

*Н. В. Трунова, к. филол. н.  
Военный университет Министерства обороны РФ, Москва, Россия  
e-mail: n\_trunova@mail.ru*

*N. V. Trunova, Cand. Sc. (Philology)  
Military University of the Russian Federation Defense Ministry, Moscow, Russia  
e-mail: n\_trunova@mail.ru*

## ГРАММАТИКА И ПРАГМАТИКА ОЦЕНКИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ «НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ»

Рассматривается сущность явления «новой реальности», выявляются языковые приёмы её структурирования, определяется функциональная нагрузка оценочных экспликаций, обеспечивающих силу эмоционального воздействия текста на реципиента.

*Ключевые слова:* политический дискурс; контекст новой реальности; оценочные смыслы.

## EVALUATION GRAMMAR AND PRAGMATICS IN THE “NEW REALITY” POLITICAL MEDIA DISCOURSE

The paper centers on the “new reality” phenomenon, overtly exposed in political utterances, the modi of its verbal representation, the evaluative exponents’ functional load, entailing the emotional impact force targeted at the recipient audience.

*Key words:* political discourse; new reality context; evaluative significance.

Теоретическая платформа настоящего исследования предполагает приятие некоторых постулатов в области теории языка, теории коммуникации и дискурсологии в качестве исходных аксиом. Они сводятся к следующим утверждениям. 1. Любое грамматически отмеченное высказывание структурируется на основе существующей пропозиции как репликации некоторых отношений между объектами. 2. Язык является интенционально ангажированной системой передачи пропозициональной информации. 3. Интерпретация любого высказывания предопределена характером пресуппозиций, как некоторого фонового знания, необходимого для состоятельности речевого акта. 4. Функциональное предназначение языка не ограничивается дескрипцией, оно включает оценку как когнитивный фактор, предопределяющий внутренний выбор (для себя) и детерминирующий силу внешнего воздействия (на другого). 5. Raison d'être политического медиадискурса заключается в формировании (общественного) мнения относительно описываемой ситуации.

С течением времени изменяются и предпосылки, и посыл публикаций в рамках рассматриваемого жанра. Еще в начале текущего столетия его специфика определялась такими характеристиками, как объективность нейтральность, непредвзятость изложения фактов [1] (сугубо информативная функция). Однако масс-медиа всегда были и остаются, прежде всего, средством пропаганды, отражающей состояние мировой геополитики, поскольку,

как утверждает Мартин Монтгомери, «Реальность <...> социально конструируема. Лексика и (грамматическая) структура предложения представляют реальность в определённом ракурсе, способствуя формированию определённого мнения» [2] (перевод наш). Таким образом, сугубо информационная функция политического дискурса дополняется агитационно-пропагандистской, допускающей и «игру смыслов», и отсутствие аргументации выдвигаемого тезиса, и, как становится всё более очевидным, неприкрытую фальсификацию.

При этом изменяется как пропозициональное содержание сообщения, так и его эпистемический статус (нивелируется дихотомия «знать – полагать») и аксиологический модус (в оппозиции «дескрипция – оценка» ведущая роль отдаётся оценочному компоненту). В работу включаются манипулятивные стратегии [3], одна из которых – апелляция к эмоциям – психологически опосредована игрой с когнитивными механизмами, а лингвистически – языковой игрой. И в том и в другом случае изменяется пропозициональная установка, осуществляется пресуппозиционный сдвиг, происходит смещение политических и идеологических акцентов сообщения и создаётся то, что в 2004 году советник президента Дж. У. Буша обозначил как «новая реальность» [4], явление, основной характеристикой которого является «смерть факта» [5]. На политическую авансцену выходит новый тип дискурса «пост-правды» [6], формируется новое общество пост-правды, в котором восприятие мира основывается на эмоциональных переживаниях.

В актуализации фатической (апеллятивной) функции в этом случае принимают участие не только оценочные предикаты. Контекстуальные факторы (внутренняя – по Ф. де Соссюру – лингвистика), геополитические установки (внешняя лингвистика) являются детерминирующими триггерами. При этом используются все риторические приёмы – прямое обращение к реципиенту, параллельные конструкции, все типы вопросительных предложений, пассивные конструкции, использование форм настоящего времени в генерализующей (вневременной) функции, повторы, подхваты, гиперболизация и, конечно «красивая стилистика» – художественное сравнение, метафора, зевгма. В перенасыщенной эмоциями коммуникативной среде объективные факты всё меньше и меньше воздействуют на общественное мнение.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008. 203 с.
2. Montgomery M., Edington B. The Media. London : British Council, 1996.
3. Chomsky N. Media Control. The Spectacular Achievement of Propaganda : Seven Stories Press, 2002. 103 p.
4. Suskind R. Faith, Certainty and the Presidency of George W. Bush. // The New York Times. 2014. October 17.
5. Jamieson K. H. Implications of the Demise of “Fact” in Political Discourse. URL: <http://live-amphil.pantheonsite.io/sites/default/files/2017-10/attachments/Jamieson> (дата обращения: 23.08.21).
6. Newman S. Post-Truth and Political Theory. URL: <https://editorial.ucatolica.edu.co/index.php/SoftP/article/view/3564> (дата обращения: 23.08.21).