

Михайлова Е. Н. Роль оценочных средств в создании мемориального медиапортрета Жака Ширака (1932—2019) / Е. Н. Михайлова, В. А. Телегина // Научный диалог. — 2020. — № 9. — С. 97—110. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-9-97-110.

Mikhailova, E. N., Telegina, V. A. (2020). The Role of Evaluative Tools in the Creation of the Memorial Media Portrait of Jacques Chirac (1932—2019). *Nauchnyi dialog*, 9: 97-110. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-9-97-110. (In Russ.).



УДК 811.133.1'42:070+929Chirac

DOI: 10.24224/2227-1295-2020-9-97-110

## РОЛЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ В СОЗДАНИИ МЕМОРИАЛЬНОГО МЕДИАПОРТРЕТА ЖАКА ШИРАКА (1932—2019)

© **Михайлова Елена Николаевна (2020)**, orcid.org/0000-0003-4708-1306, доктор филологических наук, профессор кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (Белгород, Россия), emikhailova@yandex.ru.

© **Телегина Виктория Александровна (2020)**, orcid.org/0000-0003-4482-4661, аспирант кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (Белгород, Россия), skarly26@mail.ru.

Статья посвящена изучению оценочных средств, используемых в современных французских средствах массовой информации с целью формирования медийного образа представителя политической элиты. Рассматриваются приемы, задействованные при создании мемориального медиапортрета Жака Ширака (1932—2019), президента Франции с 1995 по 2007 годы. В качестве материала исследования выступили наиболее престижные французские печатные издания разной политической направленности, опубликованные в конце сентября — начале октября 2019 года в связи с кончиной экс-президента Французской Республики. Актуальность темы исследования продиктована пристальным вниманием современной лингвистики к аксиологическим явлениям, поразному представленным в дискурсивных практиках разного типа. Новизна исследования обусловлена обращением к анализу комплекса оценочных средств, задействованных во французских печатных СМИ при характеристике бывшего лидера государства в период прощания с ним нации. Показан оценочный потенциал заголовка статьи и его влияние на формирование оценочного вектора всего текста публикации. Дан системный анализ средств выражения оценки, получивших отражение в мемориальном медиапортрете политика. Выявлены факторы, оказавшие влияние на особенности их использования в данной разновидности медийного портрета.

Ключевые слова: категория оценки; политический дискурс; французская пресса; ретроспективность; политкорректность; мемориальный медиапортрет; Жак Ширак.

## 1. Введение

Современная лингвистика отличается ярко выраженным интересом к аксиологическим явлениям, которые принято рассматривать как неотъемлемую часть универсума человека и общества и как своеобразный инструментарий, позволяющий *homo loquens* ориентироваться в координатах «картины мира». Подчеркивая значимость оценки как уникального «орудия» человека, лингвисты рассматривают разные аспекты этой языковой универсалии: семантику, структуру, типологию, специфику порождения и функционирования и др.

Одной из особенностей оценки является то, что она неодинаково представлена в дискурсивных практиках разного типа. В этом плане вызывает интерес изучение оценочных средств, используемых в современном политическом дискурсе. Смещение фокуса внимания лингвистов в сторону проблематики этой разновидности институционального дискурса обусловлено, с одной стороны, интенсивным развитием информационных технологий, возрастающей ролью средств массовой информации и усиливающейся театрализацией политической деятельности [Будаев и др., 2012; Charaudeau, 2015; Hitzler, 2014]. С другой стороны, пристальное внимание ученых к медиapolитическим текстам связано с тем, что они представляют собой ядро современного медиадискурса, в котором синтезированы черты дискурсов разного типа [Марьянчик, 2013; Dorna, 1995; Grevisse, 2008; Gobin, 2011].

Как известно, основной средой существования политического дискурса служат средства массовой информации. Их важнейшей функцией является воздействующе-информационная, что обусловлено потребностью публицистики в упорядочении потока получаемой информации через оценочные средства выражения [Шейгал, 2000; Dorna, 2007; Charaudeau, 2015]. Так как продвижение информации зависит от способа ее представления, оценочные средства, используемые в политическом дискурсе, по своему отражают интенции разных политических сил в изложении событий и характеристике их участников.

Социальная обусловленность и антропоцентричность оценки обуславливают то, что ядром аксиологического поля, причем не только в СМИ, является человек как представитель определенного социума. Как правило, в центре оценочного поля в политическом дискурсе оказываются политики, занимающие разные ступени в государственной иерархии [Марьянчик, 2013; Dorna, 1995]. Повышенное внимание к представителям политического истеблишмента связано с тем, что от результатов их деятельности зависит как благополучие их государств, так и баланс сил на мировой арене. С помощью определенных оценочных средств в СМИ формируются

образы политиков разного уровня, представителей политических партий. Специфика медийного портрета политика во многом зависит от освещаемых в публикациях событий, с ним связанных, от типа издания, которое их освещает под определенным углом зрения, от текущей конъюнктуры, задающей парадигму оценочных средств.

Значимым событием конца сентября 2019 года, всколыхнувшим мировую общественность, стала кончина Жака Ширака (1932—2019) — одного из наиболее ярких представителей французской политической элиты, занимавшего пост президента Франции с 1995 по 2007 годы. В период прощания французской нации с экс-президентом Республики во французских СМИ было опубликовано немало статей, в которых получила отражение оценка его деятельности на разных этапах его политической карьеры.

Цель данного исследования состоит в выявлении средств выражения оценки, получивших отражение в мемориальном медиапортрете Ж. Ширака, определении их специфических черт и установлении факторов, оказавших влияние на особенности их использования в данной разновидности медийного портрета.

В качестве материала исследования послужили тексты политических статей из наиболее влиятельных французских изданий разной политической направленности: «Le Monde», «Le Figaro», «Courrier international», «L'Humanité», «Marianne». Основным источником фактического материала послужил специальный выпуск престижного французского журнала «Le Figaro Hommage» (1932 / 2019) как один из форматов спецвыпусков серии «Le Figaro Hors-Série». Выпуски этой серии выходят только по особым случаям, не имеют четкой периодичности и посвящены памяти выдающихся личностей, внесших значимый вклад в культурную и общественно-политическую жизнь Франции. На ста страницах выпуска «Le Figaro Hommage» от 26 сентября 2019 года получила освещение богатая событиями биография Ж. Ширака от начала его политической карьеры до её завершения.

В ходе анализа публикаций установлено, что при создании мемориального медиапортрета Ж. Ширака оценочные средства образуют устойчивую парадигму, доминантами которой выступают такие признаки, как ретроспективность, сдержанность и политкорректность.

## **2. Оценочный аспект заголовков в структуре мемориального медиапортрета Ж. Ширака**

Проведенный анализ статей, опубликованных в конце сентября — начале октября 2019 года, показал, что оценочный вектор в них задан заго-

ловками, для которых характерны такие черты, как малая информативность, высокий уровень компрессии, выразительность, стандартный набор оценочных средств, детерминированный спецификой сложившейся на то время конъюнктуры.

Будучи обязательным элементом четырёхчастной структуры политического текста наряду с введением, основной частью и заключением, заголовков выступает для читателя в качестве одного из главных ориентиров в общем информационном потоке масс-медиа. Ученые отмечают, что, выступая в качестве специфического коммуникативного сообщения, прагматической установкой которого является адекватная передача замысла статьи с целью побуждения к ее прочтению, заголовок выделяется в печатном издании как особая лингвистическая единица, призванная в броской и краткой форме дать представление читателям о содержании публикации, облегчая тем самым ее восприятие [Furet, 1995; Legalery, 2000].

В заголовках статей о Ж. Шираке получили отражение разнообразные оценочные средства, при помощи которых показаны подчас полярные точки зрения на объект оценки, что во многом определяется политической направленностью изданий.

Наиболее широко в заголовках представлены мелиоративные оценки, характеризующие Ж. Ширака как крупного политика, как патриота Франции и как человека. Этот тип оценки доминирует в заголовках газеты «Le Figaro», отражающей точку зрения французских умеренно правых партий. Например: *Les Européens saluent “un homme d’État” et “un ami”* [Le Figaro, № 23364, р. 4] (Европейцы прощаются с “государственным деятелем” и “другом”); *C’est le président qui a le plus aimé les Français* [Ibid., р. 19] (Больше всего президент любил французов).

Заголовки газеты «L’Humanité», выражающей позицию Французской коммунистической партии, содержат как сдержанные, принятые в такого рода ситуации, так и пейоративные оценки в адрес Ж. Ширака. К наиболее ярким примерам заголовков этого типа относится следующий: *De “Serrelalouche” à “Super menteur”, 60 ans de vie politique* [L’Humanité, № 22774, р. 4] (От «Пожимателя рук» до «Великого лжеца», 60 лет политической деятельности). Благодаря сочетанию двух взаимодополняющих номинаций в данном заголовке задан оценочный вектор всей статьи, в которой 60 лет политической карьеры Ж. Ширака показаны как заигрывание с электоратом через его привычку к рукопожатиям в период восхождения к власти и откровенное лицемерие как итог его политической карьеры. Данный заголовок оппозиционного политическим установкам экс-президента Франции издания выходит за принятые в таком случае рамки политкорректности.

Одной из закономерностей, выявленных в ходе анализа заголовков статей о Ж. Шираке, является стремление максимально ёмко представить в них одну из доминирующих черт характера этого политика. Например: *Jacques Chirac, miroir des contradictions françaises* [Le Monde, 2019] (Жак Ширак — зеркало французских противоречий); *L'homme qui incarna tant de visages de la France* [Le Figaro, № 23364, p. 5] (Человек, который воплотил в себе так много лиц Франции). В заголовках этого типа Ж. Ширак представлен как символ французской ментальности.

Проведенный анализ показал, что в связи с разной политической ориентацией изданий выбор доминант в характеристике этого яркого и неоднозначного политика обуславливает многовекторность оценки, получившей отражение как в заголовках статей, так и в его мемориальном медиапортрете в целом.

### 3. Специфика оценочных номинаций в мемориальном медиапортрете Ж. Ширака

Анализ текстов статей показал, что в них представлен разнообразный спектр оценочных средств, образующих единую парадигму мемориального медиапортрета политика. Ключевую роль в ней играют номинации, оценочность которых обусловлена либо их семантикой, либо контекстом.

Ядро этой парадигмы составляют антропонимы, отражающие стандарты, характерные для французской лингвокультуры: *Jacques Chirac* или *Chirac*. Примечательно, что при всей нейтральности таких номинаций в разных изданиях прослеживаются определенные предпочтения: двухчастная конструкция (*Jacques Chirac*) представлена во всех изданиях, номинация экс-президента лишь по фамилии (*Chirac*) получила отражение в основном в статьях «L'Humanité». Особое место в системе антропонимов занимает номинация политика лишь по имени (*Jacques*), представленная исключительно в изданиях «Le Figaro» и «Le Figaro Hommage». Эта нетипичная для характеристики представителя политической элиты номинация отражает симпатии к Ж. Шираку тех французов, которые в своё время одобряли его деятельность.

Среди антропонимических номинаций французского политика выделены прозвища, образованные от его фамилии: *Le Chi*; *Chichi*. Например: *Entre nous pas de Chichi* [Marianne, № 1177, p. 6] (Между нами нет **Шуууу**). Использование таких прозвищ при создании мемориального медиапортрета обусловлено ретроспективным характером публикаций, отражающих отношение французов к Ж. Шираку в прошлом. Они ориентированы на фоновые знания читателей старшего поколения, в памяти которого сохранились воспоминания о его бурной и успешной политической карьере.

В публикациях рассматриваемого периода широко представлены номинации, нейтрально отражающие социальный статус Ж. Ширака на разных этапах его политической карьеры. По частотности среди них преобладают номинации, репрезентирующие его как президента или экс-президента Франции: *le président* (президент); *le président Chirac* (президент Ширак); *le chef de l'État* (глава государства); *l'ex-président* (экс-президент); *l'ancien président* (бывший президент); *l'ancien chef de l'État* (бывший глава государства). В специальном выпуске «Le Figaro Hommage» представлены и другие номинации, характеризующие Ж. Ширака как успешного политика, добившегося многого до избрания его президентом страны: *le président du RPR* (президент ОПП); *chef de la droite* (глава правых), *Maire de Paris* (мэр Парижа); *maire de la capitale* (мэр столицы).

Примечательно, что в статьях преимущественно правых и центристских изданий доминируют номинации, отражающие уважение к объекту оценки: *le père de la Nation* (отец Нации); *un père spirituel* (духовный отец); *le vainqueur* (победитель); *un géant de la politique française* (гигант французской политики); *le combattant* (боец); *le champion de la résistance* (чемпион сопротивления).

Напротив, номинации, представленные на страницах «L'Humanité», выделяются на общем фоне явным предпочтением нейтральных и пейоративных оценок ушедшего политика. Чаще всего в статьях этого издания используется лишь фамилия Ж. Ширака: *Chirac* (50 % от общего числа номинаций); второе место по степени частотности занимает его полное имя: *Jacques Chirac* (35 %). Реже (15 %) встречаются номинации с явно выраженной отрицательной коннотацией: *un partenaire* (партнёр); *facho Chirac* (фашист Ширак); *cet anti-héros* (этот антигерой); *le politique tordu* (чокнутый политик); *le roi fainéant* (праздный король). При этом широко представленное в мемориальном медиапортрете Ж. Ширака выражение с явно выраженной положительной коннотацией *le père de la Nation* (отец нации) в статьях этой газеты используется исключительно в ироническом ключе, то есть превращается в номинацию с инвертированным знаком оценки.

Анализ публикаций рассматриваемого периода показывает, что 23 % от общего числа номинаций Ж. Ширака представляют собой прозвища. Они принадлежат к особому разряду неофициальных именованных лица и обычно используются в политическом дискурсе как эффективный инструмент актуализации стратегий и тактик политической борьбы, направленной на формирование в массовом сознании определённых идеологических установок. В мемориальном медиапортрете происходит трансформация их оценочного потенциала в связи с ретроспективным характером формирующих его текстов.

К числу наиболее частотных номинаций в мемориальном медиапортрете Ж. Ширака относится образованное на основе метафоры прозвище *le bulldozer* (бульдозер), которое ему дал в начале его политической карьеры Жорж Помпиду, в то время премьер-министр Франции: *Le 8 mai 1967, il entre dans le gouvernement de Georges Pompidou, qui le surnomme “le bulldozer” en raison de son activisme* [Le Monde, 2019] (8 мая 1967 года он входит в правительство Жоржа Помпиду, который прозвал его «бульдозером» за его активность). В мемориальном медиапортрете Ж. Ширака прозвище *le bulldozer* содержит положительную коннотацию и характеризует его как целеустремлённого, упорного в достижении своей цели политика.

Это прозвище Ж. Ширака, первоначально использовавшееся во французских СМИ, вскоре стало широко известно за пределами Франции. В мемориальном медиапортрете французского политика оно получило отражение в откликах зарубежных лидеров на его кончину. Так, в одной из статей, опубликованных в издании «Le Figaro», указанное прозвищное именование содержится в высказывании экс-канцлера Германии Г. Шрёдера: *Il était à la hauteur de son surnom, “le Bulldozer”, et c’était pour moi un véritable défi de lui faire face* [Le Figaro, № 23364, p. 18] (Он оправдал своё прозвище “Бульдозер”: для меня было настоящим вызовом встретиться с ним лицом к лицу).

В ходе анализа фактического материала были выявлены и другие случаи ярких оценочных номинаций этого политика. Например: *Docteur Chirac* (Доктор Ширак) [Le Figaro Hommage]; *un don Juan de la politique* (политический Дон Жуан); *le champion des serrages de mains* (чемпион по рукопожатиям); *une star pour la rue arabe* (звезда для арабской улицы); *un maniaque de l’ordre* (маньяк порядка) [Le Figaro, № 23364]. Такого рода номинации являются достаточно редкими, при этом большинство из них представлено в изданиях умеренно правых сил.

Как показывает проведенный анализ, в корпусе примеров достаточно многочисленны номинации Ж. Ширака, имеющие в основе зооморфную метафору. Например: *un jeune loup* (молодой волк) [Le Figaro Hommage, p. 74]; *un animal politique* (политическое животное) [Le Figaro, № 23364, p. 44]; *‘un lion de la politique française’* (‘лев французской политики’) [Ibid., p. 2]. Такого рода номинации содержатся главным образом в статьях, где речь идет о начале его политической карьеры (больше всего их в специальном выпуске «Le Figaro Hommage»). Сравнение Ж. Ширака с животными, которые в аллегорическом дискурсе ассоциируются с сильными мира сего, закрепляет в сознании читателя образ величественного и могущественного правителя: *C’est un lion de la politique française qui disparaît* [Ibid.] (Ушел из жизни лев французской политики). Усилению мелиоративности создаваемого медиа-

портрета в такого рода номинациях содействует сочетание метафоры с другими стилистическими средствами, чаще всего с гиперболой.

#### 4. Стилистические средства выражения оценки в мемориальном медиапортрете Ж. Ширака

Анализ исследованного материала позволил установить, что для выражения оценки в мемориальном медиапортрете Ж. Ширака широко используются различные стилистические средства. Количественный анализ примеров показал, что наиболее частотными являются метафора (52 %), сравнение (13,5 %), эпитет (11 %), гипербола (9 %), антитеза (6 %). На долю других стилистических средств приходится 8,5 % примеров.

Лидирующая среди них по частотности употребления метафора имеет свою специфику, обусловленную жанром мемориального медиапортрета. Она существенно отличается от политической метафоры, которую принято рассматривать как инструмент, используемый СМИ для моделирования и оценки политических процессов с целью воздействия на сознание социума [Будаев и др., 2012; Dorna, 1995]. Главными признаками метафоры в мемориальном медиапортрете являются её исключительно ретроспективный характер и высокий уровень политкорректности, что обусловлено спецификой данного жанра медиадискурса, близкого по своей природе к погребальной речи и некрологу, для которых, как отмечают ученые, типичны мелиоративная оценочность и использование имплицитной информации, касающейся главной темы этого жанра — смерти человека [Charaudeau, 2015; Makarova, 2003; Ringlet, 1992].

Анализ публикаций рассматриваемого периода свидетельствует о том, что в большинстве случаев метафора используется с целью акцентирования внимания на незыблемости авторитета Ж. Ширака и его величии как политического лидера. Например: ... *Et tous ont bien compris que Chirac, le mal aimé d'hier, fait désormais figure de totem indépassable pour un électorat déboussolé* [Marianne, № 1016, p. 9] (И все поняли, что вчерашний нелюбимый Ширак теперь является **непреодолимым тотемом** для дезориентированного электората); *Un géant de la politique française vient de s'éteindre* [Le Figaro, № 23364, p. 8] (Скончался **гигант французской политики**).

В то же время в ходе анализа выявлены примеры употребления метафоры, которые характеризуют Ж. Ширака с диаметрально противоположных позиций: как тонкого профессионального дипломата, с одной стороны, и как двуличного политика, с другой. Например: ... *avant que la maladie ne le mure dans le silence, l'ancien président n'a cessé de consolider cette image chaleureuse et attachante de grand-père bienveillant de la nation* [Le Monde, 2019]

(...до того, как болезнь заставила его уйти в себя, бывший президент не прекращал *укреплять этот душевный и милый образ доброжелательного дедушки нации*); *Devant au premier tour, en dépit du pire score d'un président sortant (19,88 %), Jacques Chirac se retrouve à endosser le costume de "père de la Nation" face à Jean-Marie Le Pen* [L'Humanité, № 22774, p. 7] («В первом туре, несмотря на худший счёт сложившего полномочия президента (19,88 %), Жак Ширак *вновь надевает костюм "отца нации"* против Жана-Мари Ле Пена). Такого рода оценки с инвертированной семантикой превалируют в «L'Humanité» — оппозиционном по отношению к взглядам Ж. Ширака издании.

Достаточно широко в мемориальном медиапортрете Ж. Ширака используется образное сравнение. Чаще всего этот политик сравнивается с птицей Феникс, что по-своему отражает загадочность его неизменного успеха и способность добиваться поставленной цели несмотря на череду потерь и неудач, с которыми он сталкивался на протяжении всей своей жизни. Например: *Son immense carcasse l'aida à encaisser les coups et permit, malgré d'insondables moments de déprime, qu'on le qualifie souvent de "phénix". Chirac, sans cesse renaissant de ses cendres ...* [Le Monde, 2019] (Его величественная фигура помогла ему справиться с ударами судьбы, и, несмотря на непостижимые моменты депрессии, его часто называли *"фениксом"*. Ширак непрерывно возрождался из пепла).

Достаточно распространённым средством выражения оценки в создании мемориального медиапортрета Ж. Ширака является эпитет. Этот стилистический приём используется преимущественно для характеристики его личностных качеств. Например: ... *Chirac est infatigable, imbattable, inusable* [Ibid.] (... Ширак *неутомим, непобедим, нецгибаем*); *Le président tchèque, Milos Zeman, a salué «un chef d'État capable, solide et amical* [Le Figaro, № 23364, p. 4] (Президент Чехии Милош Земан простился со *"способным, надёжным и дружелюбным главой государства"*). Проанализированный материал показывает, что в подавляющем большинстве случаев эпитеты используются в перечислении, что значительно усиливает их воздействующую функцию. Как и метафора, эпитет в мемориальном медиапортрете имеет положительное оценочное значение и закрепляет в сознании читателей образ Ж. Ширака как стойкого, сильного лидера, упорно шедшего к цели.

В медиапортретировании Ж. Ширака чаще других используется многозначное прилагательное *grand* (большой; высокий; великий), с помощью которого нередко обыгрываются такие его качества, как высокий рост и авторитет в мире политики. Например: *Jacques Chirac était un grand Français* [Ibid., p. 3] (Жак Ширак был *великим* французом); *Chirac "l'Africain" restera l'ami, le "grand président de par la taille" mais aussi par "esprit afri-*

*cain*” [Courrier international, № 1509, p. 24] (“Африканец” Ширак останется другом, “президентом **высокого** роста” и “**большой** африканской души”).

Представлена в мемориальном медиапортрете Ж. Ширака и гипербола, посредством которой подчеркивается его значение как успешного политика. Например: *Pompidou disait de lui: “Si je lui demandais de construire dans la nuit un tunnel entre chez moi et l’Élysée, il le ferait”* [Le Figaro Hommage, p. 9] («Помпиду говорил о нём: «**Если бы я попросил его за ночь построить тоннель между моим домом и Елисейским дворцом, он бы это сделал**»). В данном примере речь идёт об исполнительности и энергичности Ж. Ширака — качествах, которые были присущи ему на всех этапах его политической карьеры.

По-своему используется в медиапортретировании Ж. Ширака антитеза, которая служит, в частности, для характеристики двойственности его натуры. Это касается, например, его способности к быстрому налаживанию контактов как с политическими лидерами других стран, так и с простым народом: ... *Il était simple et majestueux* [Le Figaro, № 23364, p. 4] (... Он был **простым и величественным**). Кроме того, с помощью антитезы акцентируется внимание на сложности политической карьеры Ж. Ширака и неоднозначности ее оценки его сторонниками и противниками. Например: *Jacques Chirac était un grand homme d’État qui connut de brillantes victoires, mais aussi de lourdes défaites au cours de ses cinquante ans de vie politique* [Ibid., p. 18] (Жак Ширак был великим государственным деятелем, который **за пятьдесят лет политической жизни познал как блестящие победы, так и тяжёлые поражения**).

Проанализированный материал показывает, что стилистические средства, задействованные в создании оценочности в мемориальном медиапортрете, образуют единую парадигму, в которой доминируют средства, типичные для погребальной речи или некролога.

## **5. Аллюзия как эффективное средство выражения оценки в мемориальном медиапортрете Ж. Ширака**

Особое место в создании мемориального медиапортрета Ж. Ширака занимает аллюзия. Обычно этот стилистический приём выступает главным средством повышения интертекстуальной плотности текста, моделируя его смысловой и эмоциональный потенциал посредством ссылки на прецедентный текст или прецедентное имя [Москвин, 2015; Нечаева, 2018; Пьеге-Гро, 2015]. Адекватное прочтение информации, содержащей аллюзию, в текстах проанализированных статей обеспечивается фоновыми знаниями читателей, связанными с историей и культурой Франции конца XX — начала

XXI веков. В приводимом ниже примере аллюзия создана на основе урбанимов Парижа: Матиньонского дворца (официальной резиденции французского премьер-министра) и Елисейского дворца (официальной резиденции французских президентов): *Sa carrière politique, de la mairie de Paris au RPR en passant par Matignon et l'Élysée, restera comme l'une des plus remarquables de la Ve République* [Le Monde, 2019] (Его политическая карьера, от мэрии Парижа до РПР через Матиньон и Елисейский дворец, останется одной из самых замечательных в истории Пятой Республики).

В большинстве случаев аллюзии содержат намёк на наиболее значимые политические события, связанные с деятельностью Ж. Ширака на посту президента Франции. В частности, во многих статьях неоднократно упоминается его выступление против вторжения НАТО во главе с США в Ирак в 2003 году: *Jacques Chirac restera pourtant comme celui qui a dit "non" à la guerre d'Irak en 2003, face aux États-Unis de George Bush* [Le Monde, 2019] (И всё же Жак Ширак останется тем, кто в 2003 году сказал «нет» войне в Ираке прямо в лицо Соединённым Штатам Джорджа Буша); *Sur la scène mondiale, Jacques Chirac restera célèbre pour avoir défié les Américains sur l'Irak* [Le Figaro, № 23364, p. 10] (На мировой арене Жак Ширак останется знаменит тем, что бросил вызов американцам в вопросе с Ираком). Как известно, Ж. Ширак был единственным западным лидером, который, сказав «нет» США, категорически отказался от участия его страны в военной операции НАТО в Ираке. Это его решение не только укрепило авторитет французского президента в мировом сообществе, но и продемонстрировало независимость Франции на политической арене.

## 6. Выводы

В результате проведённого исследования выявлено, что с помощью разнообразных средств выражения оценки в ведущих французских изданиях конца сентября — начала октября 2019 года был создан мемориальный медиапортрет Ж. Ширака, в котором этот яркий представитель французской политической элиты ушедшей эпохи представлен не только как успешный и влиятельный политик, но и как человек со своей частной жизнью, достойный семьянин и верный друг. Специфическими признаками мемориального медиапортрета Ж. Ширака являются ретроспективность, сдержанность, политкорректность, что сближает данную разновидность политического дискурса с традициями погребальных речей и некрологов.

В создании мемориального медиапортрета политика задействован богатый корпус средств выражения оценки. Лидируют среди них антропониические номинации, в том числе прозвищные именованя лица, при этом

оценочную окраску они приобретают в контексте. Среди стилистических средств доминируют метафора, эпитет, гипербола, антитеза. Важное место в создании мемориального портрета политика занимает аллюзия, моделирующая оценочный потенциал текста с помощью ориентации нарратива на прецедентные имена и значимые для жизни политика события.

Выбор и характер использования средств выражения оценки во французских СМИ детерминирован прежде всего политической направленностью изданий. Именно она обуславливает выбор доминант в характеристике политика и многовекторность оценки, получившей отражение в его мемориальном медиапортрете.

### Источники и принятые сокращения

1. *Courrier international*. — 3—9 octobre 2019. — № 1509. — 64 p.
2. *L'Humanité*. — 2019. — № 22774. — vendredi 27, samedi 28 et dimanche 29 septembre. — 28 p.
3. *Le Figaro*. — 27 septembre 2019. — № 23364. — 44 p.
4. *Le Figaro Hommage. Jacques Chirac 1932/2019*. — 100 p.
5. *Le Monde* [Ressource électronique]. — 26 septembre 2019. — Mode d'accès : [https://www.lemonde.fr/disparitions/article/2019/09/26/mort-de-jacques-chirac-l-ambition-d-une-vie\\_6013143\\_3382.html](https://www.lemonde.fr/disparitions/article/2019/09/26/mort-de-jacques-chirac-l-ambition-d-une-vie_6013143_3382.html).
6. *Marianne*. — 4—10 octobre 2019. — № 1177. — 88 p.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Будаев Э. В. Метафора в политическом интердискурсе / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. — Москва : Флинта, 2012. — 248 с.
2. Марьянчик В. А. Аксиологичность и оценочность медиа-политического текста / В. А. Марьянчик. — Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. — 272 с.
3. Москвин В. П. Интертекстуальность. Понятийный аппарат. Фигуры, жанры, стили / В. П. Москвин. — Москва : Наука-Флинта, 2015. — 168 с.
4. Нечаева К. К. Аллюзии : виды, функции, трудности перевода (на примере португальских СМИ) / К. К. Нечаева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. — 2018. — № 12. — С. 66—79.
5. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности : перевод с французского / ред., вступ. ст. Г. К. Косикова / Н. Пьеге-Гро. — Москва : ЛЕНАНД, 2015. — 240 с.
6. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : диссертация ... доктора филологических наук : 10.02.01, 10.02.19 / Е. И. Шейгал. — Волгоград, 2000. — 368 с.
7. Charaudeau P. Le discours politique. Les masques du pouvoir / P. Charaudeau. — Limoges : Lambert-Lucas, 2015. — 309 p.
8. Dorna A. Les effets langagiers du discours politique / A. Dorna // Hermès. — 1995. — № 16. — Pp. 131—146.
9. Dorna A. Quand le contexte surdétermine le discours politique / A. Dorna, P. Georget // Le Journal des psychologues. — 2007 / 4. — № 247. — Pp. 23—28.
10. Furet C. Le titre : Pour donner envie de lire / C. Furet. — Paris : CFPJ, 1995. — 219 p.

11. *Gobin C.* Des principales caractéristiques du discours politique contemporain / C. Gobin // Les langages de l'idéologie. Études pluridisciplinaires. — 2011. — № 30. — Pp. 169—186.
12. *Grevisse B.* Écritures journalistiques: stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif / B. Grevisse. — Bruxelles : De Boeck Université, 2008. — 252 p.
13. *Hitzler R.* Mise en scène Mise en scène et représentation de la politique aujourd'hui / R. Hitzler // Trivium. — 2014. — № 16. — Pp. 1—16. — Mis en ligne le 01 mai 2014, consulté le 19 avril 2019. — Access mode : <http://journals.openedition.org/trivium/4776>.
14. *Legalery J.-L.* Vers une pragmatique de la titrologie de presse / J.-L. Legalery // Cahiers de l'APLIUT. — 2000. — № 20—1. — Pp. 7—21.
15. *Makarova A.* Dits et non-dits des nécrologies de la presse / A. Makarova // Le Temps des médias. — 2003 / 1 — №°1. — Pp. 108—118.
16. *Ringlet G.* Ces chers disparus. Essai sur les annonces nécrologiques dans la presse francophone / G. Ringlet. — Paris : Albin Michel, 1992. — 217 p.

---

## THE ROLE OF EVALUATIVE TOOLS IN THE CREATION OF THE MEMORIAL MEDIA PORTRAIT OF JACQUES CHIRAC (1932—2019)

© **Elena N. Mikhailova (2020)**, [orcid.org/0000-0003-4708-1306](https://orcid.org/0000-0003-4708-1306), Doctor of Philology, Professor, Department of Romance and Germanic Philology and Intercultural Communication, Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Belgorod State National Research University” (Belgorod, Russia), [emikhailova@yandex.ru](mailto:emikhailova@yandex.ru).

© **Victoria A. Telegina (2020)**, [orcid.org/0000-0003-4482-4661](https://orcid.org/0000-0003-4482-4661), Post-graduate student, Department of Romance and Germanic Philology and Intercultural Communication, Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Belgorod State National Research University” (Belgorod, Russia), [skarly26@mail.ru](mailto:skarly26@mail.ru).

The article is devoted to the study of evaluative tools used in modern French media in order to form the media image of a representative of the political elite. The techniques used in the creation of a memorial media portrait of Jacques Chirac (1932—2019), President of France from 1995 to 2007 are considered. The research material was the most prestigious French print media of various political orientations, published in late September — early October 2019 in connection with the death of the ex-President of the French Republic. The relevance of the research topic is dictated by the close attention of modern linguistics to axiological phenomena, differently presented in different types of discursive practices. The novelty of the study is due to the appeal to the analysis of the complex of evaluation tools used in the French print media when characterizing the former leader of the state during the nation's farewell period. The estimated potential of the title of the article and its influence on the formation of the estimated vector of the entire text of the publication are shown. A systematic analysis of the assessment expression means, reflected in the memorial media portrait of the politician, is given. The factors that influenced the peculiarities of their use in this type of media portrait are revealed.

Key words: assessment category; political discourse; French press; retrospective; political correctness; memorial media portrait; Jacques Chirac.

**MATERIAL RESOURCES**

- Courrier international*, 1509. (2019). 3—9 octobre. 64 p. (In Fren.).
- Le Figaro*, 23364. 27 septembre. 44 p. (In Fren.).
- Le Figaro Hommage. Jacques Chirac 1932 / 2019*. 100 p. (In Fren.).
- Le Monde*. (2019). 26 septembre. Available at: [https://www.lemonde.fr/disparitions/article/2019/09/26/mort-de-jacques-chirac-l-ambition-d-une-vie\\_6013143\\_3382.html](https://www.lemonde.fr/disparitions/article/2019/09/26/mort-de-jacques-chirac-l-ambition-d-une-vie_6013143_3382.html). (In Fren.).
- L'Humanité*, 22774. (2019). vendredi 27, samedi 28 et dimanche 29 septembre. 28 p. (In Fren.).
- Marianne*, 1177. (2019). 4—10 octobre. 88 p. (In Fren.).

**REFERENCES**

- Budayev, E. V., Chudinov, A. P. (2012). *Metafora v politicheskom interdiskurse* [Metaphor in political interdiscourse]. Moskva: Flinta. 248 p. (In Russ.).
- Charaudeau, P. (2015). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Limoges: Lambert-Lucas. 309 p. (In Fren.).
- Dorna, A., Georget, P. (2007 / 4). Quand le contexte surdétermine le discours politique. *Le Journal des psychologues*, 247 : 23—28. (In Fren.).
- Dorna, A. (1995). Les effets langagiers du discours politique. *Hermès*, 16 : 131—146. (In Fren.).
- Furet, C. (1995). *Le titre: Pour donner envie de lire*. Paris: CFPJ. 219 p. (In Franc.).
- Gobin, C. (2011). Des principales caractéristiques du discours politique contemporain. *Les langages de l'idéologie. Études pluridisciplinaires*, 30: 169—186. (In Franc.).
- Grevisse, B. (2008). *Écritures journalistiques: stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*. Bruxelles: De Boeck Université. 252 p. (In Franc.).
- Hitzler, R. (2014). Mise en scène et représentation de la politique aujourd'hui. *Trivium*, 16 : 1—16. Mis en ligne le 01 mai 2014, consulté le 19 avril 2019. Available at: <http://journals.openedition.org/trivium/4776>. (In Fren.).
- Legalery, J.-L. (2000). Vers une pragmatique de la titrologie de presse. *Cahiers de l'APLIUT*, 20—1: 7—21. (In Fren.).
- Makarova, A. (2003/1). Dits et non-dits des nécrologies de la presse. *Le Temps des médias*, °1: 108—118. (In Fren.).
- Maryanchik, V. A. (2013). *Aksiologichnost' i otsenochnost' media-politicheskogo teksta* [Axiological and accurate media-political text]. Moskva: Knizhnyy dom «LIBROKOM». 272 p. (In Russ.).
- Moskvin, V. P. (2015). *Intertekstualnost'. Ponyatiyny apparat. Figury, zhanry, stili* [Intertextuality. Conceptual apparatus. Figures, genres, styles]. Moskva: Nauka-Flinta. 168 p. (In Russ.).
- Nechayeva, K. K. (2018). Allyuzii: vidy, funktsii, trudnosti perevoda (na primere portugalskikh SMI) [Allusions: types, functions, difficulties of translation (on the example of Portuguese media)]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki* [Bulletin of the Moscow state linguistic University. Humanities], 12: 66—79. (In Russ.).
- Pege-Gro, N. (2015). *Vvedeniye v teoriyu intertekstualnosti: Perevod s frantsuzskogo* [Introduction to the theory of intertextuality: Translation from French]. Moskva: LENAND. 240 p. (In Russ.).
- Ringlet, G. (1992). *Ces chers disparus. Essai sur les annonces nécrologiques dans la presse francophone*. Paris: Albin Michel 217 p. (In Fren.).
- Sheygal, E. I. (2000). *Semiotika politicheskogo diskursa*. Doct. Diss. [Semiotics of political discourse. Doct. Diss.]. Volgograd. 368 p. (In Russ.).