

УДК 811.111 (045)

DOI: 10.18384/2310-712X-2021-6-20-28

ПЕРЕОЦЕНКА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ГАЗЕТНЫХ СТАТЕЙ)

Власова Е. В.

*Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации, Одинцовский филиал
143007, Московская обл., г. Одинцово, ул. Ново-Спортивная, д. 3, Российская Федерация*

Аннотация

Целью настоящего исследования является выявление способов выражения переоценки в политическом дискурсе на материале британских и американских газетных статей.

Процедура и методы. При проведении исследования применены методы сплошной выборки, сопоставительного и количественного анализа.

Результаты исследования показали широкое использование переоценки в политическом дискурсе для изложения событий, которые влияют и формируют реакцию читателя.

Теоретическая значимость заключается в определении способов выражения переоценки в политическом тексте, используемых для освещения новостей.

Практическая значимость состоит в возможности использования результатов исследования в лекционных курсах общего языкознания, лексикологии, стилистики, страноведения, в спецкурсах по лингвокультурологии и теории межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: переоценка, политический дискурс, эмоционально-оценочные наречия, превосходная степень сравнения прилагательных, гипербола, метафора

OVERSTATEMENT IN POLITICAL DISCOURSE (BASED ON BRITISH AND AMERICAN NEWSPAPER ARTICLES)

E. Vlasova

*Moscow State Institute of International Relations (University)
of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Odintsovo branch
3 ulitsa Novo-Sportivnaya, Odintsovo 143007, Moscow Region, Russian Federation*

Abstract

Aim. To identify the ways to express overstatement in political discourse used in British and American newspaper articles.

Methodology. The main methods of research are: continuous sampling, comparative and quantitative analysis.

Results. According to the results of the study, overstatement is widely used in political discourse, to present events that influence and shape the reader's reaction.

Research implications. The theoretical significance lies in the definition of the ways of expressing overstatement in the political text used for news coverage. The practical significance is expressed in using the results of the research in lecture courses of general linguistics, lexicology, stylistics, country studies, in special courses on linguoculturology and the theory of intercultural communication.

Keywords: overstatement, political discourse, emotional-evaluative adverbs, superlative degree of comparison of adjectives, hyperbole, metaphor

Введение

Актуальность данного исследования обусловлена недостаточной изученностью многообразных способов выражения переоценки в политическом дискурсе и необходимостью понимания читателем истинных интенций и приёмов языкового манипулирования, используемых авторами газетных статей. Предпринята попытка проанализировать многообразные способы выражения переоценки в речи авторов газетных статей и их влияние на эмоциональную реакцию читателя.

Фактическим материалом работы являются электронные издания британских и американских газет *The Guardian*, *The Economist*, *Bloomberg Businessweek*, из которых методом сплошной выборки было зафиксировано 75 контекстов употребления переоценки в языке газетных статей.

Переоценка в современном политическом дискурсе

В лингвистической литературе существует большое количество работ, в которых рассматриваются политические метафоры, гиперболы, ирония, умолчания, эвфемизмы и другие способы языкового воздействия автора газетных статей на читателя. В настоящем исследовании мы обобщим многообразные способы выражения преувеличенной реакции автора на события, предметы и явления в политическом дискурсе.

В данной работе мы придерживаемся определения политического дискурса, данного Е. И. Шейгал. Исследователь определяет политический дискурс как текст в конкретной ситуации политического общения [7, с. 9] и относит его к коммуникации, в которой автор воздействует на слушателя / читателя с помощью различных языковых средств [7, с. 6]. В нашем понимании языковыми средствами воздействия на читателя являются лексические и стилистические способы выражения переоценки (преувеличения).

Таким образом, переоценка представляет собой завышенную оценочную реакцию автора на предметы, явления и события, происходящие в современном мире [1, с. 46]. Анализ 54 газетных статей показал, что основными способами выражения переоценки в политическом дискурсе являются:

1) лексические средства:

- эмоционально-оценочные наречия + прилагательные;
- превосходная степень сравнения прилагательных;

2) стилистические средства:

- метафора / гиперболическая метафора;
- гипербола.

Лексические средства выражения переоценки в политическом тексте

Эмоционально-оценочные наречия рассматриваются как интенсификаторы и в сочетании с прилагательными представляют лексический вид переоценки [1, с. 29–30]. Интенсификаторами являются, как правило, оценочные наречия или прилагательные, усиливающие последующую часть речи. Данные усилители акцентируют внимание читателя на определённой части высказывания [1, с. 34]. Рассмотрим вышеупомянутые сочетания в речи авторов газетных статей:

Эмоционально-оценочные наречия + прилагательные

Анализ 54 газетных статей показал, что наиболее употребительными являются наречия-интенсификаторы *really* (25) и *very* (20), которые сочетаются с разнообразными прилагательными [1, с. 30].

1) “Because, obviously, it was more of a disputed commodity at the time,” says Ben Luckock, head of oil at Trafigura, a major commodity trader that helped to organize some of the shipments. It was really very difficult¹. / “Потому что, очевидно, в то время

¹ См.: Blas J., Farchy J. U.S. Teachers’ Pensions Helped Fund War Over Oil in Iraq [Электронный ресурс] //

это был скорее спорный товар”, – говорит Бен Лакок, глава отдела нефти, крупный товарный трейдер, который помог организовать некоторые поставки. “Это было действительно очень трудно” (здесь и далее перевод наш – Е. В.)

Наречия *really* и *very* в сочетании с прилагательным *difficult* убеждают читателя в сложности данного предприятия. Перейдём к следующему примеру:

2) A smaller financial transaction tax, such as one targeted to certain securities or with an extended phase-in period, is “very real possibility,” says Isaac Botansky, a Compass Point Research & Trading analyst¹. / “Меньший налог на финансовые операции, например, налог, взимаемый с определённых ценных бумаг или с продлённым периодом поэтапного ввода, является “очень реальной возможностью”, отмечает Исаак Ботански, аналитик Compass Point Research & Trading.

В данном примере аналитик использует эмоционально-оценочное наречие в сочетании с прилагательным *very real* для того, чтобы читатель поверил в данную возможность и принял нужное решение.

Остановимся на наречии *rather*, которое интенсифицирует оценку незначительно, но в сочетании со словом *more* завышает оценочную реакцию читателя на ситуацию:

3) Others seem to enjoy the experience rather more². / Другие, похоже, наслаждаются этим опытом гораздо больше.

К отдельному виду усилителей относится слово *so*, которое встречается

Bloomberg Businessweek : [сайт]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-23/the-world-for-sale-book-excerpt-traders-pull-pensioners-into-war-over-iraq-oil> (дата обращения: 01.03.2021).

¹ См.: Light J. Wall Street Transaction Tax Gets Fresh Look After GameStop Frenzy [Электронный ресурс] // Bloomberg Businessweek : [сайт]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-19/wall-street-transaction-tax-gets-fresh-look-after-gamestop-furor> (дата обращения: 01.03.2021).

² См.: Time to end duty-free [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/leaders/2021/02/27/time-to-end-duty-free> (дата обращения: 27.02.2021).

не так часто [1, с. 34]. В следующем примере автор статьи использует комбинацию слов *so much worse* для того, чтобы подчеркнуть отрицательную ситуацию и убедить читателя в своей правоте:

4) It so much worse than it was when Covid began³. / Это намного хуже, чем было, когда начался Ковид.

В газетном дискурсе находим окказиональные наречия, цель которых заключается в усилении смысла. Рассмотрим их:

5) Stark variations in Covid vaccine up take between richer and poorer areas of England, together with “stubbornly high” coronavirus rates in some deprived communities, are posing serious questions about the measures needed for restrictions to be safely eased⁴ / Резкие различия в потреблении вакцины от ковида между богатыми и бедными районами Англии, а также “чрезвычайно высокие” показатели коронавируса в некоторых обездоленных общинах ставят серьёзные вопросы о мерах, необходимых для безопасного ослабления ограничений.

6) The two powers also have largely incompatible interests in Georgia and Ukraine, both of which Turkey would like to see as members of NATO⁵. / Обе державы также имеют абсолютно несовместимые интересы в Грузии и Украине, которых Турция хотела бы видеть членами НАТО.

³ См.: Covid pandemic has only made the opioid crisis worse [Электронный ресурс] // Bloomberg Businessweek : [сайт]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-20/covid-pandemic-has-only-made-the-opioid-crisis-worse> (дата обращения: 01.03.2021).

⁴ См.: Davis N. England’s Covid dilemma: how to ease lockdown without deepening social divisions [Электронный ресурс] // The Guardian : [сайт]. URL: <https://www.theguardian.com/society/2021/mar/14/england-covid-dilemma-how-to-ease-lockdown-without-deepening-social-divisions> (дата обращения: 14.03.2021).

⁵ См.: Putin and Erdogan have formed a brotherhood of hard power [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/europe/2021/02/23/putin-and-erdogan-have-formed-a-brotherhood-of-hard-power> (дата обращения: 27.02.2021).

7) Even so, the uninsured population in the U.S. remains unacceptably large...¹ / Несмотря на это, количество незастрахованного населения в США остаётся неприемлемо большим.

Все вышеперечисленные эмоционально-оценочные наречия в сочетании с прилагательными интенсифицируют смысл высказывания и воздействуют на читателя.

Одним из видов переоценки являются прилагательные [1, с. 29]. Имена прилагательные в политических текстах решают две задачи: коммуникативную и экспрессивную. Авторы газетных статей часто используют превосходную степень сравнения прилагательных для создания эмоционально-экспрессивных высказываний с целью убеждения и воздействия на читателя. По мнению С. И. Сметаниной, автор газетной статьи с помощью имён прилагательных создаёт образные сегменты текста, рассчитанные на возможность «увидеть» написанное, осознать знак оценки [6, с. 383].

Превосходная степень сравнения прилагательных

1 группа

Рассмотрим примеры прилагательных первой группы, образующих превосходную степень сравнения с помощью суффикса -est:

8) ... a very small group of the smartest people run the show ...²/ ... шоу ведёт очень маленькая группа самых умных людей ...

9) The biggest political problem is The Northern Ireland protocol, under which the

¹ См.: Wall street transaction tax gets fresh look after GameStop furor [Электронный ресурс] // Bloomberg Businessweek : [сайт]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-19/wall-street-transaction-tax-gets-fresh-look-after-gamestop-furor> (дата обращения: 01.03.2021).

² См.: The feud within the Scottish National Party [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/britain/2021/02/27/the-feud-within-the-scottish-national-party> (дата обращения: 27.02.2021).

province stays in the single market for goods and the customs union³. / Самой большой политической проблемой является Североирландский протокол, согласно которому провинция остаётся на едином рынке товаров и в таможенном союзе.

10) Investments funds and firms that trade the most, such as high-frequency traders, could face the highest costs⁴. / Инвестиционные фонды и фирмы, которые торгуют больше всего, такие как высокочастотные трейдеры, могут столкнуться с самыми высокими издержками.

2 группа

Анализ газетных статей показал, что наиболее частотными являются прилагательные, образующие превосходную степень с помощью интенсификатора *the most*. Такие прилагательные относятся ко второй группе.

11) Tony Blair described the ordeal as “the most nerve-racking, discombobulating, nail-biting, bowel-moving, terror-inspiring, courage-draining experience in my prime ministerial life”⁵. / Тони Блэр описал это испытание как “самый нервный, сбивающий с толку, кусающий ногти, двигающий кишечник, внушающий ужас, истощающий мужество опыт в моей премьер-министерской жизни”.

12) The decision to buy the s-400 air-defence system is the most consequential element of the new relationship so far. Two years ago Mr Erdogan called the purchase

³ См.: Counting the cost of Brexit's impact on trade [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/britain/2021/02/24/counting-the-cost-of-brexit-impact-on-trade> (дата обращения: 27.02.2021).

⁴ См.: Wall street transaction tax gets fresh look after GameStop furor [Электронный ресурс] // Bloomberg Businessweek : [сайт]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-19/wall-street-transaction-tax-gets-fresh-look-after-gamestop-furor> (дата обращения: 01.03.2021).

⁵ См.: Why the British prime minister's job is an impossible one [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/britain/2021/02/27/why-the-british-prime-ministers-job-is-an-impossible-one> (дата обращения: 27.02.2021).

“the most significant in our history”¹. / Решение о покупке системы ПВО С-400 является наиболее важным элементом новых отношений на сегодняшний день. Два года назад господин Эрдоган назвал эту покупку “самой значительной в нашей истории”.

Таким образом, с помощью прилагательных автор статьи влияет на мнение читателей.

Стилистические способы выражения переоценки в политическом тексте

Перейдём к рассмотрению стилистических способов выражения переоценки. Одним из видов выражения переоценки является гипербола или гиперболическая метафора, создающие эффект утрирования [3, с. 73; 4, с. 97; 9, р. 90]. Данные стилистические приёмы можно обнаружить в газетном дискурсе, в котором автор даёт свою оценку происходящему.

Остановимся на анализе речи Бориса Джонсона – британского государственного деятеля:

Метафора / Гиперболическая метафора

13) “The crocus of hope is poking through the frost and spring is on the way” (The Economist, 2021-02-27)². / Лёд тает под лучами надежды и весна уже на пороге.

Автор газетной статьи приводит пример использования метафоры в речи премьер-министра Великобритании. В статье отмечается, что Борис Джонсон часто прибегает к использованию данно-

го стилистического приёма в своей речи для описания происходящих событий. В данном примере метафора служит «точной отсчёта» для критического размышления политика относительно коронавируса. Высказывание политика связано с возвращением людей к нормальной жизни после долгих месяцев ограничений. В следующем примере политик продолжает эту же мысль:

14) “to send the virus packing”³ / послать вирус далеко и надолго

В другом примере прямое и переносное значения переплетаются, и оценочность преобладает над образностью, способствуя чёткому изложению мнения автора:

15) Russia bloodied Turkey’s nose in Syria and captured valuable turf to its north by annexing Crimea⁴. / Россия окровавила нос Турции в Сирии и захватила ценную территорию к северу от неё, аннексировав Крым.

Следует отметить, что метафора помогает понять авторские идеи и мысли [5]. В данном контексте автор выражает негативную оценку по отношению к России.

Перейдём к рассмотрению примера гиперболической метафоры:

16) Across Asia the same chorus of complaints is heard ...⁵ / По всей Азии слышен тот же хор жалоб.

¹ См.: Putin and Erdogan have formed a brotherhood of hard power [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/europe/2021/02/23/putin-and-erdogan-have-formed-a-brotherhood-of-hard-power> (дата обращения: 27.02.2021).

² См.: Boris Johnson manages expectations with England’s covid-19 plan [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/britain/2021/02/27/boris-johnson-manages-expectations-with-englands-covid-19-plan> (дата обращения: 27.02.2021).

³ См.: Boris Johnson manages expectations with England’s covid-19 plan [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/britain/2021/02/27/boris-johnson-manages-expectations-with-englands-covid-19-plan> (дата обращения: 27.02.2021).

⁴ См.: Putin and Erdogan have formed a brotherhood of hard power [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/europe/2021/02/23/putin-and-erdogan-have-formed-a-brotherhood-of-hard-power> (дата обращения: 27.02.2021).

⁵ См.: In no region in China’s influence felt more strongly than in South-East Asia [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/briefing/2021/02/27/in-no-region-is-chinas-influence-felt-more-strongly-than-in-south-east-asia> (дата обращения: 27.02.2021).

В данном контексте автор статьи намеренно использует гиперболическую метафору для того, чтобы убедить читателя в наличии большого количества людей, недовольных происходящими событиями.

Остановимся на метафорической модели пословицы, используемой в газетной статье:

17) A Creole saying holds that “constitutions are paper, but bayonets are steel”, says Robert Fatton of the University of Virginia¹. / Креольская поговорка гласит, что “конституция – это бумага, а штыки – сталь”, сообщает Роберт Фаттон из Университета Вирджинии.

Автор статьи цитирует поговорку для того, чтобы подчеркнуть тот факт, что никто не следует законам конституции и оппозиция выступает за то, что её давно пора менять. В данном примере метафора, создавая оценочный подтекст, выделяет основные идеи автора статьи.

Следует отметить, что в газетном дискурсе можно обнаружить изобразительную метафорическую лексику: эпитеты, олицетворение и т. д. Например:

18) Given the aircraft have among the longest life cycles of any industrial product, the next battle for dominance will likely be waged a decade from now. “It’s a 10-year-old-long chess game,” says Vertical Research Partners’ Stallard. “You make a move, and 10 years later it plays out.”² / Учитывая, что самолёты имеют один из самых длинных жизненных циклов любого промышленного продукта, следующая битва за доминирование, вероятно, будет вестись через десять лет. «Это игра в шахматы длиною в 10 лет», – сообщает Сталлард из Verti-

calResearchPartners. – «Вы делаете шаг, и через 10 лет он заканчивается».

В данном примере автор иронично описывает битву за доминирование промышленного продукта, которая будет вестись через десять лет, и с помощью метафоры сравнивает данную ситуацию с игрой в шахматы. Повторы и употребление прилагательного в превосходной степени в речи автора статьи выражают ироническую оценку.

Интересным является тот факт, что в британских и американских газетах присутствуют иронические метафоры для выражения критики. Исследователи считают, что метафора может отражать ироническую оценку говорящего, и в таком случае ирония, совмещая оценочность и образность, тесно переплетается с метафорой [2]. Анализ газетных статей показал, что иронические метафоры передают характер авторов статей, а вместе с тем создают подтекст описываемых явлений и событий, который требует особую интерпретацию.

Таким образом, метафорический фонд британских газет отличается большим разнообразием, что позволяет современным авторам статей активно использовать метафорическую лексику. Метафора, помимо передачи оценки, влияет на эмоции и интеллект читателя [8, p. 412]. В газетном дискурсе метафора используется с целью политической манипуляции над сознанием читателя. Метафора создаёт особые ассоциации и является авторской оценкой.

Гипербола

Другой стилистический вид переоценки – гипербола. Этот стилистический приём связывают с фигурой нарочитого неправдоподобия, которая состоит в преувеличении, используемом для усиления³. В проблемной статье газетного дис-

¹ См.: CanHaitiriditselfofJovenelMoise?[Электронный ресурс] // The Economist: [сайт]. URL: <https://www.economist.com/the-americas/2021/02/25/can-haiti-rid-itself-of-jovenel-moise> (дата обращения: 27.02.2021).

² См.: Airbus wants to seize the skies from Boeing [Электронный ресурс] // Bloomberg Businessweek: [сайт]. URL: <https://www.bloombergquint.com/businessweek/airbus-bets-on-small-airplanes-to-beat-boeing-ba#> (дата обращения: 01.03.2021).

³ См.: Москвин В. П. Выразительные средства современной русской речи: Тропы и фигуры. Терминологический словарь-справочник. Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. С. 52.

курса гипербола является стержнем, на котором основывается идея автора. В газетном дискурсе гипербола может акцентировать внимание читателя на значимой проблеме, аргументировать определённую точку зрения и давать утрированную характеристику предмету публицистической речи [10, р. 109]. В таком случае гипербола выражает преувеличение описываемых событий.

Остановимся на примерах, в которых гипербола имеет функцию утрированной характеристики.

19) *Hundreds or thousands of people are going to have an opinion about you and post it everywhere*¹. / Сотни или тысячи людей будут иметь своё мнение о вас и публиковать его повсюду.

В данном контексте акцентируется внимание читателя на большом количестве людей. В следующем примере автор газетной статьи создает индивидуализированную гиперболу [3, с. 80–81], имеющую креативную функцию:

20) *Infrastructure will be at the core of the administration's multitrillion-dollar recovery plan*². / Инфраструктура будет лежать в основе многомиллиардного плана восстановления администрации.

Анализ примеров показал, что гипербола усиливает выразительность и подчёркивает высказанную мысль, убеждает читателя в достоверности информации. Гипербола является доминантным способом создания завышенной реакции на ситуацию для газетного текста.

Заключение

Таким образом, проведённое исследование переоценки в политическом дискурсе на материале британских и американских газетных статей позволяет сделать следующие выводы.

1. Переоценка в политическом дискурсе представляет собой завышенную оценочную реакцию на предметы, явления, события и реализуется с помощью лексических и стилистических средств, оказывающих воздействие на эмоциональную оценку читателя.

2. Эмоционально-оценочные наречия *really, very, rather, so* и ряд других окказиональных наречий в сочетании с прилагательными усиливают смысл политического текста, заостряя внимание на определённой мысли.

3. Авторы газетных статей часто используют превосходную степень сравнения прилагательных для создания эмоционально-экспрессивных высказываний с целью убеждения и воздействия на читателя.

4. Газетная метафора представляет собой эмоционально-оценочное средство, передающее авторскую оценку и воздействующее на читателя.

5. Гипербола является доминантным способом создания переоценки в газетном тексте. Данный стилистический приём усиливает выразительность и подчёркивает высказанную мысль.

Статья поступила в редакцию 07.07.2021.

ЛИТЕРАТУРА

1. Власова Е. В. Социолингвистический аспект изучения недооценки и переоценки в речи современного англичанина (на материале художественных произведений начала XXI века): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2005. 153 с.
2. Ермакова О. П. Об иронии и метафоре // Облик слова: сборник статей памяти Д. Н. Шмелева / ред. Л. П. Крысин. М.: ИРЯ РАН, 2000. С. 48–57.
3. Ивушкина Т. А. Язык английской аристократии: социально-исторический аспект: монография. Волгоград: Перемена, 1997. 157 с.

¹ См.: Time to reopen the school gates [Электронный ресурс] // The Economist : [сайт]. URL: <https://www.economist.com/united-states/2021/02/27/time-to-reopen-the-school-gates> (дата обращения: 27.02.2021).

² См.: Biden's Economic Legacy at Stake as Next Package Takes Shape [Электронный ресурс] // Bloomberg Businessweek : [сайт]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-21/biden-s-economic-legacy-at-stake-with-next-package-taking-shape#> (дата обращения: 01.03.2021).

4. Кондакова И. А. К вопросу метафорической концептуализации (на материале лондонской метафоры в книге П. Акройда «Лондон: Биография») // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. №1-1 (43). С. 97–101.
5. Прокровская Е. В. Прагматика современного газетного текста // Русская речь. 2006. № 3. С. 81–87.
6. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): монография. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. 383 с.
7. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2004. 367 с.
8. Burgers Ch., Konijn E. A., Steen G. J. Figurative Framing: Shaping Public Discourse Through Metaphor, Hyperbole, and Irony // *Communication Theory*. 2016. Vol. 26. Iss. 4. P. 410–430. DOI: 10.1111/comt.12096.
9. Carston R., Wearing C. Hyperbolic language and its relation to metaphor and irony // *Journal of Pragmatics*. 2015. Vol. 79. P. 79–92. DOI: 10.1016/j.pragma.2015.01.011.
10. Neagu M. Figurative Language in the Literary Discourse: A Cognitive Linguistic Perspective // *Journal: Translation Studies: Retrospective and Prospective Views*. 2019. Vol. 22 (XII). P. 109–125.

REFERENCES

1. Vlasova E. V. *Sotsiolingvisticheskiy aspekt izucheniya nedootsenki i pereootsenki v rechi sovremennogo anglichanina (na materiale khudozhestvennykh proizvedenii nachala XXI veka): dis. ... kand. filol. nauk* [The sociolinguistic aspect of the study of underestimation and overestimation in the speech of a modern Englishman (based on literary works of the beginning of the XXI century): PhD thesis in Philological Sciences]. Volgograd, 2005. 153 p.
2. Ermakova O. P. [On irony and metaphor]. In: Krysin L. P., ed. *Oblik slova: sbornik statei pamyati D. N. Shmeleva* [The shape of the word: a collection of articles in memory of D. N. Shmelev]. Moscow, IRYA RAN Publ., 2000, pp. 48–57.
3. Ivushkina T. A. *Yazyk angliiskoi aristokratii: sotsial'no-istoricheskii aspekt* [The language of the English aristocracy: socio-historical aspect]. Volgograd, Peremena Publ., 1997. 157 p.
4. Kondakova I. A. [On the issue of metaphorical conceptualization (by the material of London metaphor in the book “London: the biography” by P. Ackroyd)]. In: *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory & Practice], 2015, no. 1-1 (43), pp. 97–101.
5. Pokrovskaya E. V. [Pragmatics of modern newspaper text]. In: *Russkaya rech'* [Russian Speech], 2006, no. 3, pp. 81–87.
6. Smetanina S. I. *Media-tekst v sisteme kul'tury (dinamicheskie protsessy v yazyke i stile zhurnalistiki kontsa XX veka)* [Media text in the system of culture (dynamic processes in the language and style of journalism at the end of the 20th century)]. St. Petersburg, Publishing house of V. A. Mikhailov, 2002. 383 p.
7. Sheigal E. I. *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. Volgograd, Peremena Publ., 2004. 367 p.
8. Burgers Ch., Konijn E. A., Steen G. J. Figurative Framing: Shaping Public Discourse Through Metaphor, Hyperbole, and Irony. In: *Communication Theory*, 2016, vol. 26, iss. 4, pp. 410–430. DOI: 10.1111/comt.12096.
9. Carston R., Wearing C. Hyperbolic language and its relation to metaphor and irony. In: *Journal of Pragmatics*, 2015, vol. 79, pp. 79–92. DOI: 10.1016/j.pragma.2015.01.011.
10. Neagu M. Figurative Language in the Literary Discourse: A Cognitive Linguistic Perspective. In: *Journal: Translation Studies: Retrospective and Prospective Views*, 2019, vol. 22 (XII), pp. 109–125.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Власова Екатерина Викторовна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английского языка Одинцовского филиала Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации России; e-mail: e.vlasova@odin.mgimo.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ekaterina V. Vlasova – Cand. Sci, Assoc. Prof., Department of the English Language, Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Odintsovo branch;
e-mail: e.vlasova@odin.mgimo.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Власова Е. В. Переоценка в политическом дискурсе (на материале британских и американских газетных статей) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2021. № 6. С. 20–28.
DOI: 10.18384/2310-712X-2021-6-20-28

FOR CITATION

Vlasova E. V. Overstatement in political discourse (based on British and American newspaper articles). In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2021, no. 6, pp. 20–28.
DOI: 10.18384/2310-712X-2021-6-20-28