

Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 2 (113). С. 20–32.  
Cherovets State University Bulletin, 2023, no. 2 (113), pp. 20–32.

Научная статья

УДК 81

<https://doi.org/10.23859/1994-0637-2023-2-113-2>

### **Оценка феномена «угождения» в современных СМИ (на основе модели оценки Дж. Мартина и П. Уайта)**

**Виктория Эдуардовна Беляева**

МГИМО МИД России,

Москва, Россия,

[Vict0ria-belyaeva@ya.ru](mailto:Vict0ria-belyaeva@ya.ru), <https://orcid.org/0000-0001-8657-4467>

**Аннотация.** Целью статьи является выявление, сопоставление и классификация оценок феномена угождения в текстах лайфстайл дискурса. Теоретической основой исследования послужила модель оценки Дж. Мартина и П. Уайта. Проведен двухэтапный анализ на материалах публикаций в газетах *The Guardian* и *The Washington Post*, результаты которого выявили негативную оценку феномена угождения, выраженную эксплицитно и имплицитно. Результаты исследования также показали, что оценка подкатегории «эмоциональный отклик» незначительна в связи с тем, что статьи носят практический характер.

**Ключевые слова:** оценка, модель оценки, имплицитная оценка, эксплицитная оценка, лайфстайл дискурс

**Для цитирования:** Беляева В. Э. Оценка феномена «угождения» в современных СМИ (на основе модели оценки Дж. Мартина и П. Уайта) // Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 2 (113). С. 20–32. <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2023-2-113-2>.

### **The evaluation of pleasing phenomenon (based on The Appraisal Model by J. Martin and P. White)**

**Victoria Ed. Belyaeva**

MGIMO University,

Moscow, Russia,

[Vict0ria-belyaeva@ya.ru](mailto:Vict0ria-belyaeva@ya.ru), <https://orcid.org/0000-0001-8657-4467>

**Abstract.** The article is aimed at identifying, comparing and classifying evaluation of pleasing phenomenon in lifestyle discourse conducted on the materials of publications in the newspapers *The Guardian* and *The Washington Post*. The evaluation model of J. Martin and P. White serves as a theoretical basis of this research. The conducted two-stage analysis has revealed a negative attitude to the phenomenon of pleasing as well as a low percentage of usage of the evaluation subcategory – 'affect'. The study presupposes that the subcategory 'affect' is low due to the fact that the listed articles are of a practical nature.

**Keywords:** evaluation, appraisal model, implicit evaluation, explicit evaluation, lifestyle discourse

**For citation:** Belyaeva V. Ed. The evaluation of pleasing phenomenon (based on The Appraisal Model by J. Martin and P. White). *Cherepovets State University Bulletin*, 2023, no. 2 (113), pp. 20–32. (In Russ.). <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2023-2-113-2>.

### Введение

Одной из фундаментальных проблем в психологии является проблема низкой самооценки, которая выражается в отсутствии личных границ и стремлении угождать другим с целью получения внимания, уважения и признания. А. Демкин утверждает, что «корень самопожертвования таится в том, что таким людям не хватает уверенности в жизни, и они жаждут поддержки извне. Их базовая потребность в безопасности и самооценка основаны только на одобрении других людей»<sup>1</sup>. Таким образом, желание угождать негативно влияет на ментальное здоровье индивида, делая его зависимым от чужой оценки.

Поскольку явления из психологии находят выражение в лингвистике, то становится актуальным изучение репрезентации проблемы угождения в современных СМИ. Материалом исследования послужили англоязычные тексты (*The Guardian*, *The Washington Post*), посвященные тому, как перестать угождать другим в ущерб своим интересам. Цель работы – выявление оценок феномена угождения, их классификация и сопоставление с использованием модели оценки Дж. Мартина и П. Уайта в текстах лайфстайл дискурса. Анализ проходил в два этапа: на первом этапе каждое предложение рассматривалось с точки зрения наличия в нем оценочных элементов, относящихся к объекту оценки угождения; на втором этапе проверялось наличие имплицитных оценок. В качестве основного метода исследования использовалась модель Дж. Мартина и П. Уайта. В качестве вспомогательных методов: контекстуальный анализ для выявления стилистических и дискурсивных особенностей, а также метод словарных дефиниций.

### Основная часть

Феномен оценки носит междисциплинарный характер и изучается в таких областях, как философия, социология, лингвистика и т. д. Как следствие, существуют различные исследовательские подходы к категории оценки. Например, в рамках логико-философского подхода оценка рассматривается вкуче с теорией ценностей и с языковыми средствами выражения. По этому поводу А. В. Вестфальская пишет: «Именно ценности лежат в основе конструирования жизненных стратегий индивидов и обуславливают выбор определённых способов достижения поставленных целей»<sup>2</sup>. Из чего можно заключить, что ценности являются ключевым фактором в выстраивании картины мира, опираясь на которую, индивид формирует оценку к определённому событию. Оценка в этом случае изучается на стыке философии, логики и

<sup>1</sup> Демкин А. Человек, который старается всем угодить. URL: <https://onko.ru/blog/psychology/ugozdajushiy-chelovek> (дата обращения: 19.08.2022).

<sup>2</sup> Романова О. Б. Основные теоретические подходы к содержанию понятия «Ценность» // Территория новых возможностей. 2013. № 4 (22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-teoreticheskie-podhody-k-soderzhaniyu-ponyatiya-tsennost> (дата обращения: 19.08.2022).

лингвистики. Согласно когнитивному подходу (Н. Н. Болдырев, М. В. Никитин и др.), оценка – это языковой концепт, посредством которого осуществляется изучение и анализ окружающей среды и ценностных характеристик носителей языка. Оценка отражает общую картину мира человека: субъективные и объективные ценности<sup>1</sup>. В соответствии с функционально–семантическим подходом, в рамках которого категория оценки была наиболее глубоко и всеобъемлюще изучена (Е. М. Вольф, Т. В. Маркелова и др.), языковые единицы изучаются с точки зрения смысла и формы, а также с точки зрения их функциональных особенностей. Отметим, что «в связи с этим в рамках данного подхода глубоко изучены определенные семантические, структурные и функциональные особенности категории оценки»<sup>2</sup>.

В лингвистическом аспекте оценка достаточно широко изучена на разных уровнях как отечественными, так и зарубежными учеными (Н. Д. Арутюнова, Т. В. Маркелова, А. Вежбицкая, В. И. Шаховский, Г. фон Вригт, М. Халлидэй, М. Беднарек и др.). Однако ряд вопросов остается неоднозначно решенным, например, определение оценки, какие элементы она включает и один из наиболее актуальных вопросов – об общей и универсальной классификации. Отсутствие единой классификации оценок связано с тем, что понятие «оценка» многогранно и включает в себя такие элементы, как субъективность и объективность, эксплицитность и имплицитность, а также эмоциональность, эмотивность, оценочность и т. д. Таким образом, исследователи выбирают системы оценки, в основу которых заложены разные критерии, в зависимости от сферы научных интересов<sup>3</sup>.

Для отечественной лингвистики наиболее продуктивной является модель Н. Д. Арутюновой, в которой представлены три группы частнооценочных значений: сенсорные (сенсорно-вкусовые и психологические), сублимированные и рационалистические оценки. Классификация включает в себя ряд аспектов, что делает ее детальной и позволяет проводить комплексный анализ: дает возможность разграничить чисто оценочные признаки, определить уровень эмоционального и рационального в оценках, а также обозначить дескриптивный признак (сенсорно-вкусовой). В работах по исследованию оценки достаточно широко представлен и семантический подход Е. М. Вольф, в соответствии с которым оценка не всегда соотносится с понятиями «хорошо / плохо» и включает в себя другие показатели, характеризующие объект оценивания. То есть оценку можно рассматривать в узком смысле: сопоставление категорий «хорошо / плохо»; и в широком понимании: отношение предмета или события к существующей норме в определенном социуме<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Вестфальская А. В. Средства выражения оценки в научно-публицистическом дискурсе холодной войны (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. Белгород: [б. и.], 2016. С. 49.

<sup>2</sup> Там же. С. 42.

<sup>3</sup> Фомина Ю. А. Аспекты изучения языковой оценки // Вестник Челябинского государственного университета, 2007. № 20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aspekty-izucheniya-yazykovoy-otsenki> (дата обращения: 07.11.2022).

<sup>4</sup> Вольф Е. М. О соотношении квалификативной и дескриптивной структур в семантике слова и высказывания // Известия Академии наук СССР. Серия: Литература и язык. 1981. Т. 40, № 4. С. 391–397.

Среди популярных зарубежных подходов можно выделить подход М. Беднарек и модель оценки Дж. Мартина и П. Уайта. М. Беднарек рассматривает девять оценочных параметров: эмотивность (emotivity), постижимость (comprehensibility), ожидаемость (expectedness), важность (importance), возможность/необходимость (possibility/necessity); выделяются как основные и отождествляют отношение говорящего к миру. Параметры надежности (reliability: low/median/high), эвиденциальности (evidentiality), умственного состояния (mental state), стиля (style) говорящий использует для оценки высказываний и ментального мышления других социальных акторов<sup>1</sup>. Подобная методика исследования диктует и определяет сложную, многогранную природу оценки, ее взаимосвязь и зависимость от контекста.

В представленной работе теоретической базой является модель оценки Дж. Мартина и П. Уайта – Appraisal model, включающая три взаимодействующие подсистемы: attitude (отношение), engagement (вовлеченность) и graduation (шкалирование/градация). Подсистема «вовлеченность» (engagement) включает в себя два элемента: 1) моногlossия (monogloss) (унигlossия) – отсутствие отсылок к другим точкам зрения (владение и использование одной формы языка); 2) гетерогlossия (heterogloss) – наличие отсылок к другим точкам зрения на мир. Подсистема «шкалирование/градация» (graduation) состоит из двух элементов: сила (force) и фокус (focus) и используется для усиления или ослабления уровня выражаемой оценки. Как правило, данная подсистема проявляется через усилители (intensifiers)<sup>2</sup>. Третья подсистема – «отношение» (attitude) – является теоретической основой настоящего исследования и представляется наиболее подходящей из существующих вследствие того, что учитывается не только субъективный аспект – эмоции, являющиеся частной оценкой; но также и объективный аспект – правдивость и принятые правила поведения, что является характеристикой определенного общества. Таким образом, предложенная модель освещает как лингвистическую сторону, так и социокультурную. Ниже представлена Appraisal model (см. рисунок).

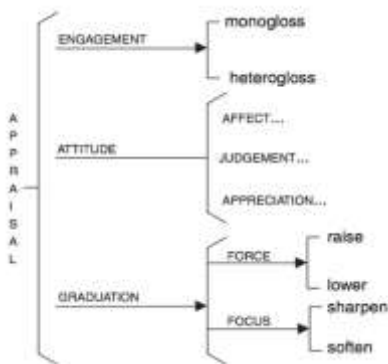


Рисунок. Модель оценки Дж. Мартина и П. Уайта

<sup>1</sup> Bednarek M. Evaluation in Media Discourse. Analysis of a Newspaper Corpus. London; New York: Continuum, 2006. P. 190–204.

<sup>2</sup> Martin J. R., White P. R. R. The Language of Evaluation: Appraisal in English. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. P. 38–80.

Отношение (attitude) включает в себя три составляющие (существует несколько переводов: в данной работе использован перевод А. А. Щипицыной, представляющийся наиболее удачным): 1) эмоциональный отклик (affect), 2) оценка различных явлений (appreciation), 3) оценка поведения (judgement). Категория judgement делится на две группы: 1) social esteem – общественное уважение: normality – соответствие стандарту, sarcasity – степень способности соответствовать норме, tenacity – стойкость; 2) social sanction: общественное одобрение (veracity – правдивость, propriety – правильность с точки зрения моральных норм).

Составляющая «эмоциональный отклик» (affect) отражает степень аффективности говорящего по отношению к предмету, проблеме: от ситуативного всплеска эмоций до предрасположенности к определённому образу мышления или как постоянное психическое состояние<sup>1</sup>. Оценка различных явлений (appreciation) отражает характеристику семиотических и природных явлений в соответствии с тем, как они оцениваются в конкретной области. В целом, оценку можно разделить на «реакции» на вещи (степень привлекательности), их «состав» (сбалансированность, многогранность) и «ценность» (новаторство, аутентичность, своевременность)<sup>2</sup>. Оценка поведения (judgement) демонстрирует отношение говорящего к поведению и действиям субъекта. Базисом данной категории служат принятые в обществе социальные нормы и этичность.

### Результаты исследования

В исследовании стояла задача проанализировать эксплицитные и имплицитные оценки журналистов, посредством которых авторы пытаются донести свое мнение до читателя.

Таблица 1

### Анализ статьи Sam Baker 'How to stop being a people pleaser' (The Guardian)<sup>3</sup>

Пример	Эксплицитная оценка	Имплицитная оценка
How much do I <b>hate that word, the bane of</b> my life: I'm not cross, I'm just – pause for effect – <b>disappointed</b>	Автор выражает негативное отношение к стремлению угождать посредством использования прилагательного <i>disappointed</i> (разочарованный), существительного <i>bane</i> (гибель) и глагола <i>to hate</i> (ненавидеть). Категория: эмоциональный отклик (affect)	

<sup>1</sup> Wilson R. Appraisal Theory as a Linguistic tool for the Analysis of Market Interview Research Interview. Leeds: The University of Leeds School of Modern Languages and Cultures, 2011. P. 96–97.

<sup>2</sup> Tian Dong, Xiaolin Lin. Attitude in Appraisal Theory: A Comparative Analysis of English Versions of Changgan Xing // International Journal of Comparative Literature and Translation Studies. Vol. 6, no. 1, 2018. P. 43–44.

<sup>3</sup> Baker S. How to stop being a people pleaser. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/oct/24/how-to-stop-being-a-people-pleaser-and-put-yourself-first> (дата обращения: 08.11.2022).

Продолжение табл. 1

Пример	Эксплицитная оценка	Имплицитная оценка
<b>Bending over backwards.</b> Working out what other people want us to do and trying to do it		Идиома: <i>to bend over backwards</i> означает лезть из кожи вон, т. е. очень стараться для кого-то. Автор говорит о поведении, свойственном людям, которые стремятся угодить, боясь осуждения в случае отказа. Категория: оценка поведения (judgement); подкатегория: общественное уважение (social esteem), а также тесно связано с подкатегорией общественное одобрение (social sanction, propriety–правильность с точки зрения моральных норм)
I immediately started thinking up <b>convoluted ways</b> to get out of it	Словосочетанием <i>convoluted ways</i> (сложные пути) автор описывает сложность процесса отказа на неинтересное предложение. Категория: оценка различных явлений (appreciation)	Представляется, что здесь также имплицитно выражена категория эмоциональный отклик (affect). Прилагательное <i>convoluted</i> отражает сложные чувства, которые испытывал автор в моменте
My <b>ambivalent</b> relationship with authority figures goes back to an early age. The truth is, the impulse to please wasn't conscious. It was learned. It was what the world expected. And then it became instinctive; driven more by the fear of the <b>repercussions</b> of disagreeing...	Словосочетание <i>ambivalent relationship</i> (двойственные отношения) характеризует поведение автора в детстве. Категория: оценка поведения (judgement); подкатегория: общественное уважение (social esteem, normality–соответствие стандарту) а также тесно связано с подкатегорией общественное одобрение (social sanction, propriety–правильность с точки зрения моральных норм) – отношения автора в детстве со значимыми для него людьми. Далее поясняется, что привычка угождать появляется с детства и является в какой-то мере ожидаемым проявлением вежливости (It was what the world expected). Лексема <i>repercussions</i> (последствия, чаще негативные) обозначает боязнь разочаровать из-за отказа угождать. Категория: оценка различных явлений (appreciation)	

Пример	Эксплицитная оценка	Имплицитная оценка
<b>That line brought me up short</b>		<i>To bring smb up short</i> – <i>остановить кого-то</i> . В данном контексте идиома переводится как <i>заставить задуматься</i> , и это отсылает читателя к важному моменту в жизни автора. Автор задумывается о том, как часто люди не следуют своей интуиции, не отвечают так, как считают нужным, стремясь быть удобными. Категория: оценка поведения (judgement); подкатегории: общественное уважение (social esteem, social sanction – одобрение)
We wanted to take the sow's ear of the previous five years and try to turn it into a silk purse		Идиома: <i>to turn a sow's ear into a silk</i> переводится как <i>изменить к лучшему</i> . Автор ссылается на сложный период в жизни, после которого пришло осознание о необходимости изменить все к лучшему. Категория: оценка различных явлений (appreciation) – переоценка ценностей в жизни автора
<b>Going with my gut.</b> Doing what I think is right. Doing what makes me happy		Посредством идиомы <i>to go with (one's) gut</i> ( <i>следовать интуиции</i> ) описывается новый этап в жизни, на который решилась автор. При этом уточняется, что процесс отказа от стремления угождать даётся автору непросто (действует, полагаясь только на интуицию и свои ощущения). Категория: оценка поведения (judgement); подкатегория: общественное уважение (social esteem, social sanction – одобрение) – стремление автора вести себя по-другому, опираясь на свои чувства и желания

Таблица 2

Анализ статьи Allyson Chiu ‘How to know if you’re a people-pleaser and what to do about it’  
(The Washington Post)<sup>1</sup>

Пример	Эксплицитная оценка	Имплицитная оценка
For all the effort she expended “trying to be <b>good</b> , how is it that I <b>don’t feel good</b> ?”	Прилагательное <i>good</i> ( <i>хороший</i> ) отражает эмоции, которые должен испытать человек, стремящийся быть хорошим для всех. Предполагается, что усилия приведут к положительному эффекту, однако, стремящийся угодить чувствует себя хуже несмотря на все старания. Категория: эмоциональный отклик ( <i>affect</i> )	
That year marked the beginning of her “ <b>big awakening</b> ” to what she and other experts say can be a <b>problematic habit</b> that tends to <b>negatively affect</b> individuals and their relationships: people-pleasing	Прилагательное <i>problematic</i> ( <i>проблематичный</i> ) и словосочетание <i>negatively affect</i> ( <i>негативно влиять на</i> ) явно выражают отрицательную оценку автора относительно угодного поведения и его последующего влияния на отношения с другими людьми, т. е. отрицательное отношение к самому явлению. Категория: оценка различных явлений ( <i>appreciation</i> )	Мы также видим имплицитную оценку автора, выраженную при помощи метафоры – “ <i>big awakening</i> ” ( <i>большое пробуждение</i> ). Описание осознания того, насколько разрушительно может быть стремление угождать. Категория: оценка различных явлений ( <i>appreciation</i> )
Trying too hard to make other people happy can come <b>at a cost</b>		Фигуральное выражение <i>at a cost</i> ( <i>дорого обходиться</i> ) напрямую связано с оценкой феномена угождения. Автор не говорит прямо, что угождать – это плохо. Однако, подчеркивает: затраченные усилия скорее всего не оправдают себя. Категория: оценка различных явлений ( <i>appreciation</i> )
She (the expert) likened people-pleasers to “ <b>pressure cookers</b> ”		При помощи идиомы “ <i>pressure cookers</i> ” сопоставляет феномен угождения со стрессовой ситуацией. Категория: оценка различных явлений ( <i>appreciation</i> )

<sup>1</sup> Chiu A. How to know if you’re a people-pleaser and what to do about it. URL: <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/06/15/people-pleaser-personality-psychology/> (дата обращения: 08.11.2022).

Пример	Эксплицитная оценка	ИмPLICITная оценка
Having this tendency, she said, “ <b>takes a toll on</b> our emotional, mental, physical and spiritual well-being and even our financial well-being”	<i>takes a toll on</i> (иметь негативные последствия) - словосочетание показывает читателю какие последствия влечет за собой привычка угождать. Категория: оценка различных явлений (appreciation)	
“The <b>hallmark</b> of when you know it’s people-pleasing versus ‘I’m genuinely giving because I want to’ is <b>resentment</b> ”	В данном контексте существительное <i>resentment</i> (негодование) является отличительной чертой ( <i>hallmark</i> ) стремления угождать. Категория: оценка различных явлений (appreciation)	

Анализ полученных данных позволяет сделать следующие выводы:

1. Специфика проявления негативной оценки. Согласно словарю В.И. Даля, угождать значит «сделать так, как другому любо, угодно, приятно или нужно»<sup>1</sup>. Проанализированные примеры показывают, что авторы отрицательно воспринимают стремление угождать: основной акцент в изученном материале делается на смысловую единицу «нужно», а не на значении «сделать приятное, порадовать». Лексема «нужно» отражает желание угождать в ущерб своим интересам, что эксплицитно изображается журналистами: например, *It was what the world expected*<sup>2</sup> (это именно то (поведение определенного типа), что от нас ожидает мир); *driven more by the fear of the repercussions of disagreeing*<sup>3</sup> (нами движет страх последствий отказа: как это будет воспринято); *I don’t feel good*<sup>4</sup> (чувствую себя плохо; *resentment*<sup>5</sup> (негодование, вызванное необходимостью угождать) и др. Проявление положительной оценки отсутствует, что обусловлено изначально заданной темой и отражено уже в заголовках: ‘*How to know if you’re a people-pleaser and what to do about it*’<sup>6</sup> («Как понять, что вы стремитесь угождать другим, и что с этим делать») и ‘*How to stop being a people*

<sup>1</sup> Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. URL: <https://gufo.me/dict/dal/%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D1%82%D1%8C> (дата обращения: 19.08.2022).

<sup>2</sup> Baker S. How to stop being a people pleaser. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/oct/24/how-to-stop-being-a-people-pleaser-and-put-yourself-first> (дата обращения: 08.11.2022).

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Chiu A. How to know if you’re a people-pleaser and what to do about it. URL: <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/06/15/people-pleaser-personality-psychology/> (дата обращения: 08.11.2022).

<sup>5</sup> Там же.

<sup>6</sup> Там же.

*pleaser*<sup>1</sup> («Как перестать угождать другим»). Таким образом, отрицательный заголовок задает такой же тон последующему тексту.

2. Соотношение эксплицитности и имплицитности. Двухуровневый анализ показал, что в изученных примерах эксплицитные и имплицитные формы выражения оценочности присутствуют практически в равном количестве (эксплицитные – 60 %, имплицитные – 40 %), т. е. автор не только напрямую транслирует свое отношение к проблеме при помощи лексического аспекта (*How much do I hate that word, the bane of my life*<sup>2</sup>: автор выражает свое отношение к феномену угождения), но также неявно – через контекст (*Trying too hard to make other people happy can come at a cost*<sup>3</sup>: в примере не показано напрямую, что угождение – это плохо). При помощи словосочетания *come at a cost* автор подчеркивает: затраченные усилия скорее всего не оправдают себя, т. е. не стоит ждать положительного результата. Адресант косвенно выражает свою позицию, тем самым вызывая определённый ассоциативный ряд у адресата. Для того, чтобы адресат правильно воспринял содержание сообщения адресанта, ментальная репрезентация картины мира у адресанта и адресата должна быть очень схожей<sup>4</sup>. Таким образом, затрагивается социокультурный аспект: общая картина мира подразумевает общие ценности, а также отражает устоявшие нормы поведения в обществе.

3. Оценки категории «эмоциональный отклик» (affect) значительно уступает по количеству – 20 %, в то время как оценки категорий appreciation (оценка различных явлений) и judgement (оценка поведения) преобладают в обеих статьях: 50 и 30 %, соответственно. Данное явление можно объяснить в первую очередь тем, что обе статьи являются аналитическими и направлены на донесение информации до читателя: общая информация о феномене угождения, мнения экспертов и практические советы. Как следствие, жанровая принадлежность текстов обуславливает практически полное отсутствие оценки, отражающей эмоциональный отклик.

## Выводы

Выбранная модель для анализа (система Дж. Мартина и П. Уайта) содержит ряд инструментов (подкатегории affect, appreciation, judgement), позволяющих аргументированно и детально изучить материал, а также интерпретировать оценочный смысл, изначально заложенный автором. Представляется важным упомянуть не только лингвистический аспект, но и социокультурный: модель Дж. Мартина и

<sup>1</sup> Baker S. How to stop being a people pleaser. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/oct/24/how-to-stop-being-a-people-pleaser-and-put-yourself-first> (дата обращения: 08.11.2022).

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Chiu A. How to know if you're a people-pleaser and what to do about it. URL: <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/06/15/people-pleaser-personality-psychology/> (дата обращения: 08.11.2022).

<sup>4</sup> Приходько А. И. Имплицитность как способ скрытого оценивания // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2012. № 14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/implitsitnost-kak-sposob-skrityogo-otsenivaniya> (дата обращения: 14.08.2022).

П. Уайта дает базовое представление об обществе, в котором существует автор, в частности, отражаются сложившиеся нормы поведения, оценка которым дается через категорию judgement (категория «оценка поведения»), а также отражается отношение к самому феномену угождения – категория appreciation (оценка различных явлений).

В рамках проанализированного материала можно говорить о том, что превалирует оценка категории “appreciation” (оценка различных явлений) и составляет 50 % от всех рассмотренных примеров. Феномен угождения отрицательно воспринимается как автором, так и обществом: адресант передает общепринятое мнение в обществе через призму своего восприятия. Процент подкатегории «эмоциональный отклик» (affect) незначителен в связи с тем, что статьи носят практический характер и дают общие рекомендации, помогающие распознать определенный тип поведения (категория «оценка поведения»), мотивированного желанием угодить.

#### Список источников

Вестфальская А. В. Средства выражения оценки в научно-публицистическом дискурсе холодной войны (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. Белгород: [б. и.], 2016. 154 с.

Вольф Е. М. О соотношении квалификативной и дескриптивной структур в семантике слова и высказывания // Известия Академии наук СССР. Серия: Литература и язык. 1981. Т.40, № 4. С. 391–397.

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. URL: <https://gufo.me/dict/dal/%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D1%82%D1%8C> (дата обращения: 19.08.2022).

Демкин А. «Человек, который старается всем угодить». URL: <https://onkto.ru/blog/psychology/ugozdajushiy-chelovek> (дата обращения: 19.08.2022).

Приходько А. И. ИмPLICITНОСТЬ как способ скрытого оценивания // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2012. № 14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/implitsitnost-kak-sposob-skrytogo-otsenivaniya> (дата обращения: 14.08.2022).

Романова О. Б. Основные теоретические подходы к содержанию понятия «Ценность» // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2013. № 4 (22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-teoreticheskie-podhody-k-soderzhaniyu-ponyatiya-tsennost> (дата обращения: 19.08.2022).

Сайтова К. А. Теория оценки в зарубежной лингвистике и методы ее исследования // Вестник Башкирского университета. 2020. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-otsenki-v-zarubezhnoy-lingvistike-i-metody-ee-issledovaniya> (дата обращения: 08.11.2022).

Фомина Ю. А. Аспекты изучения языковой оценки // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. №20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aspekty-izucheniya-yazykovoy-otsenki> (дата обращения: 07.11.2022).

Щипицына А. А. Оценка действий человека в новостях науки: анализ с использованием модели оценок Appraisal Model // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-deystviy-cheloveka-v-novostyah-nauki-analiz-s-ispolzovaniem-modeli-otsenok-appraisal-model> (дата обращения: 08.11.2022).

Baker S. How to stop being a people pleaser. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/oct/24/how-to-stop-being-a-people-pleaser-and-put-yourself-first> (дата обращения: 08.11.2022).

Bednarek M. *Evaluation in Media Discourse. Analysis of a Newspaper Corpus*. London; New York: Continuum, 2006. P. 190–204.

Chiu A. How to know if you're a people-pleaser and what to do about it. URL: <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/06/15/people-pleaser-personality-psychology/> (дата обращения: 08.11.2022).

Martin J. R., White P. R. R. *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. P. 38–80.

Tian Dong, Xiaolin Lin. Attitude in Appraisal Theory: A Comparative Analysis of English Versions of Changgan Xing // *International Journal of Comparative Literature and Translation Studies*. 2018. Vol. 6, no. 1. P. 42–49.

Wilson R. *Appraisal Theory as a Linguistic tool for the Analysis of Market Interview Research Interview*. Leeds: The University of Leeds School of Modern Languages and Cultures, 2011. 311 p.

## References

Vestfal'skaia A. V. *Sredstva vyrazheniia otsenki v nauchno-publitsisticheskom diskurse kholodnoi voiny (na materiale angliiskogo iazyka)* [Means of expressing evaluation in the scientific and publicistic discourse of the Cold War (by the material of the English language): Cand. thesis in Philological Sciences]. Belgorod, 2016. 154 p.

Vol'f E. M. O sootnoshenii kvalifikativnoi i deskriptivnoi struktur v semantike slova i vyskazyvaniia [On the correlation of qualifying and descriptive structures in the semantics of the word and statement]. *Izvestiia Akademii nauk SSSR. Seriiia «Literatura i iazyk»* [USSR Academy of Sciences. Series "Literature and language"], 1981, Vol. 40, no 4, pp. 391–397.

Dal' V. I. *Tolkovyi slovar' zhivogo velikorusskogo iazyka Vladimira Dalia* [Dal's Explanatory Dictionary]. Available at: <https://gufo.me/dict/dal/%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D1%82%D1%8C> (accessed: 19.08.2022).

Demkin A. «Chelovek, kotoryi staraetsia vsem ugodit'» ["A person who tries to please everyone"]. Available at: <https://onko.ru/blog/psychology/ugozdajushiy-chelovek> (accessed: 19.08.2022).

Prihod'ko A. I. Implitsitnost' kak sposob skrytogo otsenivaniia [Implicitness as a means of latent evaluation]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki* [Current issues in Philology and Pedagogical Linguistics], 2012, no. 14. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/implitsitnost-kak-sposob-skrytogo-otsenivaniya> (accessed: 14.08.2022).

Romanova O. B. Osnovnye teoreticheskie podkhody k sodержaniuu poniatiiia «Tsennost'» [The basic approaches to the content of the concept of "Value"]. *Territoria novykh vozmozhnostei. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta* [The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University], 2013, no. 4 (22). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-teoreticheskie-podhody-k-soderzhaniyu-ponyatiya-tsenkost> (accessed: 19.08.2022).

Saitova K. A. Teoriia otsenki v zarubezhnoi lingvistike i metody ee issledovaniia [The theory of evaluation theory in foreign linguistics and the methods of studying it]. *Vestnik Bashkirskogo universiteta* [Bulletin of Bashkir University], 2020, no. 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-otsenki-v-zarubezhnoy-lingvistike-i-metody-ee-issledovaniya> (accessed: 08.11.2022).

Fomina Iu. A. Aspekty izucheniia iazykovoi otsenki [Aspects of learning language evaluation]. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2007, no. 20. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/aspekty-izucheniya-yazykovoy-otsenki> (accessed: 07.11.2022).

Shchipitsyna A. A. Otsenka deistvii cheloveka v novostiakh nauki: analiz s ispol'zovaniem modeli otsenok Appraisal Model [Evaluation of human actions in science news: an analysis based on the Appraisal Model]. *Vestnik Voronezhskogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhhkul'turnaia kommunikatsiia* [Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and intercultural communication], 2019, no. 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-deystviy-cheloveka-v-novostyah-nauki-analiz-s-ispolzovaniem-modeli-otsenok-appraisal-model> (accessed: 08.11.2022).

Baker S. *How to stop being a people pleaser*. Available at: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/oct/24/how-to-stop-being-a-people-pleaser-and-put-yourself-first> (accessed: 08.11.2022).

Bednarek M. *Evaluation in Media Discourse. Analysis of a Newspaper Corpus*. London, New York: Continuum, 2006, pp. 190–204.

Chiu A. *How to know if you're a people-pleaser and what to do about it*. Available at: <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/06/15/people-pleaser-personality-psychology/> (accessed: 08.11.2022).

Martin J. R. *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005, pp. 38–80.

Tian Dong, Xiaolin Lin Attitude in Appraisal Theory: A Comparative Analysis of English Versions of Changgan Xing. *International Journal of Comparative Literature and Translation Studies*, 2018, pp. 43–44.

Wilson R. *Appraisal Theory as a Linguistic tool for the Analysis of Market Interview Research Interview*. Leeds: The University of Leeds School of Modern Languages and Cultures, 2011, pp. 96–97.

### Сведения об авторах

**Виктория Эдуардовна Беляева** – преподаватель, <https://orcid.org/0000-0001-8657-4467>, Victoria-belyaeva@ya.ru, МГИМО МИД России (д. 76, проспект Вернадского, 119454 Москва, Россия); **Victoria Ed. Belyaeva** – lecturer, <https://orcid.org/0000-0001-8657-4467>, Victoria-belyaeva@ya.ru, MGIMO University (76, pr. Vernadskogo, 119454 Moscow, Russia).

Статья поступила в редакцию 10.11.2022; одобрена после рецензирования 23.12.2022; принята к публикации 18.12.2022.

The article was submitted 10.11.2022; Approved after reviewing 23.12.2022; Accepted for publication 18.12.2022.