

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации
Направление 45.04.02 Лингвистика
Магистерская программа: Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой

_____ Т.Ю. Ма
« _____ » _____ 2016 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему: Оценка в заголовках новостных статей американских СМИ (на материале предвыборного дискурса)

Исполнитель студент группы 435-ом	_____	О.И. Булгакова
Руководитель доцент, канд. филол. наук	_____	Н.М. Залесова
Руководитель магистерской программы профессор, докт. филол. наук	_____	Т.Ю. Ма
Нормоконтроль доцент, канд. филол. наук	_____	Е.Ю. Баженова
Рецензент доцент, канд. филол. наук	_____	Е.В. Жаровская
Рецензент профессор, канд. филол. наук	_____	М.В. Карапетян

Благовещенск 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации
Направление подготовки 45.04.02 Лингвистика
Магистерская программа: Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений

УТВЕРЖДАЮ

И. о. зав. кафедрой

_____ Т.Ю. Ма
« _____ » _____ 2016 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента _____

1. Тема выпускной квалификационной работы: _____

(утверждено приказом от _____ № _____)

2. Срок сдачи студентом законченной работы _____

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: _____

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): _____

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): _____

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания _____

Руководитель выпускной квалификационной работы: _____

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): _____

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 91 с., 1 рисунок, 3 таблицы, 108 источников и включает в себя следующие разделы: введение, 1 глава, 2 глава, 3 глава, заключение.

ОЦЕНКА, ВИДЫ ОЦЕНКИ, ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ, ЗАГОЛОВОК, ПРЕДВЫБОРНЫЙ ДИСКУРС

В работе рассмотрены экспрессивные заголовки двух авторитетных американских Интернет-изданий «The Washington Post» и «The New York Times» по теме предвыборного дискурса США.

Актуальность исследования заключается в том, что языковая оценка часто играет важную роль в формировании общественного мнения и является своего рода средством манипуляции и фактором, определяющим имидж того или иного политического или общественного деятеля.

Цель диссертации – исследовать виды оценки в заголовках новостных статей американских СМИ на материале предвыборного дискурса

Объект исследования: заголовки новостных статей, посвященные президентским выборам в США.

Методы исследования: метод анализа научной литературы, методы индукции и дедукции как общенаучные методы, метод классификации, метод количественных подсчетов, метод контекстуального анализа.

Материалы диссертационного исследования были представлены на XXV Научной конференции Амурского государственного университета «День науки – 2016» (г. Благовещенск, 2016 г.); на X Международной студенческой научно-практической конференции «Научное сообщество студентов» (2016 г.). Тема доклада: «Роль и особенности функционирования заголовков новостных статей».

По материалам диссертации были опубликованы две научные работы: «Виды оценки в заголовках новостных статей на тему президентской предвыборной кампании (на материале качественной прессы США)» «Интерактивная наука» (2016 г.); «Роль и особенности функционирования заголовков новостных статей» в сборнике «Научное сообщество студентов» (2016 г.).

Ценность исследования заключается в том, что впервые оценка рассматривается как предмет характеристики двух кандидатов на пост президента США. Количественное соотношение положительной и отрицательной видов оценки по отношению к двум кандидатам на материале независимых электронных изданий СМИ дает возможность выявить отношение СМИ и общества к данным кандидатам.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	7
1 Семантическая категория оценочности в лингвистике	11
1.1 Категория оценки в лингвистике	11
1.2 Структура оценки	15
1.3 Типы оценки	21
1.4 Языковые средства выражения оценки	29
2 Заголовок. Особенности заголовков американской газеты	36
2.1 Роль и особенности функционирования заголовков новостных статей	36
2.2 Структура англоязычного информационного заголовка	38
2.3 Роль оценки в заголовках новостных статей	42
3 Виды оценки в предвыборном дискурсе американских СМИ	45
3.1 Предвыборный дискурс: определение и основные характеристики	45
3.2 Виды оценки в заголовках новостных статей Интернет-издания «The Washington Post»	47
3.2.1 Анализ заголовков, посвященных Хиллари Клинтон	48
3.2.2 Анализ заголовков, посвященных Дональду Трампу	53
3.2.3 Сравнительный анализ заголовков, посвященных разным кандидатам	61
3.3 Виды оценки в заголовках новостных статей Интернет-издания «The New York Times»	62
3.3.1 Анализ заголовков, посвященных Хиллари Клинтон	63
3.3.2 Анализ заголовков, посвященных Дональду Трампу	67
3.3.3 Сравнительный анализ заголовков, посвященных разным кандидатам	75
3.4 Сопоставительный анализ по материалам двух изданий	76
Заключение	79

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития общества значение ценностной стороны жизни резко возросло. Оценка как процесс установления ценностного отношения субъекта к объекту и как результат этого отношения выступает неотъемлемой частью процесса отражения реальной действительности и имеет когнитивную природу. В процессе познания окружающего мира человек неизбежно оценивает явления и факты действительности, выражая свое отношение к ним, что находит отражение в языке. В свою очередь язык, являясь важнейшим средством общения, выражает всевозможные оценки.

Данная работа посвящена исследованию оценки в заголовках новостных статей американских СМИ (на материале предвыборного дискурса).

Актуальность выбранной темы заключается в том, что языковая оценка часто играет важную роль в формировании общественного мнения и является своего рода средством манипуляции и фактором, определяющим имидж того или иного политического или общественного деятеля.

Гипотеза исследования: использование языковой оценки в заголовках новостных статей, посвященных предвыборным гонкам, позволяет передать отношение разных субъектов оценки к ее объекту.

Объектом исследования являются заголовки новостных статей, посвященные президентским выборам в США.

Предмет исследования: виды оценки, представленные в заголовках новостных статей на тему предвыборной гонки в США.

Цель диссертационной работы: исследовать виды оценки в заголовках новостных статей американских СМИ на материале предвыборного дискурса.

Для достижения поставленной цели в работе решались следующие **задачи:**

- 1) рассмотреть понятие оценки, ее структуру и основные классификации;
- 2) изучить языковые средства выражения оценки;

3) исследовать роль и функции англоязычного информационного заголовка;

4) рассмотреть понятие предвыборного дискурса, его основные характеристики;

5) выявить виды оценок, актуализируемых в предвыборном дискурсе на примере заголовков новостных статей, посвященных президентским выборам в США;

6) провести сопоставительный анализ видов оценки, используемых для описания разных кандидатов в президенты США на материале двух информационных изданий.

Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых: И.В. Арнольд, И.Р. Гальперина, Н.Д. Арутюновой, Е.М. Вольф, Е.Ф. Арсентьевой, А.Н. Кулакова, В.Л. Наер, А.А. Ивина, Л.А. Введенской, Э.И. Турчинской, А.П. Чудинова, Дж. Лакоффа, и других ученых.

Материалом исследования послужили 129 заголовков, взятых с официальных интернет-сайтов печатных версий изданий «The Washington Post» и «The New York Times», посвященных тематике выборов в президенты США, в частности, двум лидирующим кандидатам – Хиллари Клинтон и Дональду Трампу.

С учетом поставленных задач в диссертационной работе применялись следующие **методы**: 1) метод анализа научной литературы; 2) методы индукции и дедукции как общенаучные методы; 3) метод классификации; 4) метод количественных подсчетов; 5) метод контекстуального анализа.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые оценка рассматривается как предмет характеристики двух кандидатов на пост президента США. Количественное соотношение положительной и отрицательной видов оценки по отношению к двум кандидатам на материале независимых электронных изданий СМИ дает возможность выявить отношение СМИ и общества к данным кандидатам.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что она вносит определенный вклад в развитие основных представлений о языковой оценке и ее роли в предвыборном дискурсе. Рассмотрение видов оценки на материале СМИ позволяет выявить ее роль в освещении основных событий, происходящих в США, и определить как качественная пресса формирует мнение о кандидатах.

Практическую ценность работы можно определить возможностью применения полученных результатов исследования в практике преподавания английского языка, при подготовке лекционного материала и проведении семинарских занятий по лингвокультурологии и межкультурной коммуникации.

Апробация работы. Материалы диссертационного исследования были представлены на:

– XXV Научной конференции Амурского государственного университета «День науки – 2016» (г. Благовещенск, 2016 г.). Тема доклада: «Языковые средства выражения оценки».

– X Международной студенческой научно-практической конференции «Научное сообщество студентов» (2016 г.). Тема доклада: «Роль и особенности функционирования заголовков новостных статей».

По материалам диссертации были опубликованы две научные работы:

– «Роль оценки в заголовках новостных статей на тему президентской предвыборной кампании (на материале издания «The Washington Post»)» в международном научном журнале «Интерактивная наука» (г. Чебоксары, 2016 г.);

– «Роль и особенности функционирования заголовков новостных статей» в сборнике «Научное сообщество студентов» (г. Чебоксары, 2016 г.).

Положения, выносимые на защиту:

1. Исследование языковой оценки посредством анализа новостных заголовков на тему предвыборного дискурса, актуализируемого в качественных

американских СМИ, позволяет определить наиболее частотные виды оценки, характеризующие кандидатов на пост президента.

2. В современных американских СМИ преобладает отрицательный вид оценки кандидатов на пост президента США, что свидетельствует о том, что во время предвыборной кампании кандидаты и их партии склонны очернять друг друга в глазах избирателей, что и отражают СМИ.

3. Положительный вид оценки в основном актуализируется в заголовках, в которых представлена ссылка на мнение людей, поддерживающих данного кандидата. Только отрицательный вид оценки реализуется в высказываниях кандидатов в отношении друг друга.

4. Кандидату мужского пола в лице Дональда Трампа уделяется больше внимания, чем кандидату женского пола в лице Хиллари Клинтон, что свидетельствует о неравнозначном освещении предвыборной кампании двух кандидатов.

1 СЕМАНТИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ ОЦЕНОЧНОСТИ В ЛИНГВИСТИКЕ

1.1 Категория оценки в лингвистике

Языковая категория оценки представляет научный интерес не только для философов и логиков, но также продолжает не в меньшей степени привлекать внимание лингвистов. Важность оценки, как одной из сторон познавательной деятельности человека подпитывает интерес со стороны представителей различных областей знаний. Подобное внимание обуславливается «вездесущностью» оценки, ее «человеческим характером».

Н.Д. Арутюнова относит оценку к числу собственно человеческих категорий: «С одной стороны, она задана физической и психической природой человека, его бытием и чувствованием; с другой – задает мышление и деятельность человека, его отношение к другим людям и предметам действительности, его восприятие искусства»¹.

Тесная взаимосвязь лингвистики с фундаментальными науками (философия, психология) привела к восприятию языка как способа бытия сознания. В связи с этим описание такого сложного феномена как оценочность на сегодняшний день является актуальным, так как оценка позволяет понять суть познавательной и практической деятельности человека.

Оценочность в лингвистике определяют как заложенную в слове положительную или отрицательную характеристику человека, предмета, явления. Эмоциональность – как отраженное и закрепленное в семантике слова отношение, чувство говорящего к объекту речи².

А.А. Ивин, изучая логику оценок и норм, рассматривает оценку как «высказывание о ценностях», а ценность определяет как «предмет любого интереса, желания, стремления и т.п.»³.

¹ Арутюнова Н.Д. Аксиология в механизмах жизни и языка // Проблемы структурной лингвистики. М. 1982. С. 5.

² Цоллер В.Н. Экспрессивная лексика: семантика и прагматика // Филол. науки. 1996. № 6. С. 64.

³ Ивин А.А. Основания логики оценок. М. 1970. С. 7.

Семантическая категория оценки причисляется к одной из семантических универсалий в языке, так как она пронизывает собой буквально весь язык. В связи с тем, что каждое слово в языке связано с той или иной степенью, с тем или иным видом оценочной коннотации или с потенциальной ее возможностью, реализующейся в разнообразных конкретных ситуациях, категория оценки оказывается как бы «разлитой» по всему словарному составу языка⁴.

При рассмотрении оценки с лингвистических позиций, в первую очередь, указывается на то, что оценка определяется как закрепленная в семантике лексического слова положительная или отрицательная квалификация предмета, объекта действительности по признаку «хорошо / плохо» со стороны говорящего субъекта. Такая трактовка языковой оценки прослеживается в определениях многих ученых.

Д.Б. Токтамысова интерпретирует языковую оценку как «общественно закрепленное, социально устоявшееся отношение носителя языка к внеязыковому объекту, понимаемому в широком смысле как лицо, предмет, явление действительности и т.п., выраженное языковыми средствами эксплицитно или имплицитно. Это отношение (субъекта к объекту с точки зрения противопоставления «положительное / отрицательное», т.е. «хорошо / плохо») выступает в качестве узואально или окказионально выражаемого семантического свойства языковых явлений, именуемых оценочностью⁵.

З.Х. Ибадьдина подразумевает под оценочностью семантическую категорию (компонент), заключающийся в способности языковой единицы характеризовать обозначаемое в рамках оппозиции «хорошо / плохо»⁶.

Во всех приведенных выше определениях оценка связана с выражением положительного или отрицательного отношения говорящего субъекта, которое

⁴ Коноваленко Л.И. Семантико-синтаксические средства выражения оценочной модальности в русском и английском языках. – Автореферат дис. канд. филол. наук. Краснодар. 1997. С. 9.

⁵ Токтамысова Д.Б. Прагматический компонент лексической оценки лица в современном английском языке (положительная оценка). – Дис.... канд. филол. наук. Алматы. 1996. С. 20-21.

⁶ Ибадьдина З.Х. Эмотивная лексика казахского и русского языков. – Дис.... канд. филол. наук. Алматы. 1997. С. 36.

закреплено, т.е. зафиксировано в языковых средствах. Таким образом, оценочность представлена в языковых единицах и является поэтому фактом языка, сферой функционирования которого является речь.

Е.М. Вольф говорит о том, что с точки зрения семантики, оценка представляет собой «ценностный аспект значения языковых выражений, который может интерпретироваться с позиции субъекта оценки в отношении объекта оценки по признаку хороший / плохой»⁷.

Оценка рассматривается в качестве фактора, формирующего ценностную картину мира, поскольку представления о ценностях присущи каждой культуре. Ценностная картина общества включает в себя определенный набор и иерархию ценностей, которые выражаются в оценку. «Процесс оценки – это способ реализации ценности объекта, осознание субъектом ценностной предметности объекта, реализующееся в виде суждения о той ценностной предметности, которая стала предметом оценки»⁸. Оценка основывается на человеческих знаниях, представлениях, а также на системе национально-культурных стереотипов. Таким образом, категория языковой оценки признается основным способом отражения системы ценностей в языке.

Важнейшей особенностью оценки является то, что в ней всегда присутствует субъективный фактор, взаимодействующий с объективным. Мнения ученых по вопросу соотношения субъективного и объективного факторов в оценке расходятся. С одной стороны, оценочность отождествляется со всей областью субъективного в языке, и любое использование языка субъектом рассматривается как оценочное. Г.В. Колшанский признает наличие оценочного момента в любом познавательном акте и, следовательно, «оценка содержится... повсюду, где происходит соприкосновение субъекта познания с объективным миром и вербальное выражения этого соприкосновения»⁹.

Н.Д. Арутюнова акцентирует внимание на том, что оценка выражает субъективное отношение к явлениям окружающего мира, а не отражает их

⁷ Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 13.

⁸ Богуславский В.М. Проблемы структурной лингвистики. М. 1982. С. 116.

⁹ Колшанский Г.В. Соотношение субъективного и объективного факторов в языке. М. 2005. С. 141.

объективные характеристики. Субъективный характер категории оценки можно объяснить зависимостью оценки от номинатора определенной реалии, его системы ценностей и отношений к миру¹⁰.

С другой стороны, ученые говорят о том, что не следует игнорировать объективный фактор в оценке. Выражая свое отношение к объекту оценки, субъект опирается не только на свои личные предпочтения, но и на свойства оцениваемого объекта (предмета или явления окружающего мира). Более того, необходимо учитывать существование обоих факторов – субъективного и объективного. Любая характеристика исходит из объекта-человека и имеет, наряду с объективной, обязательную или, более узко, ценностную отнесенность¹¹.

В этом заключается особенность оценочной таксономии, ее основное отличие от природной таксономии объектов и событий. Если, объединяя предметы в естественные ряды, человек стремится проникнуть в их объективную сущность, то, создавая оценочные таксономии, он отражает в них свои интересы, вкусы, надежды, страхи, суеверия¹². Для того, чтобы оценить объект, человек должен сначала познать его реальные свойства и только затем выразить свое отношение к ним. Таким образом, субъективный подход к предметам не может предшествовать объективному, он за ним следует.

Рассмотрение субъективных и объективных факторов в оценке предполагает разграничение оценочных и дескриптивных компонентов значения. Традиционно считается, что связь между дескриптивными и оценочными значениями наиболее четко и очевидно проявляется в системе прилагательных, для которых основу составляет признаковая семантика. Так, среди прилагательных выделяют дескриптивные слова, которые не содержат никакой оценки (например, португальский, серебряный, вечерний, двуногий и т.п.), собственно оценочные (хороший, отличный, великолепный, потрясающий, плохой и т.п.) и прилагательные, которые сочетают оценочный

¹⁰ Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М. 1999. С. 56-62.

¹¹ Иванов Л.Ю. Текст научной дискуссии: Дейксис и оценка. М. 2003. С. 43-45.

¹² Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М. 1999. С. 6.

смысл с дескриптивным (удобный, интересный, умный, занимательный, красивый, уродливый)¹³.

Итак, Н.Д. Арутюнова акцентирует внимание на том, что описательные значения фиксируют отношения между языком и окружающим миром, а оценочные значения характеризуют отношения между окружающим миром и его идеализированной моделью наличие или отсутствие соответствия между этими мирами, отражение одного в другом¹⁴.

Таким образом, лингвистика помогает определить понятие оценки и ее роль в жизни носителей языка. Описание категории оценки достаточно подробно дается как в отечественном, так и зарубежном языкознании, где сформулированы проблемы оценочных значений, высказываний, специфика их функционирования и способы выражения оценки в тексте.

1.2 Структура оценки

В настоящее время, признавая за оценкой статус самостоятельной языковой категории, исследователи по-разному определяют ее природу, структуру, разграничение видов оценки, систематизацию средств выражения. Оценка характеризуется особой структурой. Исходя из логики оценок, выделяются четыре обязательных компонента оценочной структуры.

Первым из них является оценивающий субъект, т.е. лицо, приписывающее ценность какому-либо предмету путем выражения оценки.

Второй компонент – объект, т.е. оцениваемый предмет (объектом оценки могут также быть отдельные свойства описываемого предмета); Специфический характер предмета, которому приписывается определенная ценность, заключается в соотношении денотативного и концептуального значения. Первый связан с многообразием предметов, мотивирующим оценку, второй – с понятиями, характеризующими свойства предметов, мотивирующие оценку.

¹³ Вольф Е.М. Варьирование в оценочных структурах. М. 1979. С. 273-294.

¹⁴ Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. С. 182.

Третьим компонентом является характер (оценочный элемент) оценки. Он определяется тем, квалифицирует ли оценка предметы как хорошие и плохие. Говоря о *характере оценки*, необходимо отметить, что он отличается двуступенчатым содержанием. На первой ступени все оценки могут быть разделены на две группы. В первую из них входят абсолютные оценки, в формулировках которых используются такие термины, как «хороший», «плохой», «добро», «зло», «безразличное». Во вторую – сравнительные оценки, выражаемые с помощью таких терминов, как «лучше», «хуже», «равноценно». Проблема первичности / вторичности абсолютной и сравнительной оценок составляет одну из основных проблем аксиологии.

На второй ступени оценки обоих видов выражают положительное или отрицательное отношение субъекта к объекту, связанного как с позицией объекта на шкале оценок (зона положительного / отрицательного / безразличного), так и с эмоциями, ощущениями и концептуальным миром субъекта.

Как абсолютные, так и сравнительные оценочные понятия образуют триплеты:

Хорошо – безразлично – плохо

Лучше – равноценно – хуже.

Слово «оценка» употребляется обычно для обозначения установления ценностного отношения между субъектом и объектом.

Четвертым компонентом оценки является ее основание. Под ним понимаются позиция и доводы, склоняющие субъекта к одобрению или порицанию¹⁵. Основание – категория логико-психологическая, проявляющая себя, прежде всего, в отношении субъекта к норме и стандарту, к пользе, к этике и морали. Лингвистическая категория оценки предполагает наличие дополнительных компонентов в своей структуре, таких как оценочный предикат, шкала, аспект, мотивировки оценки. В частности, В.Н. Телия рассматривает структуру оценки в языке следующим образом: «Субъект

¹⁵ Ивин А.А. Основания логики оценок. М. 1970. С. 36.

(личность с ее вкусами и мировоззрением) и объект (фрагмент мира в его системных связях) соединены оценочным суждением, в котором выражается то или иное пристрастие субъекта к миру»¹⁶.

В качестве субъекта оценочной структуры может выступать лицо, часть социума или социум в целом; или же оценка может быть представлена как не имеющая субъекта и истинная в «реальном мире». Иначе говоря, оценка всегда регулятивна. Согласно А.А. Ивину, формулировка релятивизма заключается в том, что «являющееся хорошим для одного, может не быть хорошим для другого, и следует всегда указывать, для кого именно нечто хорошо, т.е. релятивизировать оценку путем указания лица, высказывающего ее»¹⁷.

Роль субъекта в оценочном акте определяется отраженной в индивидуальном сознании структурой иерархически связанных ценностных представлений, а также сложившимися общественными стереотипами и нормами, культурой и национальной спецификой¹⁸.

В лингвистических исследованиях, посвященных проблеме субъекта в оценочных высказываниях, отмечается, что субъект оценки отличен от субъекта говорения. Первым может быть как автор текста, так и любое действующее лицо. Также разделяют два вида субъектов: тот, с точки зрения которого производится оценка, и тот, для которого объект имеет ценность. Условно их называют субъект оценки и субъект «пользы», или бенефактивный субъект, бенефициант¹⁹.

Исследователи отмечают, что субъект оценки может быть не выражен в высказывании, при этом оно не теряет свой оценочный смысл. Напротив, объект оценки всегда обязательно присутствует в высказывании, и в качестве

¹⁶ Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М. 1986. С. 28.

¹⁷ Ивин А.А. Основания логики оценок. М. 1970. С. 37.

¹⁸ Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М. 1986. С. 31; Миронова Н.Н. Оценочный дискурс: проблемы семантического анализа. 1997. № 4 С. 52; Карасик В.И. Категориальные признаки в значении слова. М. 1988. С. 37.

¹⁹ Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 62.

него может выступать лицо, предмет, событие или положение вещей, к которым относится оценка²⁰.

Специфика объекта в оценочной структуре определяет основное отличие оценки от классификации: оценка служит для выделения объекта из класса ему подобных, в то время как классификация вводит объект в состав класса. Именно наличие класса однородных объектов предполагает выведение оценки.

Необходимым требованием к предмету для его оценки является выполнение им определенной функции. Оценка становится возможной только тогда, когда предмет становится функционально значимым, при этом указываются критерии, признаки, по которым выносятся оценочное суждение (например, хорошая планета – для посадки космического аппарата, хороший крокодил – с кожей, пригодной для поделок)²¹.

Семантическая связь оценочных слов и обозначений объекта оценки осуществляется на базе аспекта оценки (основной переменной), указывающего на признаки объекта, по которым он оценивается. Так, для шкалы «умный / глупый» аспектом будет концепт «ум». В высказываниях об оценке часто используются мотивировки, которые выражают критерии оценки, т.е. свойства, по которым судят о других свойствах объекта. Если в высказывании не указан аспект (чаще всего при оценках людей), то в мотивировках могут содержаться слова, показывающие, по каким аспектам дается оценка.

Проблема аксиологических предикатов не вызывает больших расхождений во взглядах ученых. Аксиологические предикаты – это класс предикатов, которые входят в структуру оценки, объединяя ее субъект и объект. Е.М. Вольф выделяет специфические для оценочных высказываний группы предикатов: считать, полагать (предикаты «мнения», казаться (особенностью которого является то, что в центре высказывания стоит не субъект оценки, а ее объект, занимающий позицию подлежащего), чувствовать

²⁰ Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений : оценка, событие, факт. М. 1988. С. 56.; Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 69

²¹ Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 69

(характерный для эмоционально оценки) и их свернутые аналоги: по-моему и т.п.²².

Неотъемлемой частью оценочной структуры является шкала оценок. Согласно традиционному подходу, оценка измерима в шкальных значениях²³. Так, определить, является объект хорошим или плохим, возможно только при сравнении признаков данного объекта с признаками других объектов в пределах однородного класса и соотнесении сравниваемого признака с определенным отрезком оценочной шкалы. По утверждению Р.З. Мурясова, ценность ориентирована на эталон, оценка – результат сравнения с эталоном²⁴. Таким образом, можно сделать вывод, что сравнение является одним из факторов, определяющим структуру оценки. По мнению С.О. Карцевского, «сравнить – значит выразить свое отношение, «оценить», «измерить», руководствуясь чувствами и нашими страстями»²⁵.

Анализируя оценочную шкалу, Н.Д. Арутюнова утверждает, что она имеет недискретный, континуальный характер. При этом автор выделяет семантический комплекс «хорошо – плохо» как относящийся к разряду градуированных понятий, где каждый антоним указывает направление уходящей в противоположные бесконечности шкалы, разделенной осью симметрии²⁶.

Е.М. Вольф указывает на то, что на шкале находится целый ряд признаков, которые могут двигаться по нарастающей / убывающей, часто независимо друг от друга. Следовательно, можно назвать ее динамический характер – движение в сторону нарастания и убывания признака. В языке движение по оценочной шкале отражается при помощи средств интенсификации и деинтенсификации. Причем, усиление признака «хорошо» или признака «плохо» (интенсификация) и ослабление признака «хорошо» или

²² Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 75.

²³ Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт. М. 1988. С. 56.; Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 74.

²⁴ Мурясов Р.З. Опыт анализа оценочного высказывания // Вопросы языкознания. М. 2004. № 5. С. 70.

²⁵ Карцевский С.О. Сравнение // Вопросы языкознания. 1976. № 1. С. 112.

²⁶ Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт. М. 1988. С. 332.

признака «плохо» (деинтенсификация) возможны как в зоне положительного, так и в зоне отрицательного. Средства интенсификации в различных языках весьма разнообразны. Так, интенсификация может быть выражена в семантике слов, устойчивых выражениях или обозначаться аффиксами²⁷.

Важно отметить, что на всем протяжении оценочная шкала неоднородна. Как известно, она включает в себя зону положительного и отрицательного (хорошо / плохо). Однако между этими крайними зонами располагается еще одна промежуточная зона, которая именуется исследователями по-разному – нейтральная зона, нулевая зона, зона безразличного. Она является точкой отсчета при оценке, и в ней сбалансированы «–» и «+»

Для того, чтобы расположить оценочное суждение на шкале, необходимо соотнести оценочный результат со стандартными представлениями об объекте²⁸. Следовательно, нормы, стандарт, эталонные представления являются точкой отсчета оценочной шкалы и обуславливают ее асимметричность: положительным считается то, что соответствует норме, отрицательным – то, что ей не соответствует. Норма представляет своеобразный социальный, интеллектуальный, моральный «эталон», относительно которого осуществляется акт оценки. В речи индивида норма как критерий оценки делается частью субъективной системы ценностей.

В языке и мышлении существует некоторое унифицированное отражение норм, также зависящее от субъективных факторов человеческой природы – стереотип. Наблюдения показывают, что это объект, обладающий стандартным набором оценочных признаков, соотнесенных с нормой. В оценочном значении стереотип присутствует в скрытой форме: представление о стандарте остается как бы в общих сведениях, оно принадлежит концептуальной картине мира в ее

²⁷ Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 88.

²⁸ Там же. С. 77.; Писанова Т.В. Национально-культурные аспекты оценочной семантики : эстетические и этические оценки. М. 1997. С. 64; Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М. 1986. С. 47.

обиходно-бытовом варианте или же в ареалах того или иного типа значения. Социальная обусловленность стереотипов подчеркивается многими учеными²⁹.

Идеалы, стереотипы, стандарты являются неотъемлемой частью человеческого сознания. Л. Витгенштейн пишет: «Идеал неподвижно сидит в наших мыслях. Он подобно очкам сидит у нас на носу, и то, на что мы глядим, мы видим сквозь него»³⁰. Представление о стандартах, или эталонах и есть та «антропометрическая позиция, которая служит тем фильтром, сквозь который, как через цветное стекло, воспринимается мир»³¹.

Таким образом, структура оценки включает элементы трех типов: те, которые обычно эксплицируются (объект оценки), элементы, как правило, имплицитные (шкала оценок, оценочный стереотип, аспект оценки) и элементы, которые реализуются и в эксплицитном, и в имплицитном виде (субъект оценки, аксиологические предикаты, мотивировки оценок).

1.3 Типы оценки

Одной из основных проблем исследования оценки также является выделение типов оценки. Существует множество классификаций оценок, которые основываются на различных критериях.

Первый критерий – аксиологическая интерпретация. Два значения аксиологического оператора – «хорошо / плохо» – позволяют в зависимости от знака «+» или «-» выделить два типа оценки:

- 1) положительную (мелиоративную);
- 2) отрицательную (пейоративную, дерогативную)³².

Данная классификация носит наиболее обобщенный характер, т.к., опираясь на аксиологическую основу категории оценки, позволяет ответить на вопрос: положительно или отрицательно относится автор высказывания к объекту действительности, признает или не признает его ценность.

²⁹ Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. М. 1990. С. 42.; Маркелова Т.В. Функционально-семантическое поле оценки в современном русском языке. 1994. № 4. С. 12.

³⁰ Витгенштейн Л. Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. М. 1985. вып. XVI. С. 122.

³¹ Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М. 1986. С. 39.

³² Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 23.

По характеру, Е.Ф. Арсентьева также предлагает делить оценки на положительные и отрицательные, однако относит к ним еще и нейтральные оценки. В основе этих видов лежит одобрение, осуждение или отсутствие ярко выраженных одобрения или осуждения как констатация социально устоявшейся оценки какого-либо явления³³.

Второй критерий – наличие эмотивного компонента. В зависимости от наличия или отсутствия эмотивного компонента оценка бывает:

- 1) рациональной (интеллектуально-логической);
- 2) эмоциональной³⁴.

Рациональная опирается на социальные стереотипы и выражается оценочным суждением. Эмоциональная предполагает непосредственную реакцию на объект, характеризуется экспрессивностью. Она базируется на индивидуальных, иногда ситуативных стереотипах, содержащихся в представлениях конкретного говорящего (субъекта оценки). Значение рациональной оценки, напротив, стремится освободиться от временных рамок. Эмоциональная оценка направлена на то, чтобы изменить эмоциональное состояние собеседника и вызвать соответствующую реакцию, а рациональная рассчитана на согласие или несогласие с высказанным мнением³⁵.

Авторы отмечают, что разные типы оценки могут быть выражены в языке по-разному. Так, для эмоциональной оценки достаточно употребление одного междометия, а рациональная оценка обычно представляет собой многоэлементные выражения, полупердикатные конструкции³⁶.

Ср.: По всеобщему мнению, он поступил плохо и Негодяй!

Третий критерий – соотношение объективного и субъективного факторов. Сложное взаимодействие объективных и субъективных свойств объекта позволяет говорить о его дескриптивных (собственные свойства объекта: крас-

³³ Арсентьева Е.Ф. Когнитивная лингвистика и категория оценки во фразеологии. Тамбов. 1998. С. 5.

³⁴ Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 40.; Карамова А.А. Категория оценки в современном русском языке. Уфа. 2003. С. 9.

³⁵ Вольф Е.М. Эмоциональное состояние и их представление в языке. М. 1989. С. 61.

³⁶ Валов А.Ю. Слово в словаре и в тексте. М. 1991. С. 95.; Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 40.

ное, круглое, спелое яблоко) и оценочных признаках (свойства, приписываемые субъектом: *хорошее яблоко*). Обозначения первого ряда, содержащие оценочный компонент (*талантливый, усердный, добрый, нахальный, глупый* и т.д.), называют частнооценочными, а слова второго ряда (*хороший, отличный* и т. п.) – общеоценочными.

Таким образом, в зависимости от характера оценочного признака, обусловленного взаимодействием объективных и субъективных факторов, выделяют две разновидности оценок:

- 1) общая оценка (холистическая оценка, аксиологический итог);
- 2) частная оценка³⁷.

Финский логик Г. фон Вригт выделил общие и частные типы оценочных значений на основании концептов добра (на основе анализа прилагательного *good*).

Н.Д. Арутюнова критикует классификацию оценок Г. фон Вригта, говоря о том, что при анализе употребления прилагательного *good* в большинстве случаев имелось в виду такое его использование, при котором оно эквивалентно более конкретным синонимам (например: *useful* «полезный», *beneficial* «благоприятный» и т.п.). То есть в данной классификации имеет место замена общей оценки частной.

Как подчеркивает Н.Д. Арутюнова, «оценка создает совершенно особую, отличную от природной, таксономию объектов и событий»³⁸. По мнению исследователя, все аксиологические значения в языке представлены двумя основными типами: общеоценочным и частнооценочным³⁹.

В общеоценочных словах типа *хороший, плохой, великолепный, худший* оценка составляет собственно денотативное значение слов, причем в их семантике может отсутствовать или наличествовать эмотивный компонент, выражающий экспрессию говорящего. Общеоценочное значение выражает

³⁷ Wright G.H. von. The Varieties of Goodness. N.Y.; London. 1963. P. 84; Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М. 1988. С. 98.

³⁸ Арутюнова Н.Д. Аксиология в механизмах жизни и языка. М. 1984. С. 54.

³⁹ Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М. 1988. С. 198.

аксиологический итог, холистическую оценку. Наряду с общеоценочными словами, существуют слова типа приятный, грустный, желанный, вредный, добрый, образующие более обширную и разнообразную группу частнооценочной лексики. В данных значениях слов дается оценка одному из аспектов объекта с определенной точки зрения, то есть в основе классификации частнооценочных значений лежит взаимодействие субъекта оценки с ее объектом.

Беря за основу характер основания оценки, Н.Д. Арутюнова выделяет три группы частнооценочных значений, включающие семь разрядов⁴⁰.

Первая группа – это сенсорные оценки, они делятся на: 1) сенсорно-вкусовые, или гедонистические оценки – то, что нравится: *nice, attractive, pleasant* и 2) психологические, среди которых различаются: а) интеллектуальные оценки: *interesting, banal* и б) эмоциональные: *glad, desirable*.

Вторая группа – это сублимированные, или абсолютные, оценки: 1) эстетические оценки, основанные на синтезе сенсорных и психологических: *beautiful, perfect*; 2) эстетические оценки, подразумевающие нормы: *kind, moral, vicious*.

И, наконец, последние три разряда, составляющие третью группу, – это рационалистические оценки, связанные с практической деятельностью человека. Они включают: 1) утилитарные: *useful, harmful*; 2) нормативные: *right, normal*; 3) телеологические: *effective, unsuccessful*.

Таким образом, в основе этой классификации лежит взаимодействие субъекта оценки с ее объектом.

Классификация оценок Н.Д. Арутюновой является наиболее детальной, затрагивает ряд аспектов и позволяет:

- 1) во-первых, разграничить чисто оценочные признаки («хорошо / плохо») и признаки, сочетающие оценочный смысл с дескриптивным;
- 2) во-вторых, определить характер дескриптивного признака (сенсорновкусовой, утилитарный и т.д.);

⁴⁰ Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М. 1988. С. 112.

3) в-третьих, проследить уровень эмоционального / рационального в частных оценках (в сенсорных оценках будет выше уровень эмоционального, нежели рационального).

Четвертый критерий – способ оценивания. В зависимости от формулировки оценочного высказывания и в зависимости от количества объектов оценки выделяют два типа оценки:

- 1) абсолютная оценка;
- 2) сравнительная (относительная) оценка⁴¹.

В формулировках первой используются такие термины, как «хорошо / плохо», второй – «лучше / хуже». При абсолютной оценке речь идет, как правило, об одном оценочном объекте, при сравнительной – имеются по крайней мере два объекта или два состояния одного и того же объекта. Иными словами, абсолютная оценка содержит имплицитное сравнение, основанное на общности социальных стереотипов, в то время как сравнительная оценка основана на сопоставлении объектов друг с другом. В плане языкового выражения данных типов оценки выделяют абсолюты («позитивы») и градуаторы (больше чем, меньше чем)⁴².

Ср.: Он хороший спортсмен; Этот бегун лучше, чем тот.

Приведенная классификация позволяет говорить о конструктивно различных оценочных высказываниях (для выражения сравнительной оценки используются более сложные конструкции), а также о различии в семантике этих двух типов оценки (абсолютная оценка оказывается более сложной по семантике, т.к. в ней сравнение присутствует имплицитно и предполагается наличие фоновых знаний об объекте оценки).

Пятый критерий – влияние контекста. Учитывая влияние контекста на реализацию семантики оценочных единиц, различают две разновидности оценки:

- 1) ингерентная (языковая, узуальная) оценка;

⁴¹ Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 2006. С. 15.

⁴² Сэпир Э. Градуирование. Семантическое исследование. М. 1985. Вып. 16. С. 47.

2) адгерентная (речевая, окказиональная) оценка⁴³.

Так, например, высказывание *Хануга* (о человеке) – и в контексте, и вне контекста будет иметь оценочное значение, т.к. выражено лексемой с негативным оценочным значением «тот, кто крадет, присваивает неблагоприятным способом»⁴⁴.

В следующем фрагменте высказывание приобретает оценочное значение в контексте:

Охлопков покачал головой:

– *Упрямый парень.*

– *Сибиряк, – с иронией, но и с тихим восхищением ответил Вик (О.Н. Ермаков).*

Неоценочное само по себе слово *сибиряк*, имеющее значение «житель, уроженец Сибири»⁴⁵, становится оценочным в контексте предшествующего оценочного высказывания *Упрямый парень*, приобретая значение «человек с твердым, закаленным характером, вырабатываемым суровым климатом и природой Сибири». Поддерживает оценочное значение и последующий контекст – авторская речь, которая к основному оценочному значению добавляет ироничный оттенок: твердый, закаленный характер, может быть, чересчур прямолинейный.

Данная классификация позволяет максимально широко взглянуть на оценочные высказывания, за счет привлечения адгерентных оценок увидеть расширение репертуара оценок.

Оценка находит свою реализацию как в системных средствах языка, так и в речи. В связи с этим разграничивают *оценочные смыслы* и *оценочные значения*. Первые реализуются в речевых высказываниях, вторые представлены в системе языка, где оценка является элементом значения единицы любого

⁴³ Якушина Р.М. Динамические параметры оценки: (На материале современного английского языка): дис. ... канд. филол. наук. Уфа. 2003. С. 74.

⁴⁴ Ожегов С.И. Словарь русского языка. Екатеринбург. 1994. С. 747.

⁴⁵ Там же. С. 621.

уровня – фонетического, морфологического, лексического, синтаксического и текстового⁴⁶.

Большое количество различных типологий оценки можно объяснить нечеткостью лингвистического структурирования оценочного смысла. Т.В. Маркелова отмечает его языковую и речевую «вездесущность», реализуемую на разных языковых уровнях единицами, объединенными общей семантической ценностной доминантой *хорошо / нормально / плохо*. Поэтому насущной проблемой является систематизация средств выражения оценочных значений в русском языке, причем реальные проблемы воплощения этой цели требуют анализа взаимодействия всех трех аспектов функционирования языковых средств – в системе – семантического, грамматического и прагматического⁴⁷.

Каждая из рассмотренных выше типологий построена на выделении одного классификационного признака и, следовательно, позволяет рассматривать оценку в выбранном аспекте. Однако, часто для анализа языковых явлений (например, оценочного высказывания) недостаточно какой-то одной отдельно взятой классификации оценок. Видится необходимым создание многомерной классификации оценок, учитывающей средства выражения оценочного значения.

Многомерную классификацию оценок можно представить в виде следующей схемы на рисунке 1:

⁴⁶ Баженова И.С. Обозначения эмоций в худ. тексте (прагматический аспект): автореф. дис. д-ра филол. наук: 10.02.09. М. 2004. С. 31.; Миронова Н.Н. Оценочный дискурс: проблемы семантического анализа // Известия России. Серия «литература и язык». Т. 56. 1997. № 4. С. 18.

⁴⁷ Маркелова Т.В. Семантика и прагматика средств выражения оценки в русском языке. 1995. № 3. С. 78.

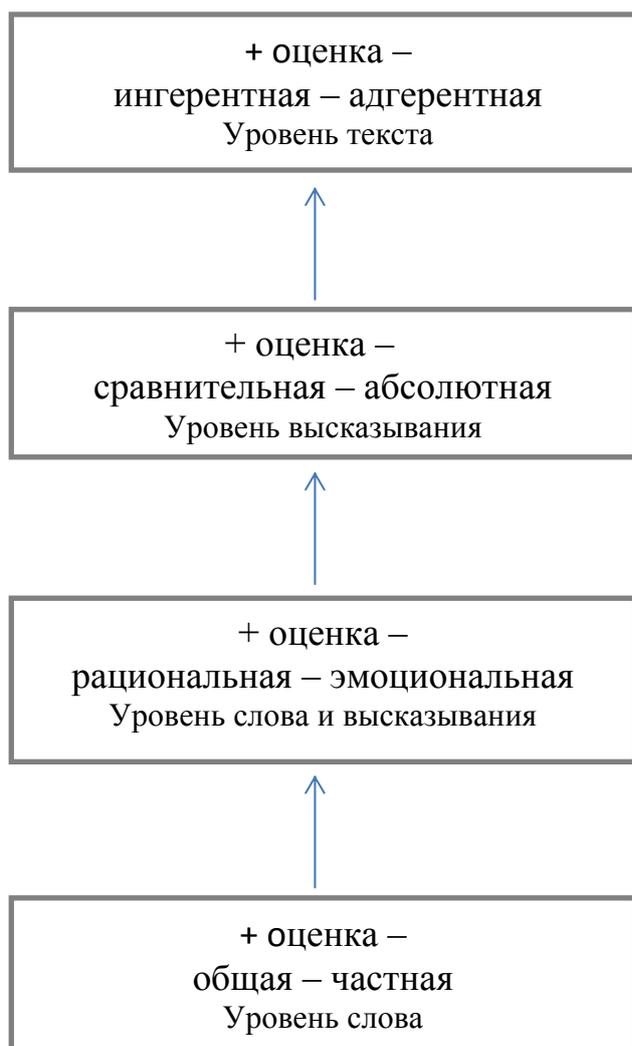


Рисунок 1 – Многомерная классификация оценок

В предлагаемой классификации оценок скоординированы пять вышерассмотренных типологий.

Типология на основе критерия аксиологической интерпретации (выделение положительной и отрицательной оценки) является магистральной, т.к. признание или непризнание ценности объекта и есть суть акта оценки. Поэтому, говоря об оценке, мы всегда предполагаем определение оценочного признака и размещение его на оценочной шкале.

Остальные четыре типологии выделены в отдельные блоки, расположенные на соответствующих проявлению рассматриваемого признака уровнях.

Названные уровни и блоки располагаются снизу вверх, т.к. с каждым уровнем возрастает размер языковой единицы с оценочным значением (от

слова к тексту). Так, мы можем определить общеоценочный или частнооценочный характер значения у одного слова, а является ли оценка языковой или окказиональной – только в рамках сложного синтаксического целого или текста.

Таким образом, в предлагаемой классификации сделана попытка соотносить семантику и прагматику средств выражения оценки, что видится необходимым для наиболее полной характеристики оценочных смыслов.

Подводя итог вышесказанному, хочется подчеркнуть, что категория оценки пронизывает все уровни языка и тесно связана с миром оценивающего человека, и поэтому изучение оценки в языке остается многоаспектным, во многом спорным и открытым вопросом.

1.4 Языковые средства выражения оценки

Как ценностный аспект значения оценка может быть ограничена элементами меньшими, чем слово, а может характеризовать и группу слов, и целое высказывание.

Считается, что категория оценки потенциально включает все возможные вербальные и невербальные средства выражения, целью которых является создание со стороны говорящего определенной положительной или отрицательной установки, направленной на оценивание объекта, события или явления в ситуации дискурса (общения)⁴⁸. В самом общем значении средства выражения оценки можно назвать своего рода индикаторами (показателями) удовольствия или неудовольствия, согласия или несогласия, то, что нравится или что отталкивает. Все это может выражаться различными языковыми и неязыковыми средствами: нахмуренность или улыбка (выражение лица как показатель оценки); дружелюбный, мягкий голос или враждебный, резкий (голосовые, звуковые выражения оценки); выбор оценочной лексики, употребление оценочного вокатива, уменьшительно-ласкательных как морфологических (суффиксов), так и лексических (лексем) средств выражения, прилагательных и их степеней сравнения, оценочных предикативных

⁴⁸ Caffi C. Towards a pragmatics of emotive communication. Vol 22. 1994. P. 352.

прилагательных, антонимических пар прилагательных, валентных глаголов, оценочных наречий, наречий образа действия и различных типов стилистических субститутов (собственно вербальное выражение оценки)⁴⁹.

Таким образом, языковые средства выражения оценки можно классифицировать как лексические (морфологические и словесные), синтактико-семантические, паралингвистические и графические.

К лексическим морфологическим средствам выражения оценки в английском языке относятся аффиксы, обладающие оценочным значением: *dog* – *doggy*, *old* – *oldie*, *lamb* – *lambkin* – положительная оценка или *drunk* – *drunkard*, *cow* – *coward*, *kid* – *kiddo* – отрицательная оценка⁵⁰. В значение слов также входит оценочный компонент, что позволяет говорить о группе лексических словесных средств e.g.: *a horse (a solid-hoofed plant-eating quadruped, with flowing mane and tail, used for riding and carry and pull loads)*, – *a jade (an inferior or worn-out horse)*; *houses (buildings for human habitation)*, – *slums (buildings unfit for human habitation)* etc.

Существуют целые слои лексики, предназначенные для выражения оценки: прилагательные и наречия, которые обнаруживают огромное разнообразие оценочной семантики: *good* – *bad*, *beautiful* – *ugly*, *outstanding* – *miserable*, *well* – *awfully* etc⁵¹. В английском языке существует целая группа глагольных предикатов с оценочным компонентом в своей семантической структуре: *to like*, *to hate*, *to adore*, etc.

Одним из самых сильных средств выражения оценки является языковая метафора. Это связано с тем, что при метафоризации объект «получает новое имя», что нарушает отлаженный механизм восприятия, делая его намного осязаемее. Судя по метафоре, мы получаем знания, что порицается, а что одобряется в том или ином языковом сообществе. Оценка устойчиво закрепляется в сознании языкового коллектива за той или иной метафорой⁵².

⁴⁹ Caffi C. Towards a pragmatics of emotive communication. Vol 22. 1994. P. 355.

⁵⁰ Stump G.T. How peculiar is evaluative morphology? 1993. Vol. 29. P. 23.

⁵¹ Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. М. 2002. С. 117.

⁵² Вольф Е.М. Варьирование в оценочных структурах. М. 1979. С. 275.

Путем процесса метафоризации по модели Дж. Лакоффа и М. Джонсона GOOD IS UP / BAD IS DOWN появляются как новые слова, так изменяются значения старых.

К синтактико-семантическим средствам выражения оценки можно отнести следующие случаи. Некоторые высказывания, не имеющие оценочного значения, приобретают оценочный компонент благодаря словам, содержащим сему оценки: *real, born, just, pure, etc.*, а также следующими интенсификаторами: *very, totally, extremely, absolutely* etc. *Mike is a born swimmer!* = *Mike is a good swimmer!* *She is a real teacher* = *She is a good teacher.*

Подтверждение этой идеи находим у Э. Трауготт⁵³, которая утверждает, что даже некоторые модификаторы степени, такие как *very, truly, pretty, awfully, virtually* и т.п. в последнее время претерпевают сдвиг в значении от наречий образа действия к частицам, выражающим оценку со стороны говорящего нормативной отнесенности избранной лексической единицы.

Оценку содержат и модальные высказывания, где отношение, выраженное модальным глаголом, можно оценить как хорошее или плохое: *You should be more attentive at the lessons!* (т.е. It is good (for you, for the teacher, for smb) to be attentive at the lessons, – высказывание содержит положительный оценочный компонент). *You should pay for what you have done! One must eat to live but not live to eat* (т.е. It is good / advisable / favorable to eat just enough for one's living). *You shall not take the name of the Lord your God in vain* (высказывание содержит отрицательный оценочный компонент). Подтверждение этому факту мы находим в логике, где подчеркивается, что все моральные суждения являются оценочными, т.к. они не описывают существующее, а говорят о том, что должно или не должно быть, одобряют одно поведение и порицают другое⁵⁴.

Синтаксические конструкции с повелительным наклонением (в правилах, в моральных нормах), на наш взгляд, также содержат оценочный компонент: *Do not put your elbows on the table. Thou not kill или Wash your hands before you*

⁵³ Traugott E. Subjectification in grammaticalization // Subjectivity and Subjectivisation. Linguistic perspectives. 1995. P. 31-45.

⁵⁴ Ивин А.А. Основание логики оценок. М. 1970. С. 11.

eat. Такие предложения можно расширить словами *because it is good / bad*. Употребление особых синтаксических конструкций – это тоже лингвистическое средство формирования оценки, которое, по мнению некоторых ученых, сочетает оценку жизненной ситуации и оценку внутреннего состояния говорящего. Е.М. Вольф выделяет структуру, предваряющуюся словами *What* или *That* (*What s girl! That a boy!*), как оценочную.

Исследователями в области прагматики, в частности, занимающимися изучением речевых актов, было выяснено, что при выборе прямой речи при цитировании в СМИ, достигается больший эффект оценочности, нежели при использовании косвенной речи⁵⁵. Конечно, сложно утверждать то, что прямая речь во всех случаях будет более оценочна, нежели косвенная, но, с другой стороны, это показывает наличие определенной закономерности при выборе средств цитирования с целью усилить положительную или отрицательную оценку в СМИ.

Прагматические значения, в отличие от когнитивных, выражены, как правило, имплицитно, что может быть связано с наличием формальных показателей в лексике и грамматике (в частности, в синтаксисе), а также с использованием паралингвистических средств в их комбинаторике применительно к акустическому и оптическому каналам коммуникации⁵⁶.

Таким образом, паралингвистические способы – это отдельная тема выражения оценки, где интонация занимает значительное место. В высказываниях типа: *What have you done! Oops, I did it again!* – благодаря определенной интонации подразумевается некоторая оценка произошедшему действию. Р.К. Потапова⁵⁷ выделяет следующие интонационные оценочные образцы: эмфатическое удлинение / укорочение синтагм, смещение тональных регистровых границ фраз и микротематических единств, перераспределение функций между паузальными контрастами, расширение / сужение диапазоновых границ фраз и микротематических единств и т.д. Отмечается

⁵⁵ Gruber H. Evaluation devices in newspaper reports // Journal of Pragmatics Vol. 19. 1993. P. 482.

⁵⁶ Потапова Р.К. Коннотативная паралингвистика. М. 1998. С. 3.

⁵⁷ Там же. С. 9.

также существование некоторого фонетического маркера оценочности при моделировании смысловой стороны высказывания, в данном случае, согласно примеру Дж. Лакоффа, таким маркером является назализация, имеющая место во многих диалектах американского варианта английского языка. Было выявлено, что, как правило, назализируется то предложение или некоторая его часть, в которой говорящий намерен выразить свое саркастическое и в некоторой степени негативное отношение к объекту, событию или явлению⁵⁸.

Определенный интерес в этом плане представляет исследование о фонетической иконичности и некоторых звуковых закономерностях в уменьшительно-ласкательных суффиксах в английском языке⁵⁹. Автор исследования обращает внимание на положение о том, что закрытые передние гласные и палатальные (или постальвеолярные) согласные являются иконичными по отношению к уменьшительно-ласкательным суффиксам. Это объясняется тем фактом, что достаточно близкое положением языка к небу при произнесении этих звуков отражает малый размер и, в некоторой степени, положительную оценку объекта или явления действительности⁶⁰.

Идея «наложения» значений малого размера и оценочного значения интересна. Подтверждения находим еще в XIX веке в русском языкознании, когда К.С. Аксаков отметил: «милому свойственно быть малым (...), сама ласка предполагает уменьшительность предмета, и вот почему для выражения милого, для ласки употребляется уменьшительное»⁶¹.

По мнению Е.М. Вольф, при описании ситуации, где оценочные маркеры отсутствуют, высказывание тоже может получить статус оценочного при наличии определенного вербального или экстралингвистического (ситуационного) контекста⁶². Контекст – мощный механизм формирования нужной оценки у нейтральной номинации. Оценка закладывается не в сему

⁵⁸ Lakoff G. Metaphor, Folk Theories and the Possibilities of Dialogue. Amsterdam. 1985. P. 464.

⁵⁹ Bauer L. Phonetic Iconicity in Evaluative Morphology? Vol. 50. No. 1. 1996. P. 189.

⁶⁰ Там же. P. 191.

⁶¹ цит. по Складаревская Г.Н. Категория оценки: основные понятия, термины, функции (на материале русского языка. Хельсинки. 1997. С. 173.

⁶² Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М. 1985. С. 7.

номинации, а эксплицируется в ее словесном окружении: *What a person he is – he killed so many people* (отрицательная оценка); *What a person she is – she helps old people in the neighborhood* (положительная оценка – она поступает хорошо). Определить высказывание как оценочное помогает контекст в следующих случаях: *My dog got lost last night; we can't find him since* (описание ситуации). *My dog got lost last night; I'm worried so much* (высказыванию придается оценочный смысл). Оценочность может быть заложена в композицию микротекста, когда задающее тональность высказывание будет занимать традиционно сильную позицию – начало или конец текста.

Вообще существует мнение, что любая прагматическая ситуация требование, предостережение, угроза, совет, позволение – обязательно покоятся на том, что событие, действие, поступок, относительно которого говорящий высказывает нечто собеседнику-адресату, получает у него положительную или отрицательную оценку (хотя бы имплицитно); это проявляется в том, что в толковании почти всех речевых актов встречается компонент «хочу / не хочу», а он напрямую связан со шкалой «плюс / минус» («хорошо / плохо»)⁶³.

К графическим средствам выражения оценочности относятся кавычки. Использование кавычек приводит к расхождению семантики слова с его прагматикой. Как правило, основное направление – отрицательно-оценочное, т.к. оценочной доминантой кавычек является ирония⁶⁴. Не только кавычки, но и курсив, полужирный шрифт, разрядка выделяются некоторыми лингвистами как оценочные знаки⁶⁵.

Интересен подход Н.И. Клушиной к исследованию механизмов формирования и выражения оценки. Н.И. Клушина выделяет следующие средства ее выражения⁶⁶: эвфемизмы и «скорненные» (*blendings, compounds*) слова (которые в классификации относятся к лексическим средствам выражения оценки), квазисинонимическую ситуацию (когда в один ряд

⁶³ Анипкина Л.Н. Оценочные высказывания в прагматическом аспекте. № 2. 2000. С. 65.

⁶⁴ Суджата Р. Оценка с помощью кавычек. № 3. 1996. С. 50.

⁶⁵ Шварцкопф Б.С. Осторожно: кавычки! № 4. 1967. С. 65.

⁶⁶ Клушина Н.И. Языковые механизмы формирования оценки в СМИ. М. 2000. С. 36.

выстраиваются не слова, близкие по смыслу, а слова, сближающиеся только в рамках данного текста) и цитату (что, скорее всего, будет относиться к синтактико-семантическим средствам выражения оценочности). Косвенная цитата или пересказ чьего-либо высказывания, усечение цитаты в нужном месте и ее «расширение» с помощью комментария всегда оценочны.

Таким образом, оценка получает выражение на всех уровнях языка, а также на паралингвистических уровнях.

2 ЗАГОЛОВОК. ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ АМЕРИКАНСКОЙ ГАЗЕТЫ

2.1 Роль и особенности функционирования заголовков новостных статей

На сегодняшний день изучению заголовков посвящено огромное количество исследований. Ученые рассматривают проблему взаимодействия заголовка и текста, проблему выразительных средств заголовков, вопрос о роли заголовка. Анализ литературы свидетельствует о неугасающем интересе исследователей-лингвистов к проблеме заголовка и о необходимости дальнейшей разработки данного вопроса.

Заголовок – это «целостная единица речи (текстовый знак), которая является обязательной частью текста и имеет в нем фиксированное положение – перед и над текстом»⁶⁷. Вслед за Е.Н. Комаровым мы также полагаем, что заголовки «как наиболее потребляемый медиа-продукт на современном коммуникационно-информационном рынке имеют исключительно важное значение, так как являются ведущими носителями формулируемых адресантами ценностных ориентиров»⁶⁸.

Об относительной автономности текста заголовка и его важности среди других структурных элементов новостного сообщения говорят многие исследователи, в том числе Н.А. Фатеева, которая определяет заголовок как «полнозначную единицу уровня целого текста, в которой отражены внутренние характеристики всего номинируемого текста»⁶⁹. Кроме того, ключевым для нашей работы выступает положение Г.Г. Хазагерова о том, что заглавие является самостоятельной и автономной единицей, которая сама по себе

⁶⁷ Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширява и др. М. 2003. С. 188.

⁶⁸ Комаров Е.Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации. Дисс. ... канд. филол. наук: 14.02.03. Волгоград. 2003. С. 8.

⁶⁹ Фатеева Н.А. Заглавие и текст в русской поэзии конца XX века: параллельная динамика // Текст. Интертекст. Культура: сб-к докл. междунар. научн. конф. (Москва, 4-7 апреля 2001 г.) / ред.-сост. В.П. Григорьев, Н.А. Фатеева. М. 2001. С. 395.

выполняет информативную и экспрессивную функции⁷⁰. Данные авторитетные замечания позволяют заключить, что по возможности представления культурнообусловленных оценочных суждений текст заголовка не уступает тексту новостной статьи.

Эту мысль подтверждают рассуждения А.В. Зеленова о том, что роль заголовка как текстообразующего средства состоит в выполнении следующих функций:

1) привлечение внимание потенциального читателя, а также ориентирование его в материалах издания;

2) функция путевода, поскольку заголовок оказывается весьма информативным (в ряде случаев информативно достаточным: читатель пытается лишь уточнить некоторые факты);

3) активизация фоновых знаний адресата;

4) обеспечение антиципации (упреждает восприятие и понимание текста);

5) пропаганда, агитация, формирование адекватного отношения читателя к предлагаемому материалу;

6) участие в создании интриги, путем вовлечения читателя в языковую и речевую игру;

7) включение субъектов общения в виртуальный диалог, обусловленный особенностями языковой личности автора и потенциального читателя (пол, возраст, социальный статус, фоновые знания, возможные читательские предпочтения и др.)⁷¹.

Вместе с тем, наиболее популярной в лингвистике является классификация заголовков, представленная в работе Э.А. Лазаревой. По ее мнению, все заголовки делятся на нейтральные и экспрессивные: если название газетного или рекламного материала эксплицирует тему текста, то это нейтральная смысловая связь «заголовок – текст»; экспрессивные соотношения

⁷⁰ Хазагеров Г.Г. Функции стилистических фигур в газетных заголовках (по материалам «Комсомольской правды»): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Ростов-на-Дону. 1984. С. 15.

⁷¹ Зеленов А.Н. Фразеологизм в роли газетного заголовка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Великий Новгород. 2009. С. 4.

возникают тогда, когда заглавие соотносится с одним из тезисов, развивающих основную мысль, с аналитической оценкой ситуации, второстепенными элементами общего содержания текста⁷². Этому взгляду на типологию заголовков вторит классификация Н.В. Сабуровой, основанная на полноте отражения денотатной структуры текста. Заголовки подразделяются на «прозрачные» (высокая степень отражения), «полупрозрачные» (средняя степень, использование, в том числе, игры слов) и «непрозрачные» (очень слабое отражение, но и в них, по данным исследователя, используется, как правило, хотя бы один из компонентов названной структуры)⁷³.

Данные размышления наталкивают на мысль о том, что некоторые заголовки, например, нейтральные, не несут в себе оценочного, культурнообусловленного компонента. Однако, такое предположение оказывается неоправданным. Аргументированное доказательство этому представлено в исследовании А.А. Лютой, которая подчеркивает, что воздействие осуществляется в любом, даже в, казалось бы, чисто информативном тексте, а, следовательно, и в информативном заглавии, ибо оно является частью текста. За внешней нейтральностью заглавий скрываются авторские оценки, которые формируют мнение читателя и общественное мнение в целом⁷⁴.

В данной работе, тем не менее, все заголовки подразделены на нейтральные (с нулевым оценочным компонентом) и экспрессивные (содержащие положительную или отрицательную оценку).

2.2 Структура англоязычного информационного заголовка

Заголовки газеты должны привлечь наибольшее количество читателей, иными словами, обеспечить нормальное функционирование самой газеты. Поэтому заголовки английской газеты, прежде всего, выделяются своей внешней особенностью – они напечатаны иногда столь крупным шрифтом, что занимают

⁷² Лазарева Э.А. Заголовок в газете. Свердловск. 1989. С. 12.

⁷³ Сабурова Н.В. Заголовочная игра слов как смыслоформирующий механизм текста (на примере англоязычной публицистики): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. СПб. 2007. С. 31.

⁷⁴ Лютая А.А. Современный газетный заголовок: структура, семантика, прагматика. Автореф. дис.... канд. фил. наук. Волгоград. 2008. С. 9.

значительную часть полосы. Подзаголовок, если он дается, расширяет информацию, он набирается менее крупным шрифтом, но все же полиграфически всегда выделен⁷⁵.

Специфическое построение английских газетных заголовков служит различным целям: они должны заставить читателя заинтересоваться заметкой и обеспечивают компрессию информации⁷⁶.

Заголовки в английской газете представляют собой многоступенчатое изложение основных положений газетной статьи или газетного сообщения⁷⁷.

Языковые особенности заголовков английской газеты обуславливаются их функциональным назначением – кратко изложить содержание заметки в возможно более сенсационном виде. В заголовках опускаются артикли, связочные глаголы, местоимения и т.д. Ограниченность места в какой-то степени определило употребление неперфектных форм глагола. В случае если глагол употребляется в заголовке в формах длительного вида, опускаются вспомогательные глаголы, часто используется так называемое "*Present Historicum*", широко используются инфинитивные конструкции с не менее характерными синтаксическими особенностями. В заголовках часто используются назывные предложения; эллиптические конструкции – обычное явление⁷⁸.

Газетные заголовки представляют большой интерес как материал для исследования компрессии информации. С.П. Суворов, исследовавший этот вопрос на заголовках коммунистической прессы с некоторой количественной оценкой наблюдений, отмечает, что около 65 % обследованных им заголовков имеют предикатный характер. Однако при этом в сложных глагольных формах вспомогательный глагол бывает опущен. *To be* опускается так же, как глагол-связка или модальный глагол⁷⁹.

Особенно часто употребляются неличные формы глагола: герундий,

⁷⁵ Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л. 1981. С. 125.

⁷⁶ Там же. С. 124.

⁷⁷ Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М. 1958. С. 392.

⁷⁸ Там же. С. 392.

⁷⁹ Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л. 1981. С. 125.

причастие, инфинитив.

Наряду с предикатными заголовками широко используются именные группы. Они более компактные, чем соответствующие им предложения, но легко развертываемые. Именные группы, составляющие меньшинство, но все же представленные довольно значительным числом случаев, могут иметь правое или левое определение. Правое определение представлено преимущественно предложными оборотами. Это понятно, поскольку причастие или инфинитивные определения в этой системе оказались бы двусмысленными: их легко было бы спутать с предикативной группой с опущенным глаголом *be*. В числе предлогов, оформляющих правое определение, почти не встречается предлог *of*. Это объясняется тем, что такой определительный предложный оборот синонимичен препозитивному определению, которому ввиду его большей компактности и отдается предпочтение⁸⁰.

Цепочка левых определений – один из наиболее действенных средств компрессии. Отмечается также тенденция к опущению артиклей.

В газетных заголовках мы вновь сталкиваемся со стилистической функцией расхождения между ситуативно означающим и традиционно означающим и с диалектическим характером стилистической нормы. Действительно, принцип компрессии требует исключения избыточной личной формы глагола *be*, ее отсутствие становится привычным.

В качестве отклонения от возникшей таким образом нормы *is* или *are* вновь появляются как особый стилистический прием, создающий эмфазу или заставляющий предположить, что цитируются чьи-то слова, хотя кавычки и отсутствуют⁸¹.

В.Л. Наер отмечает, что в газетном заголовке элементы информации сочетаются с элементами оценки, что в заголовках используется лексика с различной стилистической окраской, каламбуры, разложение фразеологических

⁸⁰ Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л. 1981. С. 126.

⁸¹ Там же. С. 126.

единиц и другие стилистические приемы⁸².

В заголовках встречаются такие сложные атрибутивные группы, в которых излагается основное содержание сообщения. Таким образом, логическое сказуемое (основная предикация) сообщения выступает в качестве определения.

Как известно, использование целых синтаксических комплексов в качестве атрибутивных групп характерно для синтаксиса современного английского языка. Атрибутивная цепочка как эффективный способ компрессии информации характерна как для заголовков, так и для текста газетных сообщений⁸³.

Многие заголовки английских и американских газет построены в виде вопросов, которые имеют целью привлечь внимание читающих к содержанию сообщения⁸⁴.

В английских и американских газетных заголовках иногда даются отдельные слова, словосочетания и предложения из выступления того или иного политического деятеля.

Иногда в заголовке, где дана прямая (или косвенная) речь, может отсутствовать вводный глагол. В таких случаях подлежащее опущенного сказуемого ставится в конце предложения и отделяется от другого предложения знаком – (тире)⁸⁵.

Часто в целях эмпазы в заголовках используется повтор.

Есть заголовки, которые представляют собой целые предложения – сентенции⁸⁶.

Другие заголовки состоят только из одного слова⁸⁷; например:

MISTAKE. IMPOSSIBLE. AMAZING. MURDERED.

Эти слова можно рассматривать как отдельные предложения

⁸² Наер В.Л. Функциональные стили английского языка. М. 1981. С. 173.

⁸³ Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л. 1981. С.124.

⁸⁴ Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М. 1958. С. 392.

⁸⁵ Там же. С. 394.

⁸⁶ Там же. С. 394.

⁸⁷ Там же. С. 394.

номинативного характера («назывные предложения»), причем эти отдельные слова не обязательно представляют собой самостоятельную часть речи, в ряде случаев эти отдельные слова являются формой глагола, например:

MURDERED. AMAZING и т. д.

Таким образом, читатель может получить самое общее представление о главных событиях дня по заголовкам и подзаголовкам и прочесть полностью только то, что его особо интересует.

Перечисленные особенности заголовков английских и американских газет не исчерпывают многообразия их форм. Мы приводим лишь наиболее характерные, часто встречающиеся типические формы. Заголовки английских газет оказывают значительное влияние на общие нормы развития стиля английских газетных сообщений.

2.3 Роль оценки в заголовках новостных статей

Язык современных СМИ подчинен ключевой цели средств массовой коммуникации как социального института – «оказывать дифференцированное воздействие на максимально широкую аудиторию посредством ее информирования и оценки сообщаемой информации»⁸⁸.

Наиболее быстро и точно на перемены, происходящие в обществе, реагирует лексика как самый подвижный уровень языковой системы. Именно с помощью определенных слов автор выражает необходимую оценку, воздействуя таким образом на сознание адресата. Характерное для языка СМИ стремление к доступности, выразительности, актуальности обуславливают естественность и необходимость употребления разнообразной оценочной лексики.

Выразительность достигается, к примеру, путем широкого использования различных типов адъективных оценочных метафор. Интерес для лингвистов представляет вопрос о том, как установка на объективность при передаче информации в языке СМИ сосуществует с активным процессом

⁸⁸ Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: Автореф. дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. М. 2004. С. 6.

метафоризации, придающей публицистической речи дополнительную экспрессивность и изобразительность. Сочетание стандарта и экспрессии в качестве характернейших черт публицистического стиля⁸⁹ объясняет существование нейтральных языковых средств и большого количества оценочных слов, в числе которых велика доля слов в переносном значении; причем это сочетание носит характер конфликта как общий признак газетных текстов⁹⁰.

Эффект новизны, порождаемый при создании и использовании новых слов и значений слов приводит к усилению оценки.

Демократизация языка СМИ, желание журналистов соответствовать современной речевой моде, наиболее доступным для аудитории образом выражать оценку окружающей действительности приводят к распространению многочисленных жаргонизмов в материалах печатных и электронных газет и журналов.

Усиление личностного начала в языке СМИ отражает ироничность журналистской речи. Исследователи отмечают, что ирония является «стилистической доминантой»⁹¹ газетного текста; это наиболее характерный для языка СМИ троп. Кроме того, интенсификация и деинтенсификация оценки, позволяющие автору не только обозначить собственное видение степени оценки, но и добиться адекватного авторской интенции восприятия со стороны читательской аудитории, также служит выражением личностного отношения журналиста к объекту описания.

Желание говорящего (субъекта оценки) в большей или меньшей степени завуалировать истинное языковое намерение объясняет появление в текстах СМИ энантиосемии – одного из наиболее частых последствий смены знака оценки под воздействием контекста.

⁸⁹ Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М. 1971. С. 114.; Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ). М. 2005. С. 28.

⁹⁰ Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М. 1971. С. 114.

⁹¹ Лысакова И.П. Революция в языке или язык революции? // Современная русская речь: состояние и функционирование. Вып. II. СПб 2006. С. 120.

Языковые оценочные средства, служащие для воздействия на читательскую аудиторию, приобретают еще большую значимость, попадая в заголовок – часть текста, всегда находящуюся в сильной позиции по отношению к остальному тексту. Использование оценочной лексики в заголовке позволяет автору заинтересовать аудиторию в прочтении статьи и обозначить свое отношение к сообщаемому материалу.

Таким образом, благодаря использованию оценочной лексики в различных ее языковых проявлениях, тексты и заголовки современных СМИ становятся все более «разнообразными, раскованными, индивидуализированными».

3 ВИДЫ ОЦЕНКИ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ АМЕРИКАНСКИХ СМИ

3.1 Предвыборный дискурс: определение и основные характеристики

На сегодняшний день нет четкого определения понятия «дискурс», охватывающего все аспекты этого многогранного явления. В гуманитарной сфере данный термин трактуется многообразно и зачастую противоречиво.

С точки зрения функционального аспекта в ряде исследований дискурс может соотноситься с такими функциональными стилями, как «научный», «официально-деловой», публицистический (более распространены наименования «политический дискурс» и «рекламный дискурс» – как субстили СМИ). Однако дискурс не может быть сведен к определенному стилю. Дискурсом можно считать и язык определенной науки. На сегодняшний день, говорят как о *филологическом дискурсе*, так и, к примеру, о *математическом дискурсе*.

В данной диссертационной работе под дискурсом мы понимаем сложившийся способ представления определенной тематики – с присущей ей конкретной лексикой, фразеологией, образностью, логикой (аргументацией), примерами, штампами и прочим.

Н.Г. Левшина, на основе сложившихся употреблений и трактовок термина дискурс, определяет предвыборный дискурс как особую сферу коммуникации, привязанную ко времени и месту проведения предвыборной кампании и обслуживающую определенную социальную сферу – политические выборы. Предвыборный дискурс, по заключению исследователя, включает в себя речевую деятельность, имеющую место в процессе данной коммуникации, а также ее продукты – совокупность текстов. Общей целью предвыборного дискурса Н.Г. Левшина называет обсуждение наиболее подходящего кандидата на тот или иной государственный пост, а целью каждого конкретного предвыборного поддискурса, продуцируемого кандидатом (кандидатами) и заинтересованными

лицами, – «такое воздействие на избирателей, которое заставило бы их проголосовать за данного кандидата (кандидатов)»⁹².

По мнению В.И. Чудинова, «предвыборный дискурс – это особая сфера коммуникации, привязанная к времени и месту проведения предвыборной кампании и обслуживающая определенную социальную сферу – политические выборы»⁹³.

Предвыборный дискурс можно отнести к публицистическому стилю, основной целью которого является оказание особого эффективного эмоционально-психологического воздействия на общественность, убеждение аудитории в той точке зрения, которую высказывает оратор, пытаясь навязать свои убеждения другим.

Я.С. Яскевич рассматривает предвыборный дискурс как официальную публичную речь, отличающуюся особым эмоциональным настроением и содержащую в себе призывы и побуждения к действию⁹⁴.

Проанализировав мнения ученых, мы можем сказать, что тема предвыборного дискурса всегда интересна широкому кругу людей, поскольку представляет уже известных многим политиков с неожиданной стороны, зачастую раскрывая их самые тайные секреты, которые не должны выставляться на обозрение общественности. Борьба за власть является главным системообразующим признаком предвыборного дискурса. Для достижения своей цели, а именно – получения президентского кресла, лидеры партий, участвующих в предвыборной гонке, в своих многочисленных интервью, пресс-конференциях и официальных заявлениях идут на различные ухищрения при помощи языковых средств, которые используют спичрайтеры при подготовке публичного выступления для лидера своей партии. Данные языковые приемы

⁹² Левшина Н.Г. Косвенные речевые тактики в предвыборном дискурсе: на материале выборов Главы Администрации Псковской области: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб. 2005. URL: <http://dissercat.com> (дата обращения: 08.03.2015).

⁹³ Чудинов А.П. Политическая лингвистика. М. 2007. С. 53.

⁹⁴ Гайкова О.В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации (На материале английского языка): дисс. ... к. филол. н. Волгоград. 2003. С. 5.

очерняют репутацию противника и увеличивают шансы на успех своей кандидатуры, что способствует достижению желаемого результата.

Хотелось бы отметить некоторые особенности предвыборного дискурса в США: главная цель – борьба за власть; каждый кандидат, который претендует на должность президента США, преследует ряд конкретных целей, связанных со стремлением предоставить максимально «достоверную» информацию о себе; создать доверительное отношение избирателей, вызвать у них положительные эмоции по отношению к себе и отрицательные эмоции – по отношению к сопернику. Данные цели соответствуют желанию кандидата добиться того, чтобы избиратель отдал предпочтение ему, а не его оппоненту, побудить избирателя проголосовать за него и таким образом занять президентский пост. В предвыборном выступлении кандидат на пост президента США дает обещание защищать, сохранять и приумножать такие общенациональные ценности, как единство нации, равенство ее граждан, экономическое благосостояние, материальное процветание и благополучие и т.д.

3.2 Виды оценки в заголовках новостных статей Интернет-издания «The Washington Post»

В рамках данного раздела рассматривались заголовки Интернет-издания «The Washington Post» на тему выборов в США. Известно, что главным политическим событием США с сентября 2015 года является предвыборная гонка. После нескольких раундов голосования главными кандидатами на пост президента США стали лидеры двух противоборствующих партий: Хиллари Клинтон – представитель Демократической партии и Дональд Трамп – представитель Республиканской партии. По этой теме за период март-июнь 2016 года было просмотрено 300 заголовков в издании «The Washington Post». Внимание уделялось только экспрессивным заголовкам, в которых фигурировали имена двух вышеупомянутых кандидатов.

Было выявлено, что в основном просмотренные заголовки Интернет-издания «The Washington Post» являются информативными по содержанию и не имеют прямой оценки действий лидеров обеих партий. Тем не менее из этих

300 заголовков было отобрано 70 (23 %) заголовков, являющихся экспрессивными.

Далее заголовки отобранных информационных материалов были распределены в зависимости от принадлежности к конкретному кандидату. В ходе исследования выяснилось, что в период с марта по июнь 2016 года издательство «The Washington Post» уделяет большее внимание представителю Республиканской партии Дональду Трампу и его предвыборной кампании, т.к. количество посвященных ему заголовков, содержащих оценку, составляет 43 (61 %). За этот же период времени количество заголовков (в которых была обнаружена оценка), освещавших политическую деятельность Хилари Клинтон, значительно уступает и составляет 27 (39 %).

3.2.1 Анализ заголовках, посвященных Хиллари Клинтон

Как уже упоминалось ранее, количество отобранных заголовков, которые в той или иной степени дают оценку действиям Хиллари Клинтон как кандидата на пост президента США, составляет 27 (39 %).

Все экспрессивные заголовки о Хиллари Клинтон были распределены в зависимости от того, кто дает оценку действиям данного кандидата. В первую группу включены заголовки, отражающие оценку со стороны других людей (11 заголовков или 41 %). Вторую группу составляют заголовки, в которых представлена оценка со стороны данного издания (16 заголовков или 59 %).

В первой группе представлена оценка Клинтон со стороны ее основных оппонентов и других людей, к которым относятся президент Барак Обама, американский политик Джерри Браун, лидер демократической фракции меньшинства в Палате представителей Конгресса США Нэнси Пелоси и другие. Выявлена следующая закономерность. Оценка Клинтон с позиции оппонентов – отрицательная (36 %), оценка Клинтон с позиции других людей и организаций – положительная (64 %).

Рассмотрим несколько примеров, иллюстрирующих позицию Дональда Трампа по отношению к Клинтон:

«THE LATEST: TRUMP SAYS CLINTON NOW ‘*LYIN*’, *CROOKED* HILLARY’»

В данном заголовке можно наблюдать использование двух слов с отрицательной оценкой: *lying* (обманывать, лгать) и *crooked* (нечестный, продажный). Оба слова обладают отрицательной ингерентной коннотацией, которая заложена в их дефиниции: *lie* «*to make an untrue statement with intent to deceive*»⁹⁵, *crooked* «*not honest*»⁹⁶. Трамп обвиняет Клинтон во лжи и характеризует ее как нечестного человека.

В следующем заголовке Трамп винит Клинтон в проблемах, связанных с иммиграцией:

«TRUMP BLAMES OBAMA FOR ORLANDO SHOOTING, *BLASTS* CLINTON ON IMMIGRATION»

Слово *blast* (дискредитировать, ругать, проклинать) содержит в своей дефиниции лексему, обладающую негативными характеристиками: “*criticize*”: “*to strongly criticize (someone or something) especially in public*”. Таким образом, Трамп выказывает свое недовольство относительно действий Хиллари Клинтон.

Негативно отзывается Трамп и о выступлениях Хиллари:

«TRUMP ASSAILS HILLARY CLINTON’S SPEECH AS ‘*PATHETIC*’ AND ‘*PHONY*’»

Он считает ее речь *pathetic* (жалкий) и *phony* (лживый). Определения слов *pathetic* (*very bad, poor, weak, etc.*⁹⁷) и *phony* (*not true, real, or genuine; intended to make someone think something that is not true*⁹⁸) содержат слова, обладающие ингерентной отрицательной коннотацией (*bad, poor, weak, not true*), что позволяет судить о том, что заголовок обладает отрицательной оценкой.

⁹⁵ Merriam-webster.com [Электронный ресурс].URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/lie> (дата обращения 03.06.2016)

⁹⁶ Merriam-webster.com [Электронный ресурс].URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/cooked> (дата обращения 03.06.2016)

⁹⁷ Merriam-webster.com [Электронный ресурс].URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/pathetic> (дата обращения 03.06.2016)

⁹⁸ Merriam-webster.com [Электронный ресурс].URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/phony> (дата обращения 03.06.2016)

В следующем примере мы можем наблюдать сомнения Берни Сандерса, кандидата в президенты со стороны Демократической партии, относительно того насколько Клинтон готова быть президентом США:

«SANDERS TICKS OFF WAYS CLINTON **NOT** *‘QUALIFIED’* TO BE PRESIDENT»

Сандерс полагает, что есть ряд пунктов, которым Клинтон как будущий президент не соответствуют. Использование отрицательной частицы “*not*” указывает на отрицательную оценку данного заголовка.

Мнение других людей относительно кандидатуры Клинтон в президенты США диаметрально противоположное. Эта поддержка в заголовках в основном представлена через положительно заряженное слово *endorse* и его производные. Слово *endorse* (одобрять) употребляется в тех ситуациях, когда кто-то официально одобряет или поддерживает кого-либо (*to publicly or officially say that you support or approve of (someone or something*⁹⁹). Данное слово обладает положительной ингерентной коннотацией, заложенной в слове *approve*: “*to believe that something or someone is good or acceptable*”.

Приведем примеры заголовков с использованием данного слова:

«OBAMA OFFERS A FORMAL **ENDORSEMENT** OF CLINTON; PRESIDENT ALSO MEETS WITH SANDERS»

«JERRY BROWN’S **ENDORSEMENT** OF HILLARY CLINTON IS BASED ON A SIMPLE CALCULATION: SHE’S GOING TO WIN»

«AFL-CIO LIKELY TO **ENDORSE** HILLARY CLINTON ON THURSDAY»

«NOBODY IS MORE EXCITED TO **ENDORSE** HILLARY CLINTON THAN NANCY PELOSI»

«GUN VIOLENCE PREVENTION GROUP WITH TIES TO BLOOMBERG **ENDORSES** CLINTON»

⁹⁹ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/endorse> (дата обращения 24.05.2016)

В данных заголовках имплицитно реализуется положительная оценка кандидатуры Хиллари Клинтон, т.к. одобряя ее официально, данные люди (Барак Обама, Джерри Браун, АФТ-КПП (Американская федерация труда и Конгресс производственных профсоюзов), Нэнси Пелоси, Группа по предотвращению насилия с применением огнестрельного оружия), тем самым, признают свое позитивное отношение к ней.

Как уже было упомянуто выше, вторую группу составляют заголовки, в которых представлена оценка со стороны издания «The Washington Post» (21 заголовков). Как показали количественные подсчеты, 14 % заголовков обладают положительной оценкой и 86 % заголовков – отрицательной.

Рассмотрим примеры, иллюстрирующие положительную оценку Хиллари со стороны самого издания «The Washington Post»:

«HILLARY CLINTON'S **BIG** STATEMENT: THIS IS ABOUT MORE THAN JUST GENDER»

В данном заголовке наблюдаем использование слова *big* в значении «что-то важное, существенное» (of *great importance* or *significance*), что свидетельствует о том, что СМИ положительно оценивают сделанное Хиллари заявление.

Следующий пример демонстрирует одобрительную позицию СМИ касательно действий Хиллари по отношению к Трампу:

«HILLARY CLINTON JUST PROVED SHE **IS VERY GOOD** AT TAUNTING DONALD TRUMP»

Положительная оценка представлена эксплицитно в слове *good*. Автор статьи полагает, что у Хиллари хорошо получается дразнить Трампа и давать ему жесткий отпор. Это может характеризовать ее как жесткого и сильного политика.

Тем не менее, большая часть заголовков содержит отрицательную оценку действий Хиллари как кандидата в президенты.

В первую очередь, СМИ подвергают сомнению ее честность и правдивость ее заявлений. Это можно проследить на следующих примерах:

«DOES HILLARY CLINTON FACE A *DIFFERENT STANDARD FOR HONESTY?*»

В данном заголовке, автор статьи выражает удивление относительно того, что у Хиллари, по-видимому, другие кодексы чести, которые отличаются от общепринятых. Через вопросительное предложение автору удается сформировать негативную оценку действий Хиллари и обвинить ее в лживости.

Второй заголовок также демонстрирует нечестность в высказываниях Клинтон, в которой ее обвиняют СМИ:

«HILLARY CLINTON'S VIRAL *NIGHTMARE*: A VIDEO OF HER '*LYING* FOR 13 MINUTES'»

В данном примере речь идет о видео, длящемся 13 минут, в котором собрано множество противоречивых заявлений, сделанных Хиллари Клинтон касательно различных тем. Существительное *nightmare* (кошмар) в данном заголовке является своего рода отождествлением данного видео, что подчеркивает отрицательный характер заголовка и дает читателю понять, что видео, набравшее огромное количество просмотров в Интернете, стало настоящим ночным кошмаром для Хиллари Клинтон, портящим ее репутацию. Глагол *lie* (лгать) также свидетельствует об отрицательной оценке заголовка.

В следующем заголовке наблюдаем, как негативно пресса отзывается о несоблюдении Хиллари общеизвестных правил:

«CLINTON'S *INEXCUSABLE, WILLFUL DISREGARD* FOR THE RULES»

В данном примере отрицательная оценка складывается за счет употребления трех слов с ингерентной отрицательной коннотацией: прилагательных *inexcusable* (непростительный) (*too bad or wrong to be excused or ignored*¹⁰⁰) и *willful* (намеренный, умышленный, сознательный) (*done deliberately or knowingly and often in conscious violation or disregard of the law, duty, or the rights*¹⁰¹) и существ-

¹⁰⁰ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/inexcusable> (дата обращения 24.05.2016)

¹⁰¹ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/willful> (дата обращения 24.05.2016)

вительного *disregard* (пренебрежение; игнорирование; неуважение) (*to ignore (something) or treat (something) as **unimportant***¹⁰²).

СМИ не оценивают положительно и линию поведения Клинтон:

«CLINTON'S *WONKY* POLICIES *OF FINE-GRAINED COMPLEXITY* CONTRAST WITH RIVALS' *GRANDIOSE* IDEAS»

Автор статьи полагает, что стратегия, избранная Хиллари, слабая (*wonky*) и очень непонятная (*of fine-grained complexity*), более того, она противопоставлена грандиозным идеям ее соперников. Подбор данных лексических средств (*wonky, of fine-grained complexity, not grandiose*) позволяет судить об отрицательной оценке действий Хиллари.

Таким образом, по данным издания «The Washington Post» действиям Хиллари дана неоднозначная оценка. В первой группе заголовков оценка Клинтон с позиции оппонентов – отрицательная (36 %), с позиции других людей и организаций – положительная (64 %). Во второй группе заголовков, в которых представлена оценка со стороны издания «The Washington Post» (59 %), 25 % заголовков обладают положительной оценкой и 75 % заголовков – отрицательной. Количественные подсчеты позволяют сделать вывод о том, что данное издание формирует положительный образ кандидата от Демократической партии, в основном, за счет включения мнения других авторитетных людей, не являющихся соперниками Клинтон на выборах. Само издание публикует больше статей, критикующих поведение Хиллари во время предвыборной кампании (75 %), и только в 25 % случаев дает ей положительную оценку.

3.2.2 Анализ заголовков, посвященных Дональду Трампу

Как уже упоминалось ранее, количество отобранных заголовков, которые в той или иной степени дают оценку действиям Дональда Трампа как кандидата на пост президента США, составляет 43 (61 %).

Все экспрессивные заголовки о Дональде Трампе, как и в случае с Хиллари Клинтон, были распределены в зависимости от субъекта, дающего оценку

¹⁰² Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/disregard> (дата обращения 28.05.2016)

действиям данного кандидата. В первую группу включены заголовки, отражающие оценку со стороны других людей (16 заголовков или 37 %): Хиллари Клинтон, Пола Райана – американского политика и прочих. Вторую группу составляют заголовки, в которых представлена оценка со стороны данного издания (27 заголовков или 63 %).

В первой группе представлена оценка Трампа со стороны его основных оппонентов (Хиллари Клинтон) и людей, к которым относятся американский политик Пол Райан и лидер большинства Сената США Митч Маконнелл. Выявлена следующая закономерность. Оценка Трампа с позиции оппонентов отрицательная (69 %). Оценка с позиции других людей и организаций составляет 31 %, из них отрицательная – 80%, положительная – 20 %.

Рассмотрим несколько примеров, иллюстрирующих позицию Хиллари Клинтон по отношению к Трампу:

«CLINTON: TRUMP IS '***DANGEROUSLY INCOHERENT***, ' ***TEMPERAMENTALLY UNFIT***' TO BE PRESIDENT»

Хиллари Клинтон обвинила Дональда Трампа в «опасной непоследовательности» (*dangerously incoherent*” (*unable to speak intelligibly*¹⁰³)) и в том, что он не подходит по темпераменту на пост президента (*temperamentally unfit* (*not having the requisite qualities or skills to undertake something competently*¹⁰⁴)). Отрицательная оценка данного заголовка формируется за счет употребления слов с ингерентной отрицательной коннотацией: *dangerously incoherent, temperamentally unfit*.

В следующих заголовках Клинтон предупреждает, что Трамп представляет собой настоящую угрозу стабильности США и избрание его на пост президента может стать исторической ошибкой:

«CLINTON ***WARNED*** THAT TRUMP IS AN "***URGENT THREAT*** TO OUR RIGHTS AND TO OUR COUNTRY"»

¹⁰³ Lingvo-online.ru com [Электронныйресурс]. URL: <http://www.lingvo-online.ru/ru/Interpret/en-en/incoherent> (дата обращения 03.06.2016)

¹⁰⁴ Lingvo-online.ru com [Электронныйресурс]. URL: <http://www.lingvo-online.ru/ru/Interpret/en-en/fall-in-line> (дата обращения 03.06.2016)

Употребляя глагол *warn* (предупреждать, предостерегать) (*to tell (someone) about possible **danger** or **trouble***¹⁰⁵), Клинтон стремится подчеркнуть, что Трампа стоит бояться. Слово *threat* (*someone that could cause **trouble**, **harm**, **something bad** etc.*¹⁰⁶), являясь ярко выраженным маркером отрицательной оценки, в сочетании с прилагательным *urgent* (срочный, неотложный), усиливает отрицательный характер заголовка. Использование слова *urgent* (срочный, незамедлительный, сиюминутный) придает заголовку некоторую актуальность того, что данная проблема существует в настоящий момент, а не в далеком будущем.

В своих высказываниях Хиллари Клинтон делает все для того, чтобы подорвать доверие к Дональду Трампу со стороны как избирателей, так и членов его партии:

«TRUMP AS PRESIDENT WOULD **ENDANGER** AMERICA, CLINTON SAYS»

В данном примере в своей речи Клинтон использует отрицательно заряженный глагол *endanger* (подвергать опасности) (*to bring into **danger** or **peril***¹⁰⁷), тем самым показывая, что победа Трампа на выборах может стать угрозой для дальнейшего существования США.

Следующее высказывание в очередной раз доказывает резко негативную позицию Клинтон по отношению к своему главному оппоненту из Республиканской партии.

«ELECTING TRUMP WOULD BE '**HISTORIC MISTAKE**, CLINTON SAYS»

Употребленное в кавычках словосочетание "*historic mistake*" (историческая ошибка) призвано усилить в сознании общественности мнение о том, что избрав Трампа президентом, они сделают огромную ошибку, имеющую историческое значение. Само слово *mistake* означает «*a **wrong** action or statement*

¹⁰⁵ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/warn> (дата обращения 26.05.2016)

¹⁰⁶ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/threat> (дата обращения 26.05.2016)

¹⁰⁷ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/endanger> (дата обращения 27.05.2016)

proceeding from faulty judgment, inadequate knowledge, or inattention», и употребленное в данном контексте с прилагательным *historic* лишь усиливает отрицательную оценку заголовка.

В следующем примере Клинтон называет Трампа «опасным психом»:

«CLINTON JUST BLASTED TRUMP AS A **DANGEROUS LUNATIC**. DO REPUBLICANS DISAGREE?»

Автор этой статьи бросает вызов республиканцам, спрашивая их о том, согласны ли они с заявлением Клинтон. СМИ ждут реакции от данной партии на столь негативную оценку их главного лидера, которая создается в заголовке за счет употребления слов *dangerous* (опасный) и *lunatic* (псих, идиот, безумец).

В эту же группу относим и высказывания в отношении Трампа, сделанные другими представителями Демократической партии:

«HOW DEMS WILL PAINT TRUMP: AS A **SLEAZY, CRUEL FLIM-FLAM MAN**»

В данном заголовке представлена ярко выраженная отрицательная оценка Трампа, которая ингерентно включена в значение следующих слов: *sleazy* (подлый, низкий, ничтожный), *cruel* (жестокий), *flimflam* (жульничество, мошенничество). Таким образом, Демократы считают Дональда подлым, жестоким жуликом.

Далее рассмотрим заголовки, иллюстрирующие отношение других людей к Трампу, которые не являются его соперниками в предвыборной гонке (31 %).

В первую очередь, следует отметить, что очень мало людей высказывается положительно о деятельности кандидата от Республиканской партии. Был обнаружен только один заголовок, в котором представлена поддержка Трампу (20 %):

«PAUL RYAN ISN'T YET **ENDORISING** TRUMP, BUT THESE NINE HOUSE CHAIRMEN **ARE**»

The powerful lawmakers' backing is the latest demonstration of how the GOP establishment is falling in line behind Trump.

В данном примере упоминается имя американского политика, спикера Палаты представителей Конгресса США Пола Райана, который на данный момент еще не выступает в поддержку Трампа, однако дальше понятно, что 9 других представителей данной Палаты уже выразили свое одобрение. Глагол *endorse*, употребленный в отношении других представителей, позволяет судить о положительной оценке высказывания. Информация, размещенная в подзаголовке, подтверждает данную оценку: *the powerful lawmakers' backing* (мощная поддержка законодателей), *falling in line behind Trump* (объединяться в поддержку Трампа).

Однако, чаще всего (80 %) оценка со стороны других людей негативная.

В частности, американский политик-республиканец Митч МакКоннелл, заявляет, что Трамп не имеет нужных качеств, чтобы стать президентом:

«MITCH MCCONNELL JUST MADE A **DEVASTATING** ADMISSION ABOUT TRUMP – AND THE GOP».

McConnell admits trump may not possess the requisite seriousness for the presidency.

Используемое в данном заголовке слово с отрицательной коннотацией *devastating* (разгромный, сокрушительный) и отрицательная конструкция “*may not possess the requisite seriousness*” (не обладает серьезностью, подобающей президенту) в подзаголовке указывают на отрицательную оценку кандидатуры Трампа со стороны его же коллег.

Критики республиканской партии считают, что Трамп теряет драгоценное время, отведенное на предвыборную кампанию:

«TRUMP CAMPAIGN **WASTING** PRECIOUS TIME, GOP CRITICS SAY»

Используемое слово *waste* (тратить впустую) в данном заголовке позволяет судить об отрицательной оценке действий Трампа со стороны людей, внимательно наблюдающих за действиями республиканской партии.

Более того, сами республиканцы признают, что Трамп – не идеальный кандидат, поскольку своими высказываниями он ущемляет права представителей разных рас, проживающих на территории США:

«REPUBLICANS FINALLY DISCOVER THAT TRUMP IS AN **ACTUAL RACIST**»

Данный пример иллюстрирует тот факт, что сами республиканцы в очередной раз убедились в том, что главный кандидат от их партии на пост президента США имеет расистские наклонности. Словосочетание *actual racist* подчеркивает отсутствие сомнений на счет пренебрежительного отношения Трампа к представителям других рас, что свидетельствует об отрицательной оценке заголовка.

Интернет-издание «The Washington Post» при освещении кандидатуры Дональда Трампа и его предвыборной кампании преимущественно использует лексические единицы с отрицательным значением (63 %), чтобы обозначить свою негативную позицию по отношению к представителю Республиканской партии.

В первую очередь, Трампа обвиняют во лжи:

«WHEN IT COMES TO LYING, TRUMP IS **IN A CLASS BY HIMSELF**»

Автор статьи утверждает, что когда дело касается лживых обещаний, то в этом Трампу нет равных (*in a class by himself*). Данное ироничное замечание позволяет увидеть осуждение качеств Трампа со стороны СМИ и способствует формированию отрицательной оценки в данном заголовке.

Во-вторых, в отсутствии лидерских качеств:

«TRUMP JUST FACED HIS FIRST BIG LEADERSHIP TEST. HE **FAILED MISERABLY**»

В данном заголовке говорится о том, что Трампу пришлось пройти своего рода испытание своих лидерских качеств, которое он с треском провалил. Отрицательная оценка формируется за счет слова *fail* в сочетании со словом *miserable*, которые содержат отрицательную ингерентную коннотацию.

В-третьих, Трампа обвиняют в беспечности в высказываниях о проблеме мирового масштаба, связанной с террористическими атаками Исламского государства:

«TRUMP'S **RECKLESS, DANGEROUS ISLAMOPHOBIA** HELPS THE ISLAMIC STATE»

Подстрекательные ксенофобские высказывания Трампа в адрес мусульманских террористических группировок неосознанно создают угрозу безопасности граждан США. Подобное бессознательное поведение Трампа с заявлениями служит свидетельством отрицательной оценки, которая выражена при помощи слов *reckless* (безрассудный; опрометчивый; беспечный, пренебрегающий правилами) (*not showing proper concern about the possible bad results of your actions*¹⁰⁸) и *dangerous* (опасный, представляющий угрозу).

В следующем примере также заостряется внимание на расистских наклонностях Трампа:

«DONALD TRUMP'S 'LEAST RACIST' ASSURANCES **AREN'T VERY REASSURING**»

Заверения Дональда Трампа о том, что его не нужно считать расистом (*least racist*) не особо убедительны (*not reassuring*). В данном примере отрицательная оценка реализуется за счет конструкции *not very reassuring*, которая подчеркивает недоверие касательно заявления Трампа в отношении отсутствия у него пренебрежения к людям других рас.

В представленном ниже заголовке неодобрительно рассматривается хвастовство Трампа относительно его финансовых возможностей:

«DONALD TRUMP **BRAGS** ABOUT THE SIZE OF HIS FINANCIAL DISCLOSURE FORM»

Глагол *brag* (*arrogant talk or manner*¹⁰⁹) содержит ингерентную отрицательную коннотацию, формирующую негативную оценку заголовка.

Ярко выраженную отрицательную оценку со стороны СМИ можно проследить и в следующем примере:

¹⁰⁸ Merriam-webster.com [Электронный ресурс].URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/reckless> (дата обращения 21.05.2016)

¹⁰⁹ Merriam-webster.com [Электронный ресурс].URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/brag> (дата обращения 18.05.2016)

«ARE YOU #*NEVERTRUMP*? YOU'VE GOT TO FOLLOW THIS GUY ON TWITTER»

Rick Wilson is producing some of Twitter's funniest anti-Trump riffs.

В самом заголовке употреблена конструкция, написанная в виде хэштега #*Nevertrump*, что дает современному читателю понять, что в Твиттере действует целая группа единомышленников с одноименным названием, выступающая против Трампа как будущего президента США. Вторая часть заголовка вводит более детальную информацию, сообщая о том, что любой пользователь Твиттера, нежелающий видеть Трампа президентом, просто обязан подписаться на некоего парня, имя которого нам раскрывает подзаголовок. Рик Уилсон (Rick Wilson), так зовут человека, который пишет остроумные, но преимущественно язвительные и нелицеприятные комментарии в адрес Трампа в Твиттере. Конструкция *Anti-Trump riff*, употребленная в подзаголовке, позволяет сделать вывод, что заголовок содержит исключительно отрицательную оценку, которую можно проследить из дефиниции слова *riff* в сочетании с приставкой *-anti* (*a short set of comments on a particular subject; a succinct usually witty comment*¹¹⁰) → *witty* (*marked by or full of clever humor or wit; smartly facetious or jocular*¹¹¹).

Таким образом, количественные данные показывают, что Интернет-издание «The Washington Post» отрицательно характеризует личность Дональда Трампа и его действия в ходе предвыборной кампании. В первой группе заголовков оценка Трампа с позиции оппонентов – отрицательная (69 %), с позиции других людей и организаций (31 %) наблюдается как положительная (20 %), так и отрицательная (80 %). Во второй группе заголовков, в которых представлена оценка со стороны издания «The Washington Post», лишь 4 % заголовков обладают положительной оценкой и 96 % заголовков – отрицательной. Количественные подсчеты позволяют сделать вывод о том, что как оппозиция, так и другие политические деятели, а также само издание «The Washington Post» форми-

¹¹⁰ Merriam-webster.com [Электронный ресурс].URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/riff> (дата обращения 18.05.2016)

¹¹¹ Merriam-webster.com [Электронный ресурс].URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/witty> (дата обращения 18.05.2016)

руют негативный образ кандидата от Республиканской партии в глазах общественности.

3.2.3 Сравнительный анализ заголовков, посвященных разным кандидатам

В ходе проведенного анализа были выявлены виды оценки в отношении каждого из кандидатов в зависимости от субъекта, который эту оценку дает. Количественные данные представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Анализ заголовков издания «The Washington Post»

Всего заголовков по двум кандидатам – 70 (23 %)	
КЛИНТОН – 27 (39 %)	ТРАМП – 43 (61 %)
Оценка со стороны других людей: 11 (41 %)	Оценка со стороны других людей: 16 (37 %)
<i>Оппоненты: 4 (36 %)</i>	<i>Оппоненты: 11 (69 %)</i>
Положительная 0 (0 %)	Положительная 0 (0 %)
Отрицательная 4 (100 %)	Отрицательная 11 (100 %)
<i>Другие полит. деятели и организации: 7 (64 %)</i>	<i>Другие полит. деятели и организации: 5 (31 %)</i>
Положительная 7 (100 %)	Положительная 1 (20 %)
Отрицательная 0 (0 %)	Отрицательная 4 (80 %)
Оценка со стороны издания: 16 (59 %)	Оценка со стороны издания: 27 (63 %)
Положительная 4 (25 %)	Положительная 1 (4 %)
Отрицательная 12 (75 %)	Отрицательная 26 (96 %)

На основании данной таблицы можно сделать вывод о том, что Интернет-издание «The Washington Post» при упоминании кандидатуры как Клинтон, так и Трампа использует преимущественно отрицательные оценочные средства, что формирует у избирателей негативное представление о них и ставит под вопрос их карьеру политических деятелей.

Однако, как уже упоминалось ранее, личности Дональда Трампа уделяется в разы больше внимания, чем Хиллари Клинтон. Секретом популярности (преимущественно негативного характера) можно считать его эксцентричность и прямолинейность во время партийных дебатов, когда благодаря своему ост-

рому словцу он делает скандальные заявления и откровенно унижает других кандидатов. Неоднократно резкие высказывания Трампа становились причиной скандала, о чем свидетельствует большое количество заголовков с отрицательной оценкой его действий, что в свою очередь подпитывает интерес к персоне данного кандидата.

Личность Хиллари Клинтон также оценивается отрицательно как со стороны самого издания, так и со стороны ее оппонентов, однако, несмотря на это, все же дается и положительная оценка, представленная в высказываниях других авторитетных политиков, не являющихся соперниками Клинтон на выборах.

3.3 Виды оценки в заголовках новостных статей Интернет-издания «The New York Times»

По теме предвыборного дискурса за период с марта по июнь 2016 года в данном издании было просмотрено 300 заголовков. Внимание уделялось только тем заголовкам, в которых тем или иным образом фигурировали имена двух лидирующих кандидатов на пост президента США – Хиллари Клинтон и Дональда Трампа.

Было выявлено, что в основном эти заголовки, также как и заголовки Интернет-издания «The Washington Post» являются информативными по содержанию и не имеют прямой оценки действий кандидатов. Тем не менее, из этих 300 заголовков было отобрано 59 заголовков (20 %), являющихся экспрессивными.

Далее заголовки отобранных информационных материалов были распределены в зависимости от принадлежности к конкретному кандидату. В ходе исследования выяснилось, что в период с марта по июнь 2016 года издательство «The New York Times» также как и «The Washington Post» уделяет большее внимание представителю Республиканской партии Дональду Трампу и его предвыборной кампании, т.к. количество посвященных ему заголовков, содержащих оценку, составляет 36 (61 %). За этот же период времени количество заголовков (в которых была обнаружена оценка), освещающих политическую деятельность Хиллари Клинтон, значительно уступает и составляет 23 (39 %).

3.3.1 Анализ заголовков, посвященных Хиллари Клинтон

Все заголовки о Хиллари Клинтон были распределены аналогичным образом, как и при анализе заголовков Интернет-издания «The Washington post» – в зависимости от того, кто дает оценку действиям данного кандидата. В первую группу включены заголовки, отражающие оценку со стороны других людей (17 заголовков или 74 %). Вторую группу составляют заголовки, в которых представлена оценка со стороны непосредственно самого Интернет-издания «The New York Times» (6 заголовков 26 %).

В первой группе представлена оценка Клинтон со стороны ее основных оппонентов, а также общественных групп и политических деятелей не являющихся соперниками Клинтон в предвыборной гонке. К таким людям относятся представители Либертарианской партии, сенатор США от Техаса Тед Круз, сенатор США от Массачусетса Элизабет Уоррен и другие. Выявлена следующая закономерность. Оценка Клинтон с позиции оппонентов – отрицательная (24 %), оценка Клинтон с позиции общественных групп и политических деятелей, не являющихся ее соперниками – положительная (76 %).

Рассмотрим как оценивают деятельность Клинтон ее оппоненты:

«DONALD TRUMP **REBUKES** HILLARY CLINTON AS CLASH ERUPTS OUTSIDE EVENT»

В данном примере отрицательная оценка выражается при помощи глагола *rebuke* (упрекать, укорять; отчитывать, делать выговор), которая заложена в его дефиниции (*to speak in an **angry and critical** way to (someone); to criticize **sharply***¹¹²). Такие слова как *angry, critical, sharply* обладают ингерентной отрицательной коннотацией и формируют отрицательную оценку слова *rebuke*. Из заголовка видно, что Дональд Трамп, в качестве главного оппонента Хиллари Клинтон, равно как и в Интернет-издании «The Washington Post» демонстрирует свое негативное отношение к ее персоне и осуждает ее действия.

¹¹² Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/rebuke> (дата обращения 03.06.2016)

В следующем примере можно наблюдать нелицеприятные отзывы об обоих кандидатах:

«FOES POINT TO **'CON MAN'** TRUMP AND **'TOXIC'** CLINTON».

Данный заголовок обладает ярко выраженной отрицательной оценкой. В тексте заголовка употреблены лексические единицы, характеризующие объекты действия с отрицательной стороны: *con man* (мошенник, жулик) – *a person who tricks other people in order to get their money*¹¹³; *toxic* (злая, вредная) – *extremely harsh, malicious, or harmful*¹¹⁴. Подобного рода «характеристики» отражают резко негативное отношение членов обеих противоборствующих партий к избранной кандидатуре своих оппонентов. Члены Демократической партии считают Трампа жуликом, а члены Республиканской партии считают своего оппонента – Клинтон – злой и вредной женщиной.

В следующем примере наблюдаем оценку самих лидеров двух партий по отношению друг к другу:

«HILLARY CLINTON AND DONALD TRUMP CALL EACH OTHER **UNFIT** FOR PRESIDENCY»

Подобный пример уже был представлен в Интернет-издании «The Washington Post», в котором Хиллари Клинтон употребляла слово *unfit* (***not having the requisite qualities or skills to undertake something competently***¹¹⁵) по отношению к Трампу. В данном примере Интернет-издание «The New York Times» говорит о том, что на этот раз оба кандидата взаимно считают друг друга неподходящими для поста президента США. Отрицательная оценка данного заголовка формируется за счет употребления слов с ингерентной отрицательной коннотацией (***not having the requisite qualities or skills***) в дефиниции слова *unfit*.

Представленные ниже примеры иллюстрируют положительное отношение к Хиллари Клинтон со стороны различных групп, оказывающих свою под-

¹¹³ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/con-man> (дата обращения 23.05.2016)

¹¹⁴ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/toxic> (дата обращения 23.05.2016)

¹¹⁵ Lingvo-online.ru com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lingvo-online.ru/ru/Interpret/en-en/fall-in-line> (дата обращения 03.06.2016)

держку кандидату Демократической партии. Позиция членов данных групп выражается при помощи глагола *back* (поддерживать). Лексические единицы из дефиниции данного слова свидетельствуют о положительном характере оценки (*to give help to (someone); to support by moral assistance*¹¹⁶) *support* → *to agree with or approve of (someone or something)*¹¹⁷.

«EVERYTOWN GUN SAFETY GROUP **BACKS** CLINTON FOR PRESIDENT: STATEMENT»

Смысл заголовка заключается в том, что находящаяся в каждом городе Группа по безопасности в отношении применения огнестрельного оружия поддерживает кандидатуру Клинтон в качестве будущего президента США. Как уже упоминалось ранее, положительный характер оценки можно увидеть из дефиниции глагола *to back*.

«GUN CONTROL GROUP **BACKS** HILLARY CLINTON AND PLEDGES HELP WITH PRIMARY»

Группа, осуществляющая контроль за огнестрельным оружием, поддерживает Хиллари Клинтон и дает обещание помочь. В данном примере положительное отношение к кандидату Демократической партии выражается при помощи глагола *to back*, а также конструкции *pledge help* (обещает помочь).

В следующих заголовках также представлено положительное отношение к Клинтон, но со стороны авторитетных американских политиков, не являющихся соперниками Клинтон в предвыборной гонке. Положительная оценка, также как в некоторых примерах из Интернет-издания «The Washington Post», реализуется за счет глагола *endorse* и его производных. Слово *endorse* (одобрять) употребляется в тех ситуациях, когда кто-то официально одобряет или поддерживает кого-либо (*to publicly or officially say that you support or approve of (someone or something)*¹¹⁸). Данное слово обладает положительной ингерентной

¹¹⁶ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/back> (дата обращения 03.06.2016)

¹¹⁷ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/support> (дата обращения 03.06.2016)

¹¹⁸ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/endorse> (дата обращения 24.05.2016)

коннотацией, заложенной в слове approve: “*to believe that something or someone is good or acceptable*”.

«SENATOR WARREN **ENDORSES** CLINTON FOR PRESIDENT»

Элизабет Уоррен – сенатор-демократ от штата Массачусетс одобряет кандидатуру Клинтон в качестве президента США.

«PELOSI **ENDORSES** CLINTON AS CALIFORNIA PRIMARY VOTING BEGINS»

Нэнси Пелоси – глава демократической фракции меньшинства одобряет кандидатуру Клинтон с момента начала первичных выборов.

«PRESIDENT OBAMA FORMALLY **ENDORSES** CLINTON FOR PRESIDENT»

Президент США Барак Обама также официально одобряет кандидатуру лидера Демократической партии на пост президента.

Как уже было упомянуто выше, вторую группу составляют заголовки, в которых представлена оценка со стороны непосредственно самого издания «The New York Times» (6 заголовков или 26 %). Как показали количественные подсчеты, 50 % заголовков обладают положительной оценкой и 50 % заголовков – отрицательной.

Рассмотрим пример, в котором кандидата от Демократической партии оценивают с положительной стороны:

«HILLARY CLINTON **MADE HISTORY**, BUT BERNIE SANDERS STUBBORNLY IGNORED IT»

В данном заголовке СМИ говорят о том, что Хиллари Клинтон как первая женщина, баллотирующаяся на пост президента США, уже вошла в историю (*made history*) и поэтому заслуживает одобрения, однако данный факт упорно игнорируется Берни Сандерсом – соперником-демократом Клинтон.

В следующем примере честность Клинтон ставится под сомнение, что является свидетельством отрицательного характера оценки.

«IS HILLARY CLINTON **DISHONEST?**»

Смысл данного заголовка состоит в том, что в отношении Хиллари Клинтон проблемным является вопрос доверия. Количество избирателей, имеющих негативные чувства по отношению к ней, резко увеличилось с 25 % в начале 2013 года до 56 % в настоящее время. Причиной подобного резкого скачка является то, что электорат не питает доверия к персоне Хиллари Клинтон. На основании данных фактов можно сделать вывод о том, что представленный заголовок демонстрирует отрицательную оценку.

Таким образом, согласно подсчетам, Интернет-издание «The New York Times» дает действиям Хиллари неоднозначную оценку. В первой группе заголовков оценка Клинтон с позиции оппонентов – отрицательная (24 %), с позиции других людей и организаций – положительная (76 %). Во второй группе заголовков, в которых представлена оценка со стороны самого издания «The New York Times», 50 % заголовков обладают положительной оценкой и 50 % заголовков – отрицательной. Количественные подсчеты позволяют сделать вывод о том, что данное издание формирует положительный образ кандидата от Демократической партии в основном за счет включения мнения других авторитетных политиков, не являющихся соперниками Клинтон на выборах.

3.3.2 Анализ заголовков, посвященных Дональду Трампу

Как уже упоминалось ранее, количество отобранных заголовков, которые в той или иной степени дают оценку действиям Дональда Трампа как кандидата на пост президента США, составляет 36 (61 %).

Все экспрессивные заголовки о Дональде Трампе, как и в случае с Хиллари Клинтон, были распределены в зависимости от субъекта, дающего оценку действиям данного кандидата. В первую группу включены заголовки, отражающие оценку со стороны оппонентов (19 заголовков или 53 %) и других людей: Теда Круза – сенатора США от Техаса, Пола Райана – американского политика и прочих. Во вторую группу входят заголовки, в которых представлена оценка со стороны непосредственно самого издания (17 заголовков или 47 %).

Выявлена следующая закономерность. Оценка Трампа с позиции оппонентов составляет 59 %, и она вся отрицательная. Оценка с позиции общест-

венных групп и других политических деятелей, не являющихся соперниками Трампа, составляет 42 %, из них отрицательная – 50 %, положительная – 50 %.

Рассмотрим оценку Трампа со стороны оппонентов, а именно, со стороны Хиллари Клинтон и представителей ее партии (59 %).

В очередной раз Трампа называют мошенником, в этот раз в его делах, связанных с университетом:

«HILLARY CLINTON CALLS DONALD TRUMP A **'FRAUD'** OVER UNIVERSITY REVELATIONS».

Отрицательную оценку в данном примере можно наблюдать в использовании существительного *fraud* (мошенник, обманщик), обладающего негативной коннотацией (*a person or thing intended to deceive others, typically by unjustifiably claiming*¹¹⁹).

В следующем заголовке Хиллари Клинтон предостерегает от того, чтобы считать Дональда Трампа «нормальным» кандидатом:

«HILLARY CLINTON **WARNS** AGAINST TREATING DONALD TRUMP AS **'NORMAL'** CANDIDATE»

Как видно из самого заголовка, он имеет отрицательную оценку, выраженную в использовании глагола *warn (to tell (someone) about possible danger or trouble*¹²⁰) с предлогом *against* и слова *normal*. Вне контекста определение *normal* (нормальный) является номинативным и означает «обычный, обыкновенный» (*usual or ordinary; not strange*)¹²¹. Однако употребленное в данном контексте в кавычках определение “*normal*” становится оценочным, приобретает адгерентную отрицательную коннотацию, и заставляет избирателей усомниться в том, что Трамп является адекватным кандидатом в президенты.

Вновь при упоминании внешнеполитических позиций Дональда Трампа Хиллари Клинтон характеризует их с негативной стороны:

¹¹⁹ Lingvo-online.ru com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lingvo-online.ru/ru/Interpret/en-en/fraud> (дата обращения 02.06.2016)

¹²⁰ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/toxic> (дата обращения 23.05.2016)

¹²¹ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/normal> (дата обращения 24.05.2016)

«HILLARY CLINTON TO PORTRAY DONALD TRUMP'S FOREIGN POLICY POSITIONS AS **DANGEROUS**»

Хиллари Клинтон говорит о том, что внешнеполитические позиции Дональда Трампа представляют угрозу. Прилагательное *dangerous* и его дефиниция (*likely to have a **bad** effect or to cause a **problem**; do **harm***¹²²) демонстрируют наличие отрицательной оценки в заголовке, которая реализуется за счет таких слов как *bad*, *problem*, *harm*.

Ссылаясь на слова Клинтон, Интернет-издание «The New York Times» неоднократно дает отрицательную оценку настрою Дональда Трампа в отношении внешней политики:

«CLINTON ATTACKS TRUMP'S FOREIGN POLICY AS A **THREAT** TO U.S. SAFETY»

Хиллари Клинтон делает резкие заявления в отношении предпочтений Дональда Трампа касательно внешней политики. Она говорит о том, что его политика представляет угрозу для безопасности США. Существительное *threat* (угроза) означает “*the possibility that something **bad** or **harmful** could happen*¹²³”. Ингерентная отрицательная оценка в данном заголовке реализуется за счет слов *bad*, *harmful* в дефиниции.

В следующих заголовках отражена отрицательная оценка кандидатуры Трампа со стороны других политических деятелей, не являющихся его оппонентами:

В представленном ниже примере можно наблюдать негативную оценку Билла Уэлда, представителя Либертарианской партии, относительно плана Дональда Трампа по иммиграции:

«BILL WELD, RUNNING AS A LIBERTARIAN, LIKENS DONALD TRUMP'S IMMIGRATION PLAN TO **KRISTALLNACHT**».

¹²² Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/dangerous> (дата обращения 01.06.2016)

¹²³ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/threat> (дата обращения 18.05.2016)

Билл Уэлд считает план Дональда Трампа по иммиграции провальным и сравнивает его с прецедентом, имеющим место в немецкой культуре под названием *Kristallnacht*, дословно «Хрустальная ночь» или «Ночь разбитых витрин». Данным словосочетанием называют волну погромов против евреев во всей нацистской Германии и части Австрии 9-10 ноября 1938 года, осуществленную военизированными отрядами СА и гражданскими лицами. Нападения привели к тому, что улицы были покрыты осколками стекла из окон, принадлежавших евреям магазинов, зданий и синагог.

Подобная ситуация может произойти и в США в отношении мексиканцев. Дональд Трамп в своих интервью неоднократно заявлял, что в случае его победы на выборах он решит проблему с иммигрантами из Мексики путем возведения высокой стены на американо-мексиканской границе для предотвращения притока иностранцев на территорию США. Уэлд, сравнивая план Трампа в отношении иммигрантов с «Ночью разбитых витрин», тем самым заостряет внимание на возможных негативных последствиях, которые может повлечь за собой план Трампа по иммиграции, если его автор станет президентом.

В следующем примере великая старая партия называет Дональда Трампа «зомби кандидатом», пораженным вирусом и неудержимым:

«G.O.P. FEARS DONALD TRUMP AS **ZOMBIE CANDIDATE: DAMAGED BUT UNSTOPPABLE**».

Словосочетание “*zombie candidate*” указывает на то, что Трамп словно зомби поражен каким-то вирусом и беспрекословно выполняет волю других. В контексте с прилагательным *damaged (loss or harm resulting from injury to person or reputation*¹²⁴) и *unstoppable (unable to be stopped)* реализуется отрицательная оценка заголовка, характеризующая Трампа как человека с неправильными, «поврежденными» ценностями и неудержимого в своих действиях.

Однако, несмотря на наличие примеров иллюстрирующих отрицательную оценку личности Дональда Трампа и его деятельности со стороны других поли-

¹²⁴ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/damaged> (дата обращения 24.05.2016)

тических деятелей, были обнаружены примеры, содержащие и положительную оценку данного кандидата:

«TED CRUZ AD SAYS DONALD TRUMP IS AN **ELITE**, JUST LIKE HILLARY CLINTON»

В этом заголовке употребление существительного *elite* (элита), означающее “*the people who have **the most wealth and status in a society; the most successful or powerful group of people***¹²⁵”, указывает на положительное отношение члена республиканской партии Теда Круза к своему однопартийцу Дональду Трампу. Оценка можно проследить исходя из лексических единиц с положительной коннотацией в дефиниции слова *elite*.

Также положительно отзывается о Трампе американский политик Пол Райан:

«RYAN EXPLAINS TRUMP **ENDORSEMENT**»

Райан объясняет свое одобрение по отношению к кандидатуре Трампа. В данном примере положительная оценка формируется за счет существительного *endorsement*, значение которого: «*a public or official statement of support or approval*».

В следующем заголовке Пол Райан также поддерживает Трампа:

«BATTLE LINES: AS CLINTON VILIFIES TRUMP, RYAN **ENDORSES HIM**»

Данный пример интересен тем, что в нем присутствует как положительная, так и отрицательная оценка кандидата от Республиканской партии. Главный оппонент Трампа в предвыборной гонке Хиллари Клинтон в своих интервью всячески пытается очернить республиканца в глазах общественности. В данном заголовке в доказательство этому приведен глагол *vilify* (чернить, клеветать, обливать грязью, унижать) (*to say or write very harsh and critical things about (someone or something)*¹²⁶), чтобы показать натянутость отношений

¹²⁵ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/discontent> (дата обращения 22.04.2016)

¹²⁶ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/damaged> (дата обращения 24.05.2016)

между лидерами противоборствующих партий. Однако о наличии положительной оценки со стороны другого авторитетного политика Пола Райана свидетельствует глагол *endorse*.

В ходе проведенного исследования выяснилось, что непосредственно само Интернет-издание «The New York Times» чаще использует отрицательную оценку при характеристике кандидатуры Дональда Трампа на пост президента США (88 %). Рассмотрим некоторые из таких примеров:

В некоторых заголовках Трампа считают жадным человеком:

«**TIGHTWAD TRUMP EXPLODES**»

Существительное *tightwad* (скряга, жмот) обладает негативной коннотацией, что можно увидеть, исходя из дефиниции данного слова: *a mean or miserly person*¹²⁷.

Следующий пример показывает, что от интервью с Дональдом Трампом журналисты не получили желаемого:

«**JOURNALISTS WAIT FOR DONALD TRUMP, BUT MEET ONLY HIS PAPIER-MÂCHÉ MODEL**»

Смысл заголовка заключается в том, что журналисты ждали привычного всем Дональда Трампа, который известен своими эксцентричными высказываниями и вызывающим неодобрение поведением. Однако в итоге получили лишь жалкую его копию. Интересен выбор слова *papier-mâché*, поскольку вне контекста оно не несет в себе какой-либо оценки (*a material that is made of paper mixed with water, glue, and other substances and that hardens as it dries*¹²⁸). Однако употребленное в данном контексте по отношению Трампу, существительное становится отрицательно оценочным, т.к. сама модель папье-маше – недолговечная конструкция, и является лишь копией оригинала, которым в данном заголовке является Трамп.

¹²⁷ Lingvo-online.ru com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lingvo-online.ru/ru/Interpret/en-en/tightwad> (дата обращения 02.06.2016)

¹²⁸ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/defy> (дата обращения 18.05.2016)

В следующем примере вновь подвергают сомнению способности Трампа быть президентом:

«IS TRUMP '**PRESIDENTIAL**'? IS ANYONE?»

В данном примере вопросительная форма заголовка и слово *presidential* (*like a president, especially in seeming very confident and experienced*¹²⁹), написанное в кавычках, акцентируют внимание на том, что Трамп не ведет себя должным образом, как это подобает кандидату на пост президента страны, что доказывает отрицательную оценку высказывания.

Следующий заголовок и его подзаголовок иллюстрируют пренебрежение Трампом всяческих норм политики президента:

«AS DONALD TRUMP PUSHES **CONSPIRACY THEORIES**, RIGHT-WING MEDIA GETS ITS WISH»

Mr. Trump, defying the norms of presidential politics and fashioning his own outrageous style, shows no use for the help of political operatives.

Лексические единицы как заголовок, так и подзаголовок указывают на отрицательный характер оценки. По мере того, как Дональд Трамп выдвигает теории заговора (*push conspiracy theories*), правые средства массовой информации получают то, что хотят. Г-н Трамп, нарушая нормы президентской политики (*defy (to refuse to obey; to resist or fight) the norms of presidential politics*¹³⁰) и демонстрируя свой собственный вопиющий стиль (*outrageous style (very bad or wrong in a way that causes anger; too bad to be accepted or allowed)*¹³¹), показывает то, что не обязан следовать политической этике. Отрицательная оценка прослеживается в конструкциях *defy the norms of presidential politics*, *outrageous style*, *push conspiracy theories*, о чем свидетельствуют дефиниции, входящих в них лексических единиц.

Следующий заголовок носит предупреждающий характер:

¹²⁹ Macmillandictionary.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/presidential> (дата обращения 20.05.2016)

¹³⁰ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/defy> (дата обращения 24.05.2016)

¹³¹ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/outrageous> (дата обращения 24.05.2016)

«WE'VE SEEN THE **TRUMP PHENOMENON** BEFORE»

Discontent bred of globalization and economic devastation has precedent in history. Such dynamics preceded both world wars.

«Мы прежде уже наблюдали феномен Трампа». Так можно дословно передать смысл заглавия. И подзаголовок объясняет, в чем состоит суть данного феномена. Авторы намекают на то, что если Трамп будет избран президентом, то Америку как минимум ждет экономический кризис. Более того, авторы утверждают, что подобные явления уже наблюдались в истории и предшествовали двум мировым войнам. Можно с уверенностью сказать, что в заголовке дается отрицательная оценка действиям Трампа, которая выражена при помощи таких слов, как *discontent* (недовольство) (*not pleased or satisfied*¹³²), *devastation* (разрушение, опустошение) (*to destroy much or most of (something); to cause great damage or harm to (something)*¹³³).

Не ускользнуло от внимания журналистов и пренебрежительное отношение Трампа к женщинам:

«**CROSSING THE LINE: HOW DONALD TRUMP BEHAVED WITH WOMEN IN PRIVATE**»

Не смотря на то, что в заголовке нет каких-либо ярко выраженных лексических единиц, указывающих на наличие одного из видов оценки, читатель, осведомленный об отношении Трампа к женскому полу, уже прочитав сам заголовок, понимает, что статья будет носить негативный характер. В самом заголовке содержится конструкция *crossing the line* (переступая черту), указывающая на имплицитную отрицательную оценку.

Однако, несмотря на преимущественно негативную оценку личности Дональда Трампа как политика, со стороны издания «The New York Times» был обнаружен пример с положительной оценкой данного кандидата:

«**TRUMP BASKS IN AFRICAN-AMERICAN SUPPORT**»

¹³² Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/discontent> (дата обращения 24.05.2016)

¹³³ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/devastation> (дата обращения 24.05.2016)

Трампа наслаждается поддержкой со стороны афро-американцев. Положительная оценка в данном заголовке ингерентно заложена в дефиниции глагола *bask* «*to enjoy the attention and good feelings expressed by others*»¹³⁴.

Таким образом, можно сделать вывод, что Интернет-издание «The New York Times», также как и «The Washington Post» уделяет больше внимания кандидатуре Дональда Трампа. Количество посвященных ему заголовков составляет 36 (61 %) от общего числа отобранных экспрессивных заголовков по двум кандидатам. Было найдено больше примеров, содержащих именно отрицательную оценку. Со стороны оппонентов она составляет 59 %, а со стороны самого издания – 47 %. Однако мнения других политических деятелей и организаций разделились поровну – 50 % оценивают Трампа с положительной стороны и столько же (50 %) – с отрицательной.

3.3.3 Сравнительный анализ заголовков, посвященных разным кандидатам

В ходе проведенного анализа были выявлены виды оценки в отношении каждого из кандидатов в зависимости от субъекта, который эту оценку дает. Количественные данные представлены в Таблице 2.

Таблица 2 – Анализ заголовков издания «The New York Times»

Всего заголовков по двум кандидатам 59 (20 %)	
КЛИНТОН 23 (39 %)	ТРАМП 36 (61 %)
Оценка со стороны других людей: 17 (74 %)	Оценка со стороны других людей: 19 (53 %)
Оппоненты: 4 (24 %)	Оппоненты: 11 (59 %)
Положительная 0 (0 %)	Положительная 0 (0 %)
Отрицательная 4 (100 %)	Отрицательная 11 (100 %)
Другие полит. деятели и организации: 13 (76 %)	Другие полит. деятели и организации: 8 (42 %)
Положительная 13 (100 %)	Положительная 4 (50 %)
Отрицательная 0 (0 %)	Отрицательная 4 (50 %)
Оценка со стороны издания: 6 (26 %)	Оценка со стороны издания: 17 (47 %)

¹³⁴ Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/bask> (дата обращения 24.05.2016)

Положительная 3 (50 %)	Положительная 2 (12 %)
Отрицательная 3 (50 %)	Отрицательная 15 (88 %)

Исходя из информации, представленной в таблице, можно сделать вывод, что Интернет-издание «The New York Times», также как и «The Washington Post» уделяет больше внимания кандидатуре Дональда Трампа. Количество посвященных ему заголовков составляет 61 % от общего числа отобранных экспрессивных заголовков по двум кандидатам.

Мнение оппонентов в отношении Хиллари Клинтон едино и отражает отрицательную оценку ее политической фигуры, что составляет 24 %. Однако мнение некоторых организаций и других политических деятелей, не являющихся соперниками Клинтон в предвыборной гонке, – прямо противоположное и представляет исключительно положительную оценку (76 %). В небольшом количестве найденных примеров, в которых представлена позиция самого Интернет-издания «The New York Times» (26 %) в отношении кандидата Демократической партии, оценка выражена неоднозначно. 50 % заголовков демонстрирует положительное отношение к Клинтон и ровно столько же (50 %) – отрицательное.

Позиция оппонентов в отношении Дональда Трампа – отрицательная (59 %). Со стороны других политических деятелей и организаций (42 %) процент положительной и отрицательной оценки разделился поровну 50 % / 50%. Само Интернет-издание «The New York Times» (47 %) не часто характеризует Трампа с положительной стороны. Это было обнаружено лишь в 12 % заголовков. Соответственно, можно сделать вывод, что чаще всего данное издание склонно к использованию заголовков с негативной оценкой личности Дональда Трампа, что можно наблюдать в 88 % случаев.

3.4 Сопоставительный анализ по материалам двух изданий

На основании проведенного исследования была составлена сводная таблица данных, иллюстрирующая частотность использования положительной и

отрицательной оценки с позиции оценивающего субъекта в отношении Хиллари Клинтон и Дональда Трампа по двум авторитетным американским Интернет-изданиям «The Washington Post» и «The New York Times». Процентное соотношение видов оценки представлено в Таблице 3.

Таблица 3 – Анализ заголовков двух Интернет-изданий

Кандидаты	Всего экспрессивных заголовков по двум Интернет-изданиям 129		
ХИЛЛАРИ КЛИНТОН	ВИДЫ ОЦЕНКИ	Всего заголовков по «THE WASHINGTON POST», % 27 (39 %)	Всего заголовков по «THE NEW YORK TIMES», % 23 (39 %)
	Со стороны других людей	11 (41 %)	17 (74 %)
	Оппоненты	4 (36 %)	4 (24 %)
	+	0 (0 %)	0 (0 %)
	–	4 (100 %)	4 (100 %)
	Другие полит. деятели и ор- ганизации	7 (64 %)	13 (76 %)
	+	7 (100 %)	13 (100 %)
	–	0 (0 %)	0 (0 %)
	Со стороны издания	16 (59 %)	6 (26 %)
	+	4 (25 %)	3 (50 %)
	–	12 (75 %)	3 (50 %)
ДОНАЛЬД ТРАМП	ВИДЫ ОЦЕНКИ	Всего заголовков по «THE WASHINGTON POST», % 43 (61 %)	Всего заголовков по «THE NEW YORK TIMES», % 36 (61 %)
	Со стороны других людей	16 (37 %)	19 (53 %)
	Оппоненты	11 (69 %)	11 (59 %)
	+	0 (0 %)	0 (0 %)
	–	11 (100 %)	11 (100 %)
	Другие полит. деятели и ор- ганизации	5 (31 %)	8 (42 %)
	+	1 (20 %)	4 (50 %)
	–	4 (80 %)	4 (50 %)
	Со стороны издания	27 (63 %)	17 (47 %)
	+	1 (4 %)	2 (12 %)
	–	26 (96 %)	15 (88 %)

Сводная таблица данных демонстрирует, что с позиции различных субъектов, дающих оценку обоим кандидатам на пост президента США, практически все виды оценки, так или иначе, находят свое отражение в экспрессивных заголовках новостных статей двух американских Интернет-изданий «The Washington Post» и «The New York Times». Количественные подсчеты, приведенные в таблице, позволяют говорить о том, что американские СМИ склонны к употреблению преимущественно отрицательных оценочных средств.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что упомянутые издания в большей степени отдают предпочтение освещению предвыборной кампании и личности Дональда Трампа. Однако данный факт не является положительным, т.к. в большинстве случаев кандидатура политика-республиканца представлена с негативной стороны. Так, в обоих Интернет-изданиях со стороны оппонентов представлена исключительно отрицательная оценка. А вот мнения других политических деятелей в отношении данного кандидата в обоих изданиях разнятся. Например, в «The New York Times» процентное соотношение положительной и отрицательной оценки представляет собой 50 % / 50 % , а в «The Washington Post» процент отрицательной оценки намного выше положительной и составляет 80 % к 20 %, соответственно.

Упомянутые американские СМИ представляют характеристику Хиллари Клинтон со стороны оппозиции также как и в случае с Дональдом Трампом – исключительно отрицательно. А вот со стороны других политических деятелей и организаций – только положительно (в отличие от ее оппонента-республиканца). Однако мнения в отношении кандидата Демократической партии со стороны непосредственно самих изданий расходятся. Так, большее количество примеров с отрицательной оценкой в отношении Клинтон представляет Интернет-издание «The Washington Post» (75 %), соответственно процент положительной оценки составляет 25 %. В то время как Интернет-издание «The New York Times» одинаково характеризует данного политика как с положительной (50 %), так и с отрицательной стороны (50 %).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, в результате проделанной работы были сделаны следующие выводы:

Оценочность в лингвистике определяют как заложенную в слове положительную или отрицательную характеристику человека, предмета, явления. Каждое слово языка тем или иным образом связано с разными видами оценочной коннотации. Степень оценочной коннотации варьируется в зависимости от конкретного контекста, в котором находится лексическая единица.

Структура оценки включает элементы трех типов: те, которые обычно эксплицируются (объект оценки), элементы, как правило, имплицитные (шкала оценок, оценочный стереотип, аспект оценки) и элементы, которые реализуются и в эксплицитном, и в имплицитном виде (субъект оценки, аксиологические предикаты, мотивировки оценок).

Существует множество классификаций оценок, которые основываются на различных критериях. Первый критерий – аксиологическая интерпретация. Согласно этому критерию выделяются два типа оценки: – положительная (мелиоративная); – отрицательная (пейоративная, дерогативная). Вторым критерием – наличием эмотивного компонента. В зависимости от наличия или отсутствия эмотивного компонента оценка бывает: рациональной (интеллектуально-логической); эмоциональной. Третьим критерием – соотношением объективного и субъективного факторов: – общая оценка (холистическая оценка, аксиологический итог); – частная оценка. Четвертым критерием – способом оценивания. В зависимости от формулировки оценочного высказывания и в зависимости от количества объектов оценки выделяют два типа оценки: абсолютная оценка; сравнительная (относительная) оценка. Пятым критерием – влиянием контекста; здесь выделяют ингерентную (языковую, узуальную) оценку и адгерентную (речевую,okkaзиональную) оценку.

Ученые по-разному классифицируют языковые средства выражения оценки. Однако, в основном выделяются такие языковые средства выражения

оценки как: *лексические* (морфологические (аффиксы, обладающие оценочным значением) и словесные (прилагательные, наречия, глагольные предикаты с оценочным компонентом)), *синтактико-семантические*, *паралингвистические* и *графические*.

Языковые оценочные средства, служащие для воздействия на читательскую аудиторию, приобретают еще большую значимость, попадая в заголовок. Использование оценочной лексики в заголовке позволяет автору заинтересовать аудиторию в прочтении статьи и обозначить свое отношение к сообщаемому материалу.

Предвыборный дискурс можно отнести к публицистическому стилю, основной целью которого является оказание особого эффективного эмоционально-психологического воздействия на общественность, убеждение аудитории в той точке зрения, которую высказывает оратор в попытке навязать свои взгляды другим.

В рамках практического исследования было рассмотрено 600 заголовков новостных статей Интернет-изданий «The Washington Post» и «The New York Times» на тему предвыборного дискурса. Было обнаружено, что только 129 заголовков содержат в своей структуре оценочный компонент. При этом упомянутые американские СМИ склонны к употреблению преимущественно отрицательных оценочных средств по отношению к основным кандидатам Хиллари Клинтон и Дональду Трампу.

Вид оценки зависит от оценивающего субъекта. Оба Интернет-издания представляют характеристику как Хиллари Клинтон, так и Дональда Трампа со стороны оппозиции исключительно отрицательно. Это свидетельствует о том, что во время предвыборной компании кандидаты и их партии склонны очернять друг друга в глазах избирателей, что и отражают СМИ.

Со стороны других политических деятелей и организаций по отношению к Клинтон и Трампу преобладает преимущественно положительный вид оценки. СМИ демонстрируют поддержку и одобрение выдвинутых кандидатур в ос-

новном со ссылкой на авторитетные мнения других политиков, не являющихся соперниками упомянутых кандидатов в предвыборной гонке.

Однако мнения в отношении Хиллари Клинтон со стороны непосредственно самих изданий расходятся. Так, большее количество примеров с отрицательной оценкой в отношении кандидата Демократической партии представляет Интернет-издание «The Washington Post» (75 %), соответственно процент положительной оценки составляет 25 %. В то время как Интернет-издание «The New York Times» одинаково характеризует данного политика как с положительной (50 %), так и с отрицательной стороны (50 %).

Американские издания в большей степени отдают предпочтение освещению предвыборной кампании и личности Дональда Трампа. Однако, данный факт не следует расценивать в качестве положительного, поскольку в большинстве случаев политика-республиканца характеризуют с негативной стороны. Так, в обоих Интернет-изданиях со стороны оппонентов представлена исключительно отрицательная оценка. А вот мнения других политических деятелей в отношении данного кандидата в обоих изданиях разнятся. Например, в «The New York Times» процентное соотношение положительной и отрицательной оценки представляет 50 % / 50 % , а в «The Washington Post» процент отрицательной оценки намного выше положительной и составляет 80 % к 20 %, соответственно.

Таким образом, на основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что с позиции различных субъектов, дающих оценку обоим кандидатам на пост президента США, практически все виды оценки, так или иначе, находят свое отражение в экспрессивных заголовках новостных статей двух авторитетных американских Интернет-изданий «The Washington Post» и «The New York Times». Использование разных видов оценки позволяет авторам материалов передать отношение разных субъектов оценки к объекту оценки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Абрамичева, Е. Н. Особенности и трудности перевода газетных заголовков (на материале англоязычных газет) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. Н. Абрамичева. – Севастополь : Вид-во СевНТУ, 2010. – С. 124-129.
- 2 Анипкина, Л. Н. Оценочные высказывания в прагматическом аспекте / Л. Н. Анипкина // Филологические науки. – 2000. – № 2. – С. 58-65.
- 3 Апресян, Ю. Д. Образ человека по данным языка : попытка системного описания / Ю. Д. Апресян // ВЯ. – 1995. – № 1. – С. 37-67.
- 4 Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов / И. В. Арнольд. – М. : Флинта, 2002. – 384 с.
- 5 Арсентьева, Е. Ф. Когнитивная лингвистика и категория оценки во фразеологии / Е. Ф. Арсентьева // Материалы 1 межд. школы-семинара по когнитивной лингвистике, 26-30 мая 1998 г. В 2 ч. – Ч. 2. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 1998. С. 4-5.
- 6 Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений : оценка, событие, факт / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 339 с.
- 7 Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 895 с.
- 8 Баженова, И. С. Обозначения эмоций в худ. тексте (прагматический аспект) : автореф. дис. д-ра филол. наук : 10.02.09 / И. С. Баженова. – М., 2004. – 48 с.
- 9 Богославская, О. И. К проблеме соотношения заголовка и жанра // Функциональная стилистика : теория стилей и их языковая реализация / О. И. Богославская, Е. А. Полтавская. – Пермь, 1986. – 168 с.
- 10 Бойко, Л. Б. Особенности функционирования заглавий в текстах с различными коммуникативными заданиями : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л.Б. Бойко. – ОГУ им. И. И. Мечникова. – Одесса, 1989. – 14 с.

- 11 Валов, А. Ю. // Слово в словаре и в тексте / А. Ю. Валов. Под ред. Ю. И. Сусловой. – М. : Изд-во московского университета, 1991. – С. 91-99.
- 12 Введенская, Л. А. Проблема общедоступности языка газеты / Л. А. Введенская // Методы исследования журналистики. – Ростов, 1981. – Вып. 3.3. – С. 68-79.
- 13 Витгенштейн, Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – вып. XVI. – С. 79-128.
- 14 Вольф, Е. М. Варьирование в оценочных структурах / Е. М. Вольф // Семантическое и формальное варьирование – М. : Наука, 1979. – С. 273-294.
- 15 Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф – М. : КомКнига, 2006. – 280 с.
- 16 Вольф, Е. М. Эмоциональное состояние и их представление в языке / Е. М. Вольф // Логический анализ языка. – М. : Наука, 1989. – С. 55-75.
- 17 Вомперский, В. П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка / В. П. Вомперский // Искусство публикации (проблемы теории и мастерства) : Тез. докл. на республикан. научн. конф. Алма-Ата, 1966. – С. 4.
- 18 Гайкова, О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации (На материале английского языка) : дисс. ... канд. филол. наук. / О. В. Гайкова – Волгоград, 2003. – 211 с.
- 19 Гальперин, И. Р. Стилистика английского языка : учебник для вузов / И. Р. Гальперин. – М. : Высшая школа, 1981. – 316 с.
- 20 Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования : моногр. / И. Р. Гальперин. – М., 1981. – 128 с.
- 21 Гуревич, А. Я. Философия культуры / А. Я. Гуревич. – М., 1984. – 347 с.
- 22 Долбаев, Л. П. Проблемы оценивания в психологии / Л. П. Долбаев // Межвуз. Науч. Сб. отв. Ред. Л. П. Долбаев. – Саратов : Изд-во Саратовского ун-та, 1984. – 121 с.

- 23 Зеленев, А. Н. Фразеологизм в роли газетного заголовка : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. Н. Зеленев; [Место защиты : Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого]. – Великий Новгород, 2009. – 297 с.
- 24 Иванов, Л. Ю. Текст научной дискуссии : Дейксис и оценка / Л. Ю. Иванов. – М. : НИП «2Р», 2003. – 208 с.
- 25 Ивин, А. А. Основания логики оценок / А. А. Ивин. – М. : Изд-во Московского ун-та, 1970. – 230 с.
- 26 Канонова, А. С. Способы функционирования заглавий в газетных статьях // Актуальные проблемы современной науки / А. С. Канонова. – М., 2002. – Вып. 1. – С. 92-93.
- 27 Карасик, В. И. Категориальные признаки в значении слова / В. И. Карасик. – М. : Наука, 1988. – 112 с.
- 28 Карцевский, С. О. Сравнение / С. О. Карцевский // Вопросы языкознания. – 1976. – № 1. – С. 107-112.
- 29 Качаев, Д. А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000-2006 гг.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01/ Д. А. Качаев – Ростов-на-Дону : Юж. федер. ун-т, 2007. – 159 с.
- 30 Клушина, Н. И. Языковые механизмы формирования оценки в СМИ / Н. И. Клушина – М. : Наука, 2000. – 254 с.
- 31 Колшанский, Г. В. Объективная картина мира в познании и языке / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1990. – 104 с.
- 32 Колшанский, Г. В. Соотношение субъективного и объективного факторов языке. Изд-е 2-е, стереотипное / Г. В. Колшанский. – М. : КомКнига, 2005. – 232 с.
- 33 Комаров, Е. Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации / Е. Н. Комаров // Мат-лы дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук. Волгоград, 2003. – 199 с.

- 34 Костомаров, В. Г. Языковой вкус эпохи : Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб. : Златоуст, 1999. – 319 с.
- 35 Кулаков, А. Н. Заголовок и его оформление в газете : учеб. пособие / А. Н. Кулаков. – Л. : Изд-во ЛГУ, 2005. – 132 с.
- 36 Кухаренко, В. А. Интерпретация текста : моногр. / В. А. Кухаренко. – М. : Просвещение, 1988. – 193 с.
- 37 Лазарева, Э. А. Заголовок в газете : учеб. пособие для студентов-журналистов / Э. А. Лазарева. Свердловск : Изд-во Урал, ун-та, 1989. – 96 с.
- 38 Лазарева, Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1989. – 96 с.
- 39 Левшина, Н. Г. Косвенные речевые тактики в предвыборном дискурсе: на материале выборов Главы Администрации Псковской области : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 2005. URL: <http://dissercat.com> (дата обращения: 08.03.2015).
- 40 Лютая, А. А. Современный газетный заголовок : структура, семантика, прагматика : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. А. Лютая. – Волгоград, 2008. – 26 с.
- 41 Маркелова, Т. В. Функционально-семантическое поле оценки в современном русском языке / Т. В. Маркелова // Вестник МГУ. Серия «Филология», 1994. – № 4. – С. 12-19.
- 42 Маслова, В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 203 с.
- 43 Миронова, Н. Н. Оценочный дискурс : проблемы семантического анализа / Н. Н. Миронова // Известия России. Серия «литература и язык». – Т. 56. – 1997. – № 4 – С. 52-59.
- 44 Мужев, В. С. Длина заголовка (Сравнительный анализ) / В. С. Мужев // Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М. Тореза. – М., 1971. – Вып. 61. – С. 301-309.

- 45 Мужев, В. С. О функциях заголовков / В. С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. – 1970. – № 55. – 265 с.
- 46 Мурясов, Р. З. Опыт анализа оценочного высказывания / Р. З. Мурясов, А. Л. Федорова // Вопросы языкознания. – М., 2004. – № 5. – С. 68-78.
- 47 Наер, В. Л. Функциональные стили английского языка : моногр. / В. Л. Наер. – М., 1981. – 458 с.
- 48 Ноздрина, Л. А. Современная стилистика : моногр. / Л. А. Ноздрина. – М. : Академия, 2008. – 336 с.
- 49 Писанова, Т. В. Национально-культурные аспекты оценочной семантики : эстетические и этические оценки / Т. В. Писанова. – М. : Изд-о ИКАР, 1997. – 320 с.
- 50 Потапова, Р. К. Коннотативная паралингвистика / Р. К. Потапова. – М. : Высшая школа, 1998. – 67 с.
- 51 Романовская, Н. В. О глагольной экспрессии в газетном стиле / Н. В. Романовская // Сборник научных трудов МГИИЯ им. М. Тореца. – 1973. – Вып. 73. – С. 64-71.
- 52 Сабурова, Н. В. Заголовочная игра слов как смыслоформирующий механизм текста (на примере англоязычной публицистики) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н. В. Сабурова. – СПб., 2007. – С. 23-78.
- 53 Скляревская, Г. Н. Категория оценки : основные понятия, термины, функции (на материале русского языка) // *Studia Slavica Finlandensia* / науч. ред. Н. Башмакова, Е. Хеллберг-Хирн. – Хельсинки, 1997. – С. 166-184.
- 54 Сорокин, Е. Ю. Адъективная оценочная метафора / Е. Ю. Сорокин // Вестник факультета ин. языков Сам. ГПУ. – Самара, 2002. – № 3. – С. 85-97.
- 55 Суворов, С. П. Особенности стиля английских газетных заголовков (по материалам *Daily Worker*) / С. П. Суворов // Язык и стиль / отв. ред. В. Т. Панаев. – М. : Просвещение, 1965. – 193 с.
- 56 Суджата, Р. Оценка с помощью кавычек / Р. Суджата // Русская речь. – № 3, 1996. – С. 50-52.

- 57 Сэпир, Э. Градуирование. Семантическое исследование / Э. Сэпир // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – Вып.16. – С. 43-78.
- 58 Телия, В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 143 с.
- 59 Телия, В. Н. Метафора как модель словопроизводства и ее экспрессио-оценочная функция / В. Н. Телия // Метафора в языке и тексте. – М. : Наука, 1988. – С.26-51.
- 60 Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингво-культурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1996. – 286 с.
- 61 Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 624 с.
- 62 Тураева, З. М. Лингвистика текста : структура и семантика : моногр. / З. М. Тураева. – М. : Просвещение, 1986. – 127 с.
- 63 Турчинская, Э. И. Соотношение заголовка и текста в газетно-публицистическом стиле : учеб. пособие / Э. И. Турчинская. – М. : УОР, 1984. – 234 с.
- 64 Фатеева, Н. А. Заглавие и текст в русской поэзии конца XX века : параллельная динамика / Н. А. Фатеева // Текст. Интертекст. Культура : сб-к докл. междунар. научн. конф. (Москва, 4-7 апреля 2001 г.) / ред.-сост. В. П. Григорьев, Н. А. Фатеева. – М., 2001. – С. 116-412.
- 65 Хазагеров, Г. Г. Функции стилистических фигур в газетных заголовках (по материалам «Комсомольской правды») : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Г. Г. Хазагеров. – Ростов-на-Дону, 1984. – 159 с.
- 66 Чжао, В. Особенности организации текста газетной заметки : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / В. Чжао. – Москва, 2007. – 155 с.
- 67 Чудинов, А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. / А. П. Чудинов. 2-е изд-е, испр. М. : Флинта; Наука, 2007. – 256 с.
- 68 Шварцкопф, Б. С. Осторожно : кавычки! / Б. С. Шварцкопф // Русская речь. – 1967. – № 4. – С. 64-66.

- 69 Bauer, L. Phonetic Iconicity in Evaluative Morphology? / L. Bauer // *Studia Linguistica*. – 1996. – Vol. 50, No. 1. – P. 189-206.
- 70 Bednarek, M. Evaluation in Media Discourse : Analysis of a Newspaper Corpus (Corpus and Discourse) / M. Bednarek. – London : Continuum, 2010. – 272 p.
- 71 Bednarek, M. Local Grammar and Register Variation : Explorations in Broadsheet and Tabloid Newspaper Discourse / M. Bednarek // *ELR Journal*. – № 1.1. – 2007. – P. 257-281.
- 72 Bednarek, Monika. Value added : Language, image and news values / M. Bednarek, H. Caple. – London : Continuum, 2012. – 264 p.
- 73 Bell, A. The Language of News Media / A. Bell. – Oxford : Blackwell, 1991. – 296 p.
- 74 Bonyadi, A. Headlines in Newspaper Editorials : A Contrastive Study / A. Bonyadi, M. Samuel. – SAGE Open : Islamic Azad University and University of Malaya, 2013. – 10 p.
- 75 Caffi, C. Toward a pragmatics of emotive communication / C. Caffi, J. Richard // *Journal of Pragmatics*. – Amsterdam: Elsevier Science. – 1994. – Vol. 22. – P. 325-373.
- 76 Crystal, D. English as a Global Language / D. Crystal. – Bloomington : Indiana University Press, 2003. – 229 p.
- 77 Crystal, D. Investigating English Style / D. Crystal, D. Davy. – Bloomington : Indiana University Press, 1969. – 280 p.
- 78 Crystal, D. Language and the Internet / D. Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 272 p.
- 79 Dezheng, F. Representing emotive meaning in visual images : A social semiotic approach / F. Dezheng, K. L. O'Halloran. – *Journal of Pragmatics*. – 2012. – Vol. 44, № 14. – P. 2067-2084.
- 80 Dor, D. On newspaper headlines as relevance optimizers. / D. Dor. – *Journal of Pragmatics*. – 2003. – № 35. – P. 695-721.

- 81 Economou, D. Journalism and Meaning-Making : Reading the Newspaper / D. Economou. – NJ : Hampton Press, 2011. – 238 p.
- 82 Fowler, R. Language in the news : discourse and ideology in the press / Roger F. – London : Routledge, 1991. – 254 p.
- 83 Galperin, I.R. Stylistics : tutorial / I.R. Galperin. – M. : Higher school, 1981. – 300 p.
- 84 Gruber, H. Evaluation devices in newspaper reports / H. Gruber // Journal of Pragmatics. – Haddington, 1993. – Vol. 19. – P. 469-486.
- 85 Hunston, S. Evaluation in Text : Authorial Stance and the Construction of Discourse / S. Hunston, G. Thompson. – UK : Oxford University Press, 2000. – 238 p.
- 86 Ifantidou, E. Newspaper headlines and relevance : Ad hoc concepts in ad hoc contexts / E. Ifantidou // Journal of Pragmatics, 2009. – Vol. 35. – P. 699-720.
- 87 Koopmans, R. The Making of a European Public Sphere : Media Discourse and Political Contention / R. Koopmans, P. Statham. – Cambridge : Cambridge University Press, 2010. – 337 p.
- 88 Lakoff, G. Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnson. – London : University of Chicago Press, 2003. – 276 p.
- 89 Lakoff, G. Metaphor, Folk Theories and the Possibilities of Dialogue / G. Lakoff // Dialogue. An Interdisciplinary Approach / Eds. M. Dascal, H. Cuyckens. – Amsterdam / Philadelphia : Benjamins, 1985. – P. 57-72.
- 90 Mascull, B. Key Words in the Media / B. Mascull. – London : Harper Collins, 1998. – 256 p.
- 91 Montgomery, M. The Discourse of Broadcast News : A Linguistic Approach / M. Montgomery. – NY. : Routledge, 2007. – 246 p.
- 92 Partington, A. Evaluative prosody. Corpus pragmatics : A handbook / A. Partington. – UK : Oxford University Press, 2015. – 342 p.
- 93 Patrona, M. A mess' and 'rows' : evaluation in prime-time TV news discourse and the shaping of public opinion / M. Patrona // Journal : Discourse and Communication. – Vol. 3, No. 2. – 2009. – P. 173-194.

- 94 Reah, D. The Language of Newspapers / D. Reah. – NY : Psychology Press, 2002. – 126 p.
- 95 Richardson, J. Analyzing newspapers : An approach from critical discourse analysis. / J. Richardson. – NY : Palgrave Macmillan. 2007. – 280 p.
- 96 Shaw, P. Evaluation and promotion across languages / P. Shaw, 2003. – 410 p.
- 97 Stump, G. T. How Peculiar is Evaluative Morphology? / G.T. Stump // Journal of Linguistics. – San Diego: Academic Press. – 1993. – Vol. 29. – P. 97-119.
- 98 Timuçin, M. Different Language Styles in Newspapers : An Investigative Framework / M. Timuçin. – Sakarya : Sakarya University Press, 2010. – 126 p.
- 99 Traugott, E. Subjectification in grammaticalization / E. Traugott // Subjectivity and Subjectivisation. Linguistic perspectives / Eds. D. Stein, S. Wright. – Cambridge : Cambridge University Press, 1995. – P. 31-45.
- 100 Dijk, T. A. News As Discourse / T. A. Dijk. – New Jersey : Hillsdale, 1988. – 200 p.

СЛОВАРИ

- 101 Большой энциклопедический словарь / под ред. А. М. Прохорова. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2004. – 605 с.
- 102 Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширява и др. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2003. – 628 с.
- 103 Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2002. – 712 с.

ИСТОЧНИКИ

- 104 Lingvo-online.ru com [Электронныйресурс]. – Режим доступа : <http://www.lingvo-online.ru/ru/Interpret/en-en>. – 14.05.2016-12.06.2016.

105 Macmillandictionary.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/dictionary/british>. – 14.05.2016-12.06.2016.

106 Merriam-webster.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.merriam-webster.com/dictionary>. – 14.05.2016-12.06.2016.

107 Nytimes.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nytimes.com/us/politics>. – 14.05.2016-12.06.2016.

108 Washingtonpost.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.washingtonpost.com/politics>. – 14.05.2016-12.06.2016.