

**УДК 81'42 : 070**

**ББК 81.0**

**С 60**

**Соломатина А.О.**

*Аспирант кафедры французской филологии Кубанского государственного университета, e-mail:kff-kubsu@yandex.ru*

## **Оценка как базовый элемент стратегий восхваления и дискредитации в политической газетной коммуникации**

*(Рецензирована)*

### ***Аннотация:***

Дается характеристика стратегий восхваления и дискредитации как наиболее частотных стратегий в политической газетной коммуникации, а также описание оценочной составляющей данных стратегий, показана взаимозаменяемость стратегий и их семантическая однородность. Представлены языковые средства оценочной составляющей каждой из описываемых стратегий. Установлено, что принцип социальной оценочности языка политической публицистики проявляется не только в предпочтении, преимущественном выборе языковых средств оценочной окраски, но и в том, что само внутрискрилевое развитие публицистического языка ведет к приобретению многими языковыми единицами социально-оценочных качеств.

### ***Ключевые слова:***

Текст, информация, политическая коммуникация, стратегия, восхваление, дискредитация, оценка, газета.

**Solomatina A.O.**

*Post-graduate student of French Philology Department, Kuban State University, e-mail:kff-kubsu@yandex.ru*

## **Assessment as basic element of strategy of praise and discredit in political newspaper communication**

### ***Abstract:***

The paper gives a characteristic of strategies of praise and discredit used most frequently in political newspaper communication. Also an assessment component of these strategies is described. The author shows interchangeability of these strategies and their semantic uniformity, as well as the language means of the assessment component of each of the described strategies. It is inferred that the principle of social assessment of language of political journalism is displayed not only in the preference, a primary choice of language means of assessment coloring, but also in that the intrastyle development of publicistic language leads to acquisition of social-assessment qualities by many language units.

### ***Keywords:***

Text, information, political communication, strategy, praise, discredit, assessment, newspaper.

Современная эпоха характеризуется возросшим интересом общества к условиям и механизмам политической газетной коммуникации, относящейся к числу ведущих сфер коммуникации любой нации. Политическая коммуникация, представляющая собой «общение между участниками политической деятельности» [1: 31] посредством газетного издания, обладает собственными приемами использования языковых средств для политической обработки аудитории с целью управления общественным сознанием. Особый интерес в этом плане представляют коммуникативные стратегии и тактики говорящих, то есть их целенаправленная деятельность на массовую аудиторию, а именно стратегии восхваления и дискредитации как наиболее частотные в политическом газетном дискурсе, позволяющие адресанту ярко, активно и конкретно воздействовать на политические взгляды адресата, изменив его отношение к тем или иным событиям, личностям, явлениям.

Коммуникативные стратегии восхваления и дискредитации взаимозаменяемы и семантически однородны, так как несут в себе единую (эксплицитную/имплицитную) оценку представляемого политического события, явления или личности. Эксплицитное проявление мелиоративной составляющей стратегии восхваления автоматически имплицитно реализует пейоративную составляющую стратегии дискредитации, эксплицитное проявление пейоративной составляющей стратегии дискредитации автоматически имплицитно реализует мелиоративную составляющую стратегии восхваления. Языковые средства стратегий восхваления и дискредитации разнообразны и представлены различными частями речи. При реализации стратегии конкретные смысловые значения языковых единиц обрастают дополнительными семантическими ассоциациями, что позволяет им служить в вербальной презентации события (явления, личности) не только средством информации, но и приобре-

сти дополнительную функцию - функцию манипулятивного речевого воздействия.

Оценка является одной из самых важных лингвистических категорий, которая принимает непосредственное участие в организации языкового общения, особенно политического газетного общения. Одной стороной она обращена к мышлению человека, его когнитивной деятельности, другой – к его практической деятельности, социальной и культурной реальности. «Связь языка со структурой мышления ярко проявляет себя в формировании предложения и производных от него значений; связь с жизнью и психологией человека ярко проявляет себя в формировании модальных и оценочных значений» [2: 47].

Оценочное суждение представляет оценочную рамку, состоящую из субъекта и объекта, связанных оценочным предикатом. В оценочную рамку также входят шкала оценок и стереотипы, представленные, как правило, имплицитно. Оценочная рамка относится к прагматическому аспекту высказывания, но тесно связана и с семантической оценочной структурой.

Субъект оценки – один из основных и значимых элементов оценочной структуры. Это лицо или социум, с точки зрения которого дается оценка. Он может быть представлен эксплицитно, либо имплицитно, может выражаться с помощью прямого указания на лицо (*по-моему, на взгляд такого-то*), при помощи фраз с пропозициональными глаголами (*считать, казаться* и др.), при помощи других языковых структур. Субъект оценки обязательно эксплицируется при несогласии в оценках, опровержением чьего-либо мнения. В нашем случае в качестве субъекта оценки можно рассматривать политика и тот социум, интересы которого он представляет. Объект оценки – это те лица, события, положения, явления, процессы политической реальности, к которым относятся оценки.

Любая оценка включает в себя две части: эмоциональную, то есть экспрес-

сивную, и интеллектуальную, то есть рациональную или логическую. Первая понимается как тональность информации и связана с оценками на эмоциональном основании усиления и волеизъявления. Рациональная оценка отражает мнения объекта, то есть логический путь в установлении его ценности. В таких оценочных суждениях субъект и объект часто соединяются аксиологическими предикатами мнения, ощущения, восприятия, знания (*считать, казаться, расценивать, быть известным* и т.п.). Эти аксиологические предикаты вводят в суждение (текст) эксплицитную субъективность, указывая на присутствие оценивающего субъекта и представляя оценку как относящуюся к его концептуальному миру. «Модус полагания (мнения) – составляет тот шаткий мост, который человек может перекинуть из мира ценностей (мира должного и желаемого) в мир физический. Этому модусу, глаголом полагания, мнения и подчинены мотивы оценок, независимо оттого, какую синтаксическую позицию они занимают в структуре предложения» [2: 79]. Данная оценка отражает представление автора о положительном или отрицательном содержании описываемого явления, а также об отношении к адресату речи на основе логической дихотомии «хорошо / плохо».

Оценочный стереотип и норма относятся к имплицитно представленным элементам оценочной модальной рамки. Это то, с точки зрения чего производится оценивание объекта, та позиция или доводы, которые склоняют субъекта оценки к одобрению, порицанию или безразличному отношению в связи с разными вещами и обстоятельствами. Н.Д. Арутюнова отмечает, что оценочные значения устанавливают соответствие между миром и его идеализированной моделью, т.е. являются реляционными, они вскрывают присутствие или отсутствие в действительности идеального. Политическое газетное сообщение всегда строится с ориентацией на определенные нормы и стереотипы, которые могут иногда

провозглашаться публично [3].

Изучение прагматических особенностей оценки как составляющей стратегии выдвигает на первое место в речевом акте фигуру говорящего, занимающего в обществе определенное положение и строящего свою роль с целью осуществления коммуникативного намерения. При этом немаловажен тот факт, что говорящий может вступить в общение с кем-либо или сообщить что-либо лишь с оглядкой на слушающего, актуально или потенциально соотносясь с его рецептивными возможностями [3]. Естественно предположить, что для создания текста, который будет оказывать определенное воздействие на слушателя, используется средства всех уровней языка: фонетического, лексического, грамматического и просодического в их тесном взаимодействии, однако роль этих средств может варьироваться в зависимости от экстралингвистических факторов и, соответственно, средства того или иного уровня языка могут занимать либо ведущее, либо подчиненное положение. Для исследования функционирования оценки следует брать прагматически сильные (оказывающие влияние на мнение, позиции, взгляды аудитории) тексты, именно к таким относятся газетные тексты политического характера.

В политическом газетном дискурсе оценка играет большую роль. Можно утверждать, что нет ни одного текстового материала, в котором не содержалось бы момента оценочности. «Не только особые «хвалебные» слова, но и любое слово, сопряженное с каким-то устоявшимся стандартом, при своем употреблении способно вводить оценку. Называя вещь, мы относим ее к определенной категории и тем самым обретаем ее как вещь данной, а не иной категории. В зависимости от имени, каким она названа, от того образа, под который она подводится, вещь может оказаться хорошей или же плохой. Скажем, то, что именуется «древним», представляется прекрасным, но то,

что называется «старым», таковым не является. Плохой лом, говорил Б. Спиноза, что хорошие развалины. Даже слова, кажущиеся оценочно нейтральными, способны выражать ценностное отношение, что делает грань между описательной и оценочной функциями языковых выражений особенно зыбкой и неустойчивой. Как правило, вне контекста употребления выражения невозможно установить, описывает оно, оценивает или пытается сделать и то и другое одновременно [4].

Для некоторого вида политических газетных материалов типичны безличность или слабое проявление личности, книжная окраска, функционально окрашенная лексика, политические, экономические термины, аналитические сочетания. В других политических текстах используются самые разнообразные изобразительные и эмоциональные языковые средства для достижения запланированного эффекта и цели. Стиль газетной публикации политического характера – явление сложное, многогранное, оно складывается из многих черт, которые по-разному вступают во взаимоотношения друг с другом и играют разную роль в этой сложной системе. Это связано с тем, что язык политики представляет собой инструмент, с помощью которого политический деятель формирует свои мысли и идеи, обосновывает действия, защищает или опровергает целесообразность принимаемых решений. Язык политики также помогает ему воздействовать на адресата и вызывать у него в определенной ситуации нужные эмоции. Действительность при этом разделяется на «свою – хорошую» и «чужую – плохую». Тем самым в политическом дискурсе звучит голос эмоций, как положительных, так и отрицательных. Цель выбора тех или иных языковых средств в политическом газетном дискурсе состоит в том, чтобы сделать высказывание более убедительным для аудитории и воздействовать на её эмоциональное и рациональное состояния.

Оценочная составляющая стратегии может быть представлена целым рядом языковых средств (существительными, прилагательными, глаголами и другими частями речи). Рассмотрим оценочную составляющую на примере следующих текстовых фрагментов:

**Стратегия восхваления:**

*Moi, je (François Hollande) protège les enfants de la République...* – Именно я защищаю детей Республики... («Le monde», 03.05.2012).

Данный фрагмент текстовой газетной информации показывает, что Франсуа Олланд хочет показать себя с лучшей стороны и завоевать любовь и уважение избирателей, указывая на то, что вся его деятельность направлена на интересы народа, а именно на детей Республики. С помощью личного ударного местоимения *moi* «я», Франсуа Олланд хочет показать, что именно он и никто другой защищает детей. Таким образом, в настоящем примере функцию оценочной составляющей стратегии восхваления выполняют лексические единицы, входящие в состав словосочетания *protéger les enfants* «защищать детей». Доминирующую функцию выполняет глагол *protéger* «защищать», несущий основную смысловую нагрузку высказывания и обладающий мелиоративной (положительной) коннотацией. Иными словами, суть тактики восхваления данного текстового фрагмента состоит в том, чтобы рассказать избирателям о своих положительных сторонах, представить себя в лучшем свете на фоне оппонента, что позволило политике завоевать большее количество голосов.

**Стратегия дискредитации:**

*C'est un mensonge et c'est une calomnie. Vous (François Hollande) êtes un petit calomniateur en disant cela* – Это ложь и клевета. Вы похожи на маленького клеветника, говоря это («Le monde», 03.05.2012).

Здесь мы видим, что Николя Саркози агрессивно настроен против Франсуа Олланда, который якобы обманывает ау-

диторию и приводит недостоверные факты, отрицательно характеризующие Николая Саркози как политика. В связи с этим, оправдываясь перед публикой и высказывая свое недовольство по отношению к Олланду, Саркози называет его маленьким клеветником (*un petit calomniateur* «маленький клеветник») – эпитет с ярко выраженной экспрессивной окраской). Таким образом, в настоящем текстовом фрагменте оценочная составляющая стратегии дискредитации представлена существительными *un mensonge* «ложь», *une calomnie* «клевета», *un calomniateur* «клеветник». Каждое из обозначенных существительных обладает отрицательной коннотацией, то есть даёт отрицательную оценку личности, что и составляет стратегию дискредитации. Данный текстовый фрагмент представляет собой выдержку из публичной речи действующего в тот момент президента Франции, то есть является мнением крупного публичного политического деятеля.

Необходимо отметить, что оценочность языка политической публицистики, базируясь на основе общекоммуникативных средств выразительности языка, име-

ет огромный диапазон средств своего выражения [5]. Это обусловлено тем, что фактором формирования языка является не только общекоммуникативная задача – передать сообщение и информацию, но и пропаганда определенного мировоззрения и убеждений.

Все средства в политической газетном дискурсе призваны в убеждать и агитировать. Не случайно поэтому, несмотря на богатый и разнообразный репертуар оценочных средств, политическая публицистика постоянно испытывает их недостаток. Ни в одном, думается, функциональном стиле языка не сильна столь установка на оценочность изложения [6].

Необходимо подчеркнуть, что принцип социальной оценочности языка политической публицистики проявляется не только в предпочтении, преимущественном выборе языковых средств оценочной окраски, но и в том, что само внутрителивое развитие публицистического языка ведет к приобретению многими языковыми единицами социально-оценочных качеств. То есть публицистика не только отбирает из языка социально-оценочные средства, но и сама «производит» их.

#### Примечания:

1. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. 3-е изд., испр. М.: Флинта: Наука, 2008. 256 с.
2. Арутюнова Н.Д. Оценка, событие, факт. М., 1988. 204 с.
3. Ивин А.А. Основание логики оценок. М., 1970. 230 с.
4. Грушевская Т.М., Гассий Т.И. Политический газетный текст через призму маркеров субъектности // Вестник Адыгейского государственного университета. Майкоп, 2013. Вып. 3. С. 38-41.
5. Storti C. The Art of Crossing Cultures. Yamouth: Intercultural Press, 1990. 256 p.

#### References:

1. Chudinov A.P. Political linguistics: a manual. 3rd ed., corrected. M.: Flinta: Nauka, 2008. 256 pp.
2. Arutyunova N.D. Evaluation, an event, a fact. M., 1988. 204 pp.
3. Ivin A.A. Foundation of the logic of evaluations. M., 1970. 230 pp.
4. Grushevskaya T.M., Gassy T.I. Political newspaper text in the light of subjectness markers // The Bulletin of the Adyghe State University. Maikop, 2013. Iss. 3. P. 38-41.
5. Storti C. The Art of Crossing Cultures. Yamouth: Intercultural Press, 1990. 256 pp.