez. – Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2014. – 418 p. – ISBN 978-90-272-5647-8.

203. Vanderveken, D. Principes de pragmatique formelle du discours / D. Vanderveken // *Philosophiques*. – 2007. – Vol. 34. – № 2. – P. 229-258. – ISSN 1492-1391. – URL : <https://www.erudit.org/en/journals/philoso/2007-v34-n2-philoso1721/015880ar/> (дата обращения: 15.05.2020).

204. Vernier, M. Analyse à granularité fine de la subjectivité / M. Vernier. – Nantes : Université de Nantes, 2011. – 179 p.

205. Walter, H. Axiologie et sémantique chez André Martinet / H. Walter // La linguistique. – 2001. – P. 1. – Vol. 37. – P. 59-68. – ISSN 2101-0234. – URL: <https://www.cairn.info/revue-la-linguistique-2001-1-page-59.htm> (дата обращения: 27.10.2019).

206. Wodak, R. The Discourse-Historical Approach / R. Wodak // Methods of Critical Discourse Analysis / ed. by R. Wodak, M. Meyer. – London, 2009. – P. 63-94. – ISBN 9780857028020.

Список лексикографических источников

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Москва : Сов. энциклопедия, 1966. – 608 с. – ISBN 5-354-00600-7.
2. Большой энциклопедический словарь. Языкознание / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – Москва : Лингв. энцикл. слов., 1998. – 685 с. – ISBN 5-85270-307-9.
3. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. – 5-е изд., испр. и доп. – Назрань : Пилигрим, 2010. – 486 с. – ISBN 5-98993-002-X.
4. Кубрякова, Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. – Москва : Изд-во МГУ, 1996. – 245 с. – ISBN 5-89042-018-1.
5. Назарян, А. Г. Словарь устойчивых сравнений французского языка = Dictionnaire des locutions comparatives de la langue française : с примерами, переводом и эквивалентами в рус. яз. / А. Г. Назарян. – Москва : Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2002. – 334 с. – ISBN 5-209-01347-2.
6. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 3-е изд., стер. – Москва : АЗЪ, 1996. – 928 с. – ISBN 5-85632-007-7.

7. Dictionnaire de linguistique / J. Dubois, M. Giacomo, L. Guespin [et al.]. – Paris : Larousse; Bordas; VUEF, 2002. – 514 p. – ISBN 978-2035320476.
8. Moeschler, J. Dictionnaire encyclopédique de pragmatique / J. Moeschler, A. Reboul. – Paris : Seuil, 1994. – 562 p. – ISBN 2-02-013042-4.
9. Le nouveau Petit Robert : Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française / P. Robert, J. Rey-Debove, A. Rey [et al.]. – Paris : LR; 2008e édition, 2007. – 2837 p. – ISBN 978-2849023211.
10. Rat, M. Dictionnaire des expressions et locutions traditionnelles / M. Rat. – Paris : Larousse, 2014. – 464 p. – ISBN 978-2035903730.

Список источников фактического материала

1. Courrier international. – Paris, 2016. – № 1354. – 52 p. – ISSN 1154-516X.
2. Courrier international. – Paris, 2016. – № 1359. – 72 p. – ISSN 1154-516X.
3. Courrier international. – Paris, 2016. – № 1360. – 67 p. – ISSN 1154-516X.
4. Courrier international. – Paris, 2017. – № 1384. – 56 p. – ISSN 1154-516X.
5. Courrier international. – Paris, 2017. – № 1390. – 56 p. – ISSN 1154-516X.
6. Courrier international. – Paris, 2018. – № 1450. – 48 p. – ISSN 1154-516X.
7. Courrier international. – Paris, 2018. – № 1454. – 52 p. – ISSN 1154-516X.
8. Courrier international. – Paris, 2018. – № 1456. – 60 p. – ISSN 1154-516X.
9. Courrier international. – Paris, 2018. – № 1459. – 56 p. – ISSN 1154-516X.
10. Courrier international. – Paris, 2018. – № 1460. – 52 p. – ISSN 1154-516X.
11. Courrier international. – Paris, 2018. – № 1461. – 60 p. – ISSN 1154-516X.
12. Courrier international. – Paris, 2018. – № 1463. – 56 p. – ISSN 1154-516X.
13. Courrier international. – Paris, 2018. – № 1467. – 52 p. – ISSN 1154-516X.
14. Courrier international. – Paris, 2019. – № 1476. – 48 p. – ISSN 1154-516X.
15. Courrier international. – Paris, 2019. – № 1480. – 56 p. – ISSN 1154-516X.
16. Courrier international. – Paris, 2019. – № 1481. – 48 p. – ISSN 1154-516X.
17. Courrier international. – Paris, 2019. – № 1482. – 48 p. – ISSN 1154-516X.

18. Courrier international. – Paris, 2019. – № 1489. – 52 p. – ISSN 1154-516X.
19. Courrier international. – Paris, 2019. – № 1492. – 56 p. – ISSN 1154-516X.
20. Courrier international. – Paris, 2019. – № 1505. – 52 p. – ISSN 1154-516X.
21. Courrier international. – Paris, 2019. – № 1509. – 64 p. – ISSN 1154-516X.
22. Courrier international. – Paris, 2019. – № 1510. – 60 p. – ISSN 1154-516X.
23. Courrier international. – Paris, 2020. – № 1549. – 52 p. – ISSN 1154-516X.
24. Le Figaro. – Paris, 2017. – № 22619. – 36 p. – ISSN 0182-5852.
25. Le Figaro. – Paris, 2017. – № 22784. – 38 p. – ISSN 0182-5852.
26. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 22827. – 30 p. – ISSN 0182-5852.
27. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 22869. – 36 p. – ISSN 0182-5852.
28. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 22875. – 34 p. – ISSN 0182-5852.
29. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 22880. – 36 p. – ISSN 0182-5852.
30. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 22889. – 48 p. – ISSN 0182-5852.
31. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 22891. – 42 p. – ISSN 0182-5852.
32. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 22963. – 40 p. – ISSN 0182-5852.
33. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 22989. – 36 p. – ISSN 0182-5852.
34. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 22993. – 40 p. – ISSN 0182-5852.
35. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 23003. – 30 p. – ISSN 0182-5852.
36. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 23032. – 30 p. – ISSN 0182-5852.
37. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 23062. – 40 p. – ISSN 0182-5852.
38. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 23083. – 34 p. – ISSN 0182-5852.
39. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 23089. – 42 p. – ISSN 0182-5852.
40. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 23099. – 38 p. – ISSN 0182-5852.
41. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 23115. – 46 p. – ISSN 0182-5852.
42. Le Figaro. – Paris, 2018. – № 23135. – 30 p. – ISSN 0182-5852.
43. Le Figaro. – Paris, 2019. – № 23144. – 36 p. – ISSN 0182-5852.
44. Le Figaro. – Paris, 2019. – № 23364. – 44 p. – ISSN 0182-5852.
45. Le Figaro. – Paris, 2019. – № 23381. – 44 p. – ISSN 0182-5852.
46. Le Figaro. – Paris, 2019. – № 23386. – 72 p. – ISSN 0182-5852.
47. Le Figaro. – Paris, 2020. – № 23472. – 38 p. – ISSN 0182-5852.

48. Le Figaro Hommage. Jacques Chirac 1932/2019. – Paris, 2019. – 100 p. – ISSN 0182-5852.
49. L'Humanité. Dimanche. – Saint-Denis, 2017. – № 559. – 84 p. – ISSN 1771-1908.
50. L'Humanité. Dimanche. – Saint-Denis, 2017. – № 569. – 84 p. – ISSN 1771-1908.
51. L'Humanité. Dimanche. – Saint-Denis, 2017. – № 572. – 92 p. – ISSN 1771-1908.
52. L'Humanité. – Saint-Denis, 2016. – № 22066. – 24 p. – ISSN 0242-6870.
53. L'Humanité. – Saint-Denis, 2017. – № 22260. – 24 p. – ISSN 0242-6870.
54. L'Humanité. – Saint-Denis, 2017. – № 22261. – 24 p. – ISSN 0242-6870.
55. L'Humanité. – Saint-Denis, 2018. – № 22434. – 28 p. – ISSN 0242-6870.
56. L'Humanité. – Saint-Denis, 2018. – № 22445. – 24 p. – ISSN 0242-6870.
57. L'Humanité. – Saint-Denis, 2019. – № 22669. – 28 p. – ISSN 0242-6870.
58. L'Humanité. – Saint-Denis, 2019. – № 22672. – 24 p. – ISSN 0242-6870.
59. L'Humanité. – Saint-Denis, 2019. – № 22695. – 24 p. – ISSN 0242-6870.
60. L'Humanité. – Saint-Denis, 2019. – № 22701. – 24 p. – ISSN 0242-6870.
61. L'Humanité. – Saint-Denis, 2019. – № 22748. – 20 p. – ISSN 0242-6870.
62. L'Humanité. – Saint-Denis, 2019. – № 22774. – 28 p. – ISSN 0242-6870.
63. L'Humanité. – Saint-Denis, 2020. – № 22845. – 20 p. – ISSN 0242-6870.
64. L'Humanité. – Saint-Denis, 2020. – № 22856. – 24 p. – ISSN 0242-6870.
65. Le Monde. – Paris, 2016. – № 22349. – 28 p. – ISSN 0395-2037.
66. Le Monde. – Paris, 2016. – № 22382. – 21 p. – ISSN 0395-2037.
67. Le Monde. – Paris, 2017. – № 22386. – 22 p. – ISSN 0395-2037.
68. Le Monde. – Paris, 2017. – № 22488. – 27 p. – ISSN 0395-2037.
69. Le Monde. – Paris, 2017. – № 22495. – 22 p. – ISSN 0395-2037.
70. Le Monde. – Paris, 2017. – № 22511. – 24 p. – ISSN 0395-2037.
71. Le Monde. – Paris, 2017. – № 22512. – 22 p. – ISSN 0395-2037.
72. Le Monde. – Paris, 2017. – № 22612. – 32 p. – ISSN 0395-2037.
73. Le Monde. – Paris, 2017. – № 22630. – 22 p. – ISSN 0395-2037.
74. Le Monde. – Paris, 2018. – № 22630. – 26 p. – ISSN 0395-2037.
75. Le Monde. – Paris, 2018. – № 22758. – 22 p. – ISSN 0395-2037.
76. Le Monde. – Paris, 2018. – № 22792. – 26 p. – ISSN 0395-2037.

77. Le Monde. – Paris, 2018. – № 22859. – 24 p. – ISSN 0395-2037.
78. Le Monde. – Paris, 2018. – № 22913. – 24 p. – ISSN 0395-2037.
79. Le Monde. – Paris, 2018. – № 22949. – 26 p. – ISSN 0395-2037.
80. Le Monde. – Paris, 2018. – № 22984. – 24 p. – ISSN 0395-2037.
81. Le Monde. – Paris, 2019. – № 23025. – 26 p. – ISSN 0395-2037.
82. Le Monde. – Paris, 2019. – № 23047. – 24 p. – ISSN 0395-2037.
83. Le Monde. – Paris, 2019. – № 23279. – 30 p. – ISSN 0395-2037.
84. Le Monde. – Paris, 2020. – № 23324. – 32 p. – ISSN 0395-2037.
85. Marianne. – Paris, 2016. – № 1016. – 92 p. – ISSN 1275-7500.
86. Marianne. – Paris, 2016. – № 1020. – 92 p. – ISSN 1275-7500.
87. Marianne. – Paris, 2016. – № 1024. – 90 p. – ISSN 1275-7500.
88. Marianne. – Paris, 2016. – № 1026. – 84 p. – ISSN 1275-7500.
89. Marianne. – Paris, 2017. – № 1038. – 92 p. – ISSN 1275-7500.
90. Marianne. – Paris, 2017. – № 1056. – 92 p. – ISSN 1275-7500.
91. Marianne. – Paris, 2017. – № 1065. – 92 p. – ISSN 1275-7500.
92. Marianne. – Paris, 2017. – № 1070. – 92 p. – ISSN 1275-7500.
93. Marianne. – Paris, 2018. – № 1096. – 92 p. – ISSN 1275-7500.
94. Marianne. – Paris, 2018. – № 1116. – 88 p. – ISSN 1275-7500.
95. Marianne. – Paris, 2018. – № 1129. – 88 p. – ISSN 1275-7500.
96. Marianne. – Paris, 2019. – № 1143. – 88 p. – ISSN 1275-7500.
97. Marianne. – Paris, 2019. – № 1155. – 88 p. – ISSN 1275-7500.
98. Marianne. – Paris, 2019. – № 1177. – 88 p. – ISSN 1275-7500.
99. Marianne. – Paris, 2020. – № 1190. – 78 p. – ISSN 1275-7500.
100. Marianne. – Paris, 2020. – № 1205. – 92 p. – ISSN 1275-7500.