

## MASS MEDIA POLITICAL TEXTS IN THE EVALUATION CATEGORY PERSPECTIVE

**Abstract:** The article deals with an important part of modern mass media – political texts, paying a special attention on its main characteristic – estimation and evaluation. Means of estimation on different language levels are described. The authors give interesting examples and come to conclusion that modern political language is full of tendency, ultimate subjectivity, irony, aggressiveness and serves an instrument of public manipulation and political influence.

---

### Author information:

**Elena Vakulova**

Assoc. Prof., PhD

North-West Institute of Management  
Russian Presidential Academy of National Economy  
and Public Administration

✉ [vakulova@mail.ru](mailto:vakulova@mail.ru)

🌐 Russian

**Keywords:**

political text, mass media, estimation, evaluation,  
subjectivity

**Pavel Boronkin,**

lecturer

Saint-Petersburg State Electrotechnical University  
“LETI”

Xuzhou Institute of Technology

✉ [boronkin.pavel@gmail.com](mailto:boronkin.pavel@gmail.com)

🌐 China

**Т**рактовка информации в средствах массовой информации (СМИ) тесно связана с формированием общественного мнения, при этом особым потенциалом обладают оценочные высказывания, напрямую влияющие на восприятие текста. Оценочность как выявление или приписывание объекту речи положительных или отрицательных свойств, а также совокупность средств создания оценки, играющие в политических текстах (ПТ) СМИ значительную роль, относят к типологическим чертам данного типа текстов. Это универсальная черта публицистического стиля, один из его стилеобразующих факторов [8, с. 16], что обусловлено оценочно ориентированной функцией публицистики.

Функционально-семантическая категория оценочности, выделяемая на основе общности функции, семантических признаков, свойств языковых единиц, проявляется в речи в связи с целями и задачами автора; поэтому она субъективна (выражает личное мнение), может сопровождаться эмоциями (ср. оценки рациональные и эмоциональные), но может выражать отношение и в общеоценочном плане (хороший/плохой) и не быть экспрессивной.

Оценка социально обусловлена, зависит от её объекта, субъекта, времени, обстоятельств и адресата речи, сложна по структуре, едина по содержанию, связана с модальностью, экспрессивностью и эмоциональностью и может приобретаться языковыми единицами в конкретной речевой ситуации [1, с. 5]. Она отражает ценностное отношение между субъектом и объектом, даже если субъект прямо не выражен, и выражается как нейтральными, так и экспрессивными единицами, в значение которых входят интенсивность, эмоциональность и оценочность, часто имплицитно выраженные.

Оценка затрагивает различные объекты из сферы политики: людей, группы, явления, политические движения, части общества, государства, национальный характер, политические взгляды, события, ситуации, взаимоотношения и т.п., которые оцениваются с помощью показа качеств этих объектов, их влияния, места в масштабах событий в целом и т.д.

Оценка важна для идеологической ориентации адресата речи, формирования его отношения к объекту оценки, в соответствии с которым он будет действовать в современном политическом процессе. Знание фактов даёт свободу в их интерпретации, однако полная объективность оценки вряд ли возможна.

Классификации оценки основаны на соотношении компонентов, составляющих её модальную рамку, а именно: субъекта (эксплицитного или имплицитного) – лица или социума, дающих оценку, объекта – тех, к кому она относится, и модального предиката. Рамка оценки – это её основание: шкала оценок, стереотипы.

Традиционно выделяют следующие классификации оценок: положительная и отрицательная, общая и частная, абсолютная и сравнительная, ингерентная и адгерентная [3]. В ПТ СМИ чаще встречается негативная оценка (поскольку на себя обращают внимание события, нарушающие норму), общая оценка (о свойствах, которые приписывает объекту субъект оценки), адгерентная (поскольку оценка ПТ СМИ всегда существует в контексте), абсолютная, которая косвенно включает в себя сравнительную, характерную, в свою очередь, для аналитических текстов. При положительной или отрицательной оценке оценочный предикат имеет два основных значения – «хорошо» и «плохо», которые могут входить в семантику слова либо определяться высказыванием в целом.

В ПТ СМИ оценка реализуется практически на всех языковых уровнях: словообразовательном (гэбист, двоедушие, квазиреспублика, новояз, образованщина, псевдореферендум, совок, сталинщина, чернуха), лексико-семантическом (вожак, каратель, предательство, путч, сепаратизм, хунта), лексико-фразеологическом (загнанный зверь, мальчик для битья, на голубом глазу, нашим и вашим, оборотни в погонах, охота на ведьм, предавать интересы, промывка мозгов, пятая колонна, разыгрывать карту, хромая утка), грамматическом – определениями-характеристиками (гибельный, захудалый, марионеточный, незаконный, оголтелый, самопровозглашенный, террористический), глаголом-сказуемым (наводнить, ограбить, потакать, свергнуть).

Оценка может усиливаться за счёт выбора и использования одного из синонимов, чаще – стилистических с соответствующей окраской, хотя возможно и одновременное их использование в одном высказывании (начать = развязать войну; лидер, руководитель = вожак, главарь; великая держава = империя; недоговаривать = лгать, врать; проигрыш = временное отступление, передышка; разрушить = развалить, возврат к традиционным ценностям – ревизионизм), а также за счёт антонимии (великий, грандиозный, краеугольный, фундаментальный – малозначимый, незначительный, ничтожный; коррупционный – антикоррупционный; легитимный – противозаконный; выиграть, одержать победу – проиграть, потерпеть поражение).

К морфологическим средствам оценки обычно относят формы степеней сравнения прилагательных и наречий (беднейший, величайший, слабейший, дороже, круче, лучше, хуже), в качестве косвенного оценочного средства привлекаются также имена числительные (цифровой материал, относимый к сильной аргументации), однако для выражения количественных отношений в ПТ СМИ чаще используют сопоставительные конструкции: по площади равна двум Франциям; сумма, равная годовому ВВП, адективные словосочетания с характеризующими прилагательными-определениями (малый, мизерный, микроскопический, незначительный, убогий, широкомасштабный), а также счётные имена существительные и существительные со значением какого-либо количества (горстка, десяток, кучка, сотня, толпа).

Среди синтаксических средств оценки – различные фигуры речи: риторический вопрос (Сколько можно наступать на одни и те же грабли?), вопросно-ответный ход (Можно ли считать это победой? Вряд ли), сравнительный оборот (Их используют как таран), антитеза, именной предикат (Мы не рабы, рабы не мы), локализованные и нелокализованные повторы, синтаксический параллелизм, часто – с анафорой (Жить стало лучше, жить стало веселее),

конструкции с тавтологией (Санкции так санкции; Сделка есть сделка; Выборы – они и в Африке выборы), фигура умолчания, междометия, односоставные предложения с междометиями и словами категории состояния (Увы и ах! Жуть! Сомнительно!), инверсированные, инфинитивные, парцелированные и сегментированные конструкции, конструкции со значением уступки (даже если, несмотря на, пусть даже, хотя), ряды однородных членов предложения и другие средства экспрессивного синтаксиса, используемые для усиления аргументации.

В письменной речи выделяется специфический способ визуализации оценки – графический: шрифт, знаки препинания, выделение графем и др., – позволяющий привлечь внимание к какому-либо фрагменту текста, показать отношение к нему автора. Для ПТ СМИ актуально оценочное использование иронических кавычек: Согласно "документу", столицей "Малороссии" станет Донецк, (...) Флаг для "Малороссии" (...) решил позаимствовать у Богдана Хмельницкого. Впрочем, по словам главаря ДНР, такое "переучреждение" страны еще должны поддержать жители Украины (Sputnik). Использование этого знака аналогично использованию лексических единиц типа так называемый, якобы. «Кавычки являются графическим средством обозначения иронии и отрицательной оценки передаваемого понятия (...) Ироническое употребление кавычек основывается на имплицитной антонимии слов, а также на употреблении слов с ложной положительной оценкой» [5, с. 4].

Лексические, морфологические и словообразовательные средства в ПТ СМИ выражают оценку эксплицитно и самостоятельно, синтаксические – являются вспомогательными, и все они используются в зависимости от жанра, субъекта и объекта оценки, от ситуации, от самого СМИ, предполагающих ту или иную степень резкости. В большинстве случаев в полном объёме оценка реализуется только на уровне контекста.

Истинность информации – весьма относительная вещь, строго говоря, как таковая. она не существует. Дело в том, что информация от конкретных людей для конкретных адресатов уже субъективна, поскольку адресат ПТ СМИ получает её в обработанном виде, затем интерпретирует по-своему (информация трансформируется дважды, и истинность её относительна), а с увеличением количества ПТ, разнообразием политических позиций, изменением самих СМИ фактологическая объективность, служащая лишь для подтверждения авторской позиции, снижается. Таким образом, исследователи языка СМИ приходят к выводу о том, что современные СМИ не информируют, а интерпретируют [6, с. 13–33].

Актуальным процессом в современном медиапространстве можно назвать усиление оценочной направленности ПТ и обострение субъективности, ироничности, жёсткости и даже агрессивности авторской позиции [7, с. 18], отвечающее общей тенденции стилистического снижения. Ср. политические неологизмы-инвективы последних лет: ватник, гэбня, либераст, путиноид, совок, укроп.

Социальная значимость публицистики чрезвычайно высока: она активно вмешивается в политику, влияет на общественное сознание, а «средства массовой информации превращаются в средства массового воздействия» [4, с. 11; см. также 7]. Активизация крайних форм влияния СМИ на массы обусловила закрепление в языке устойчивого словосочетания «четвертая власть».

В целях формирования выгодной автору точки зрения в ПТ используют перечисленные выше приемы и способы оценки, которые являются сильным воздействующим фактором, а сама оценка заложена в сообщении, но часто не очевидна, а исподволь внушается адресату, воспринимающему её на суггестивном уровне и предполагающему, что он сам к ней пришёл.

Преимущество имплицитной оценки – в создании ощущения авторской объективности, в ощущении того, что принятое решение адресат формирует самостоятельно. Это перемешивание фактов и концептуальной информации, подбор, фильтрация и сортировка фактов, изменение баланса и акцентирование одной характеристики объекта в ущерб другой, умалчивание представляют объект в черных либо розовых тонах [2].

Социальная оценочность как особенность языка публицистики, нуждающейся не только в номинации явлений, но и в их интерпретации [9, с. 313], определяет языковые процессы,

происходящие в публицистическом стиле. На уровне речи она проявляется, прежде всего, в структуре текста.

Так, соблюдая принцип гармонизирующего диалога, авторы ПТ СМИ часто используют специфическую конструкцию, строя монологическое высказывание в форме квазиспора с воображаемым оппонентом, где автор одерживает победу, поскольку сам подбирает аргументацию для обеих сторон диалога, в целом же создаётся эффект объективности вывода. В соответствии с классическим риторическим каноном, в ПТ СМИ оценка начинается с выбора фактов, касающихся политики, затем – сопровождается отбором языковых средств и описанием фактов под определенным углом зрения. В любом объекте есть положительные и отрицательные качества, отображая (акцентируя) которые, субъект формирует оценку. Нужно автору представление об объекте даёт избирательный показ характеристик объекта, и этот выбор создаёт в результате оценку имплицитного типа.

В последнее время наиболее значимые социально-политические процессы и события, происходящие в обществе, в официальных, ведущих российских СМИ получают более или менее сходное отражение, во многом совпадающую трактовку. Однако в условиях обострения конфликтов вектор оценки может менять свое направление, порой вплоть до противоположного.

Специфика публицистической речи во многом определяется характером публицистического субъекта – автора. Как правило, это конкретная личность, реальный человек, сторонник определённой политической позиции, что в большинстве случаев не скрывается, а даже демонстрируется. Достоверность оценки повышается, если он является свидетелем либо непосредственным участником оцениваемых событий. Таким образом, в ПТ СМИ преобладает документальность, эмоциональность и субъективность.

Представленность функционально-семантической категории оценочности в ПТ СМИ весьма широка, но неоднородна. Высокая степень концентрации способов оценки различных типов зависит от жанра СМИ и характерна, прежде всего, для авторов колонок (колумнистов), блогов (блогеров), диспутов, дебатов, дискуссий, телевизионных ток-шоу и некоторых других подчеркнута личных, принципиально авторских публицистических жанров.

#### References:

1. Arutyunova N. D. (1988) *Tipy yazykovykh znachenij: oценка, sobytie, fakt*. M.: Nauka
2. Vakulova E. N., (1997) *Petrushchenkova T. A. Politicheskaya ritorika: K voprosu ob izmeneniyah v yazyke publicistiki // Problemy prepodavaniya russkogo yazyka i literatury v inostrannoj. auditorii: Sankt-Peterburg, S. 32–34.*
3. Volf E. M. (1985) *Funkcional'naya semantika oцenki*. Moskva,
4. Piyasova S. V., Amiri L. P. (2009) *Yazykovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklame*. Moskva,
5. Klevcov A. N. (2010) *Semantika i funkцii kavychek v sovremennom russkom yazyke: na materiale pechatnyh SMI*. AKD. Yaroslavl,
6. Kormilicyna M. A. (2008) *Nekotorye itogi issledovaniya processov, proiskhodyashchih v yazyke sovremennyh gazet // Problemy rechevoj kommunikacii. Saratov, Vyp. 8. S. 13–33.*
7. Petrova N. E., Raciburskaya L. V. (2011) *Yazyk sovremennyh SMI: sredstva rechevoj agressii*. Moskva,
8. Solganik G. Ya. (1990) *Vyrazitelnye resursy publicistiki // Poehtika publicistiki*. Moskva,
9. *Stilisticheskij enciklopedicheskij slovar russkogo yazyka*. Pod red. M. N. Kozhinoj. Moskva, 2006.