

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КАТЕГОРИЙ «АДРЕСАНТ» И «АДРЕСАТ»
В МАЛОФОРМАТНОМ МЕДИАТЕКСТЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ ПИСЕМ-ОТКЛИКОВ В РЕДАКЦИЮ)**

Сысоева Татьяна Александровна (Минск, Беларусь)

Письмо-отклик посвящено обсуждению общественно значимых проблем и предполагает открытое высказывание субъективного мнения его автором. Вслед за сложным характером адресата, который может быть представлен одним человеком, группой или всеми подписчиками издания, на современном этапе усложняются формы взаимодействия автора и читателя письма, когда выражение собственной точки зрения уступает место обмену мнениями, дискуссии. Помимо указанных универсальных характеристик сопоставляемые письма в редакцию американских и белорусских изданий демонстрируют различия в способах актуализации ключевого концепта «проблема»: адресант рассматривает себя и других читателей газеты в качестве активных участников процесса (американская периодика) или обращается к компетентным лицам с просьбой взять ответственность на себя (белорусская периодика).

The paper regards letters to the editor as a genre characterized by a complex nature of sender-receiver interaction. While possessing a number of universal parameters, letters from American and Belarusian printed editions demonstrate some linguocultural peculiarities manifested in the ways of representing key concepts.

Ключевые слова: письмо-отклик, адресант, адресат, субъективность, концепт, проблема; letter to the editor, sender, receiver, subjectivity, concept, problem.

Каждый жанр текста выделяется на основе ряда структурно-языковых признаков, а также экстралингвистических параметров, таких как адресант, адресат и их цели [Карпилович 2010, 42]. Характер взаимодействия участников общения обязательно необходимо принимать во внимание в ходе анализа, поскольку именно он определяет весь ход коммуникации – от этапа планирования до результатов. В настоящей работе обратимся к языковой манифестации категорий «адресант» и «адресат» в письмах-откликах, опубликованных в белорусских и американских периодических изданиях («Минский курьер», «Yakima Herald Republic» и др.).

Адресант письма в редакцию – реальный человек, один из читателей газеты, который присылает отклик с целью поделиться мнением по некоторому вопросу или личным опытом. Автор определяет социально значимую проблему и побуждает ответственных (или заинтересованных) лиц к ее решению. Сказанное объясняет, почему письмам-откликам свойственна субъективность подачи информации, сосредоточение

внимания на собственном «Я» отправителя. Современные СМИ вообще характеризуются персонификацией, когда в медийном жанре происходит «трансформация роли автора из информатора в интерпретатора» [Глазко 2015, 6], и письмо в редакцию как жанр делает эксплицитное выражение мыслей, чувств, оценок, убеждений ожидаемым и закономерным.

К способам репрезентации категории субъективности относятся экспрессивные средства языка, которые позволяют адресанту выразить свое эмоционально воздействующее (положительное или отрицательное) отношение к обозначаемому и тем самым вызвать у адресата соответствующую реакцию [Телия 1991, 115]. В частности, такова функция эмоционально-экспрессивной лексики (*breathhtaking; грубейший*), при этом 78 % подобной лексики в англоязычных письмах выражает негативную оценку, тогда как в белорусских изданиях слова с положительной и отрицательной окраской одинаково употребительны. Возможное объяснение находим в специфике семантической структуры текстов. Для англоязычных писем ключевым является компонент *авторская точка зрения* (85,5 % текстов), допускающий критику, негативную оценку: *What a **fraud** to be **masquerading** as conservatives and especially during a prolonged period of **poor** revenue and cuts to other programs*. В свою очередь, в письмах из белорусской прессы наиболее употребителен семантический компонент *пример* (80 % текстов), описывающий как приятные, так и неприятные случаи из личного опыта автора: *Вот и я в этот понедельник была там **желанным** гостем; **Неприятная** оказия приключилась со мной на днях...*

На субъективное мнение адресанта также указывают вводные слова и коннекторы с семантикой мнения, степени уверенности (*perhaps, unfortunately; наверное, конечно*), а также модальные средства со значением необходимости, достоверности (*you really **need** to see, we **might** have a lot less problems; средства **нужно** использовать с толком*). Местоимение *наш (our)* подчеркивает значимость обсуждаемой проблемы для адресанта, особенно если речь идет о месте проживания (***наш** район, **наш** дом; **our** state, **our** county*): автор отождествляет себя с жителями региона, выступает представителем группы (жильцы микрорайона, пассажиры городского транспорта, покупатели местного магазина). Зачастую адресант считает себя настолько компетентным, что не просто высказывает точку зрения, но дает советы другим, предлагает свое решение проблемы: *I suggest this: Put a new facility down at the Boise Cascade site. Make it big, make it attractive for people...; Переведите сообщения на текстовом информаторе, и пассажирам-иностранцам уже станет понятнее! В столь длинной машине информатор должен быть не один на салон...*

Адресат исследуемых писем представляет собой сложное образование. Письмо может быть обращено к одному человеку (главному редактору или журналисту, написавшему статью, общественному деятелю), что более характерно для англоязычной периодики: *the writer, Mr. Euman*. Письмо также может быть адресовано группе лиц (коммунальщикам, милиции, продавцам, водителям и т.д.), как это чаще происходит в белорусской прессе: *патрульные, родители*. Однако в обоих случаях конечным получателем сообщения является массовая аудитория (все читатели издания). Соответственно, адресат письма-отклика может маркироваться указанием имени или должности (...*City manager shouldn't berate citizens...*; *Please, Mr. O'Rourke, what is your plan for these spots?*), обращением к группе (*господа проектировщики, уважаемые инспекторы, уважаемые дизайнеры*), местоимением второго лица *вы (you)*. Интересно, что авторы писем из американских изданий чаще обращаются к массовому читателю, тогда как белорусские авторы предпочитают называть конкретный сегмент целевой аудитории: *I hope you will join with me to move Yakima forward and make our vision a reality; Уважаемые велосипедисты, научитесь смотреть по сторонам...!* По-видимому, американские авторы рассматривают всех читателей газеты как потенциальных участников процесса решения проблемы, тогда как отправители писем в редакцию белорусских изданий чаще выражают просьбу не какой-то «неопределенной» аудитории, а четко указанной группе лиц.

Специфика взаимодействия адресанта и адресата письма-отклика заключается в том, что традиционная линейная схема *читатель → редакция → подписчики газеты* претерпела изменения и значительно усложнилась. «Современный этап развития общества характеризуется ростом интенсивности информационных потоков, создаваемых СМИ, повышением их роли в жизни каждого отдельного индивида и всего общества в целом» [Карпилович 2015, 187], ввиду чего жанровые характеристики медиатекстов видоизменились. Возросшие возможности СМИ увеличили многообразие форм взаимодействия отправителя и получателя письма-отклика, позволяя говорить о диалоге (споре) одного читателя с другими подписчиками издания или журналистом. Например, ранее можно было четко выделить два типа письма в редакцию – отклик на публикацию (*Terrific Oct. 7 articles on the local mental health community...*; *Прочла статью от 17.09.2015*) и отклик на резонансное событие или общественно значимую проблему (*We all know the devastation tobacco has brought to this world. The cancers, lung problems and other problems; Почему в Минске такой скудный выбор детской одежды?*). Сейчас в отклике зачастую приводится ссылка не на статью, а на письма других читателей: *A big thank you for the Nov. 6 letter, "Bring back the trains"; Прочитав мнение пинчан в номере*

«СБ» за 9 февраля, решил и я поучаствовать в пенсионных дискуссиях. Межкультурное различие состоит в том, что в англоязычных текстах указывается точная дата публикации письма, название или имя автора (*Two letters in the Nov. 8 edition really hit the mark. The letter “It’s not affordable” <...> mirror my daughter’s experience and dilemma...*), тогда как белорусы обычно просто обозначают тему обсуждения, присоединяясь таким образом к общей дискуссии: *По-моему, при обсуждении уравнивания пенсионного возраста для мужчин и женщин у нас получается больше шума, чем рационального подхода: одни дразги на тему, кто сколько работает и страдает, – какая-то семейная склока.* Читатели также могут обсуждать проблему друг с другом или дискутировать с журналистом на веб-сайте издания.

Независимо от темы публикации, все письма в редакцию строятся вокруг ключевого концепта «проблема» [Сысоева 2013]. Обсуждаются актуальные вопросы из сфер экономики, политики, здравоохранения, образования, и автор сообщения предлагает собственное видение вопроса. Данный концепт может актуализироваться как эксплицитно, так и имплицитно. В первом случае используются слова-репрезентанты (*problem, проблема*), их производные (*проблемный; problematic*) или синонимы (*вопрос; dilemma*). Во втором случае передать информацию позволяет эмоционально-экспрессивная лексика с негативной окраской: *убогий торговый центр; outrageous \$14 million bill*. То, как данный концепт представлен в письмах-откликах на двух языках, определяется характером отношений между адресантом и адресатом. Для текстов из американской периодики характерно употребление слова-репрезентанта “problem” в сочетании со словами “to solve”, “to fix”, “to handle” и др.: *to fix the problem, to handle the issues*. Очевидно, это связано, во-первых, с присутствием в структуре англоязычного письма семантического компонента *решение проблемы* (47 % текстов), во-вторых, с тем фактом, что автор сообщения рассматривает себя и других читателей газеты как активных участников процесса: *We could solve two nagging problems with a single, elegant solution*. Авторы писем в редакцию белорусских изданий чаще заменяют собственное решение проблемы просьбой о помощи, адресованной ответственным лицам: *Просим: не повышать пенсионный возраст...; Уважаемый «Минсктранс»! <...> Учтите, пожалуйста, пожелание...* Выявленная особенность также коррелирует с семантической структурой текстов: в отличие от американских изданий, в письмах из белорусской прессы присутствует содержательный компонент *просьба* (34 % проанализированных текстов).

Несмотря на то, что ключевой концепт текстов жанра «письмо-отклик» универсален, его реализация является культурно специфичной. Последнее проявляется в

характере взаимодействия адресанта и адресата письма и особенностях манифестации этих отношений в тексте. Читатели американских изданий рассматривают письмо-отклик как возможность высказать массовой аудитории свою точку зрения по поводу некоторой проблемы и предложить собственный вариант ее решения. Следовательно, редакция выступает в роли посредника, проводника между автором идеи и всей читательской аудиторией. В свою очередь, авторы писем в редакцию белорусских изданий определяют круг «виновных» в создании проблемной ситуации и формулируют просьбу. Редакция в данном случае видится в качестве надежного помощника, на которого можно возложить миссию: передать просьбу или жалобу в соответствующую инстанцию. Межкультурными различиями также обусловлен выбор «мишени» воздействия: в споре американские читатели чаще обращаются к одному человеку (журналисту, политику), тогда как белорусских авторов привлекает сам факт участия в обсуждении проблемы.

Литература

1. Глазко П.П. Структура медийного эссе и ее языковые признаки в английском и белорусском языках // Контрастивные исследования: текст, предложение, слово. Минск: МГЛУ, 2015. Вып. 3. С. 6–18.
2. Карпилович Т.П. Когнитивные и коммуникативные основания теории сопоставительного анализа текстовых жанров // Язык – когниция – коммуникация. Минск, 2010. С. 41–42.
3. Карпилович Т.П. Языковая репрезентация авторской позиции в проблемном медиадискурсе на английском и белорусском языках // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета. Минск: МГЛУ, 2015. Ч. 2. С. 187–189.
4. Сысоева Т.А. Ключевые концепты как параметр сопоставления текстовых жанров (на материале американской и белорусской периодики) // Контрастивные исследования: текст, предложение, слово. Минск: МГЛУ, 2013. Вып.2. С. 112–119.
5. Человеческий фактор в языке: языковые механизмы экспрессивности / В.Н. Телия. М.: Наука, 1991.