

мнению, заключается в изучении языковых возможностей, возникающих в результате сочетания в подобных конструкциях эмотивно-экспрессивного компонента и игрового компонента интеллектуального характера, который содержится, в частности, в прецедентном включении, что, в конечном счете, ведет к усилению прагматической функции таких заголовков.

ЛИТЕРАТУРА

1. См. напр.: *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. М.: Наука. 1987. 261 с.; *Сорокин Ю.А.* Этнопсихоллингвистика. М.: Наука. 1988. 190 с.; *Прохоров Ю.Е.* Русские: коммуникативное поведение. М.: Флинта, 2006. 328 с.
2. См. напр.: *Воронцова Ю.А.* Реминисценции в текстах современных средств массовой информации: Автореф. ... канд. филол. наук. Белгород. 2004. 26 с.; *Качаев Д.А.* Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках: Автореф. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2007. 23 с.; *Петрова М.Г.* Знаки прецедентных

- текстов в англоязычном дискурсе: Автореф. ... канд. филол. наук. Самара. 2008. 19 с.
3. *Красных В.В.* Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. М.: Гнозис, 2002. 285 с.
4. *Лисоченко О.В.* Явление прецедентности в современной русской литературной речи: Автореф. ... канд. филол. наук. Таганрог. 2002. 25 с. С. 2.
5. *Рахимкулова Г.Ф.* Языковая игра в прозе Владимира Набокова (к проблеме игрового стиля): Автореф. ... д-ра. филол. наук. Ростов/Д. 2004. 46 с. С. 43.
6. *Верещагин Е.М., Костомаров В.Г.* Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М.: Рус. яз. 1983. 269 с.
7. *Гудков Д.Б.* Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 286 с. С. 107.
8. *Смирницкий А.И.* Синтаксис английского языка. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. 286 с. С. 140.
9. *Alexander L.G.* Longman English Grammar. Edinburgh: Edinburgh Gate. Harlow. Pearson Education Limited, 2005. 375 p. P. 184.

22 июня 2009 г.

ББК Ч612.3(4Вл)

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПИСЕМ ЧИТАТЕЛЕЙ

(на материале британских газет)

И.И. Колкарева

Задача данной статьи – описать лингвистические характеристики текстов писем читателей в редакцию газеты “The Guardian”. Исследование проводилось на основании лингвистического анализа текстов писем в редакцию газеты за 2008–2009 годы. Тексты писем рассматривались с позиции журналистики в рамках эпистолярного [1, 2] и аналитического жанра [3]. В современной лингвистике базовые лингвопрагматические характеристики текстов писем читателей выявляются главным образом при анализе построения в них аргументации [4]. Однако комплексному анализу не подвергались ни содержательная, ни лингвистическая стороны текста оригинальной статьи и письма-отклика на нее.

Актуальность темы определяется антропоцентрической парадигмой писем читателей

как вида газетного дискурса, получившего широкое распространение на газетной полосе и обеспечивающего воздействие на массовую аудиторию.

При изучении различных жанров английской газеты очевидным является то, что язык СМИ в первую очередь направлен на оказание прагматического воздействия на аудиторию. Язык массовой коммуникации предстает, по мнению ученых, основным средством информационного воздействия на общественное сознание [5]. Текст газеты, в свою очередь, как средство воздействия на сознание читателя, имеет ведущие коммуникативные установки, определяющие лингвистические характеристики всех печатных материалов в газете. Речь, прежде всего, идет об информативности и оценочности газетных текстов, свойственных всем типам

Колкарева Ильяна Игоревна – аспирант кафедры стилистики английского языка Московского государственного лингвистического университета, 119034, г. Москва, ул. Остоженка, 38, e-mail: il9_7@mail.ru, т. 8(499)2451360.

Kolkareva Ilyana – post-graduate student of the English Language Stylistics department in the Moscow State Linguistic University, 38 Ostozhenka Street, Moscow, 119034, e-mail: il9_7@mail.ru, ph. +7(499)2451360.

газет, всем материалам массовой коммуникации.

Установка на информирование читателя реализуется путем представления актуальных на сегодняшний день кратких сведений о факте, новости, событии. Такая информация отражает на день выхода газеты жизнь страны, зарубежья в официальной хронике, новостях, объявлениях. Это не только новости дня, но и краткие сообщения о прошлом или сведения, которые вызывают постоянный интерес читателей.

Газетный текст представляет собой интерпретацию фрагментов общественной жизни: фактов, событий, явлений, личностей – мотивированную и целенаправленную аксиологическую версию фрагментов социальной жизни. Интерпретация неотделима от аксиологии, именно поэтому положительная или отрицательная социальная оценка является неотъемлемым компонентом любого газетного текста. В качестве критериев социальной оценки фрагментов общественной жизни выступают стереотипные морально-этические представления, принятые в данном обществе.

Основаниями для социальной оценки адресата могут служить различные составляющие события, начиная от самого события в целом и заканчивая конкретными обстоятельствами (время, место, условия, причина, результат) и личностями как участниками событий; точная квалификация события путем введения в текст слова–квалификатора, по которому оно легко квалифицируется адресатом; соотнесение описываемого события с социальным его стереотипом, закрепленным в сознании; грамматико-синтаксический способ, связанный с употреблением языковых форм и определенным построением фразы.

Для восприятия оценочной информации, содержащейся во всех газетных жанрах, важное значение имеют фоновые знания. Различные виды оценок, в частности интеллектуальной, эмоциональной, проявляются в номинативных единицах текста.

Оценочные номинативы представляют собой очень продуктивный план лексики, позволяющий автору газетного текста высказывать свое мнение о степени важности и ценности данной информации и распространить это мнение на читателей.

У каждого читателя есть свой жизненный опыт, своя социальная среда, семья,

коллеги, способные оказывать влияние на его взгляды, а также свои политические, философские или религиозные убеждения. Все эти факторы влияют на отбор и восприятие наиболее интересной и значимой для него информации. Главная же задача газеты – преподнести потребителю интересующую его информацию в той форме, которая будет его привлекать. На чтение неспециальной массовой газеты читатель не хочет тратить много времени, поэтому газетная информация организуется так, чтобы сообщение было передано сжато, чтобы оказать на читателя определенное эмоциональное воздействие. Непрерывный рост и смена потока информации служит естественной основой экономии средств выражения для передачи события в газетном тексте.

Частое повторение в газете одних и тех же тем и ситуаций неизбежно ведет к появлению огромного набора готовых к употреблению речевых стереотипов номинативного и оценочного характера (речевых формул, клише, стандартов). Без таких стереотипов невозможно быстрое создание текста и его одномоментное восприятие. Через постоянное обновление и варьирование компонентов воспроизводимых речевых выражений газетная речь приобретает характер мягкой стандартизованности, и это является отличительной стилиобразующей чертой газетного текста.

Понятие экономии включает не только использование автором более короткого или более информационно насыщенного средства, но и употребление языковых средств и речевых структур, облегчающих процесс понимания, обеспечивающих максимальный коммуникативный эффект [6].

Так как в центре нашего изучения находятся тексты писем в редакцию, размещенные на газетной полосе, важно отметить, что для экономии усилий читателя письма приводятся на одной из последних страниц газеты. Тексты писем, как правило, печатаются под общей рубрикой и составляют от 1 до 5 публикаций. Название рубрики, устанавливаемое редакцией, зависит от первоначальных материалов, на которые ссылается читатель в своем письме.

Назначение писем в редакцию столь же многообразно, как и их форма, тематика, содержание и размеры. Их авторы – читатели, представители различных социальных групп и слоев – могут сообщать редакции интересную,

по их мнению, информацию о фактах, событиях и людях, просить совета, критиковать недостатки и предлагать интересные темы, высказывать свое мнение о публикациях газеты и рассказывать о себе. Для письма как жанра характерна универсальность – объект и предмет отображения жизни в нем не имеют ограничений. Значение письма возрастает в связи с его открытостью: после публикации оно становится открытым для всех читателей. Личностность письма – отражение в нем личности читателя, его характера, личного интереса – превращает его в человеческий документ в газете. Некоторые авторы писем в редакцию и не рассчитывают на их публикацию. Они просто советуются с журналистами, делятся с ними своими радостями и печалью. Такие исповедальные письма тоже представляют интерес для редакции, позволяют ее работникам укреплять связи газеты с ее аудиторией. Особое внимание журналистов привлекают, прежде всего, письма, в которых поднимаются вопросы и проблемы, представляющие общественный интерес.

Варианты использования редакцией читательских писем достаточно разнообразны. Редакция печатает на страницах своего издания подборки читательских писем с комментариями или без них. Для этого письма отбираются по определенному принципу и редактируются. Принцип отбора может быть тематическим или проблемным (экономика, политика, финансы, экология, мораль, законы, подготовка к выборам, армейские проблемы и др.). Кроме того, в основе отбора могут лежать географические, демографические и иные признаки. Возможна хроникальная публикация всех поступивших за текущий период писем (за месяц, неделю и т.п.). Названия рубрики писем могут быть также тематическими, проблемными и другими, а также отсутствовать вообще [3].

Письма в редакцию являются, в подавляющем большинстве, отзывами и впечатлениями о прочитанном и увиденном на их страницах. Они пропитаны личностно-заинтересованным отношением читателей к предмету и к автору опубликованного в печати материала, а также стремлением высказать личное мнение по затронутой проблеме.

Согласно характеру содержания письма, мы можем выделить: письмо-проблему, письмо-жалобу, письмо-отклик, письмо-вопрос,

письмо-предложение, письмо-благодарность, письмо-обращение и т.п. Следует отметить, что письма, как правило, могут выполнять одновременно несколько функций, и, в связи с наличием в письмах нескольких прагматических установок, их содержание часто включает, помимо проблемы, отношение к ней читателя, его оценку.

Любое письмо обычно представлено в виде обращения адресанта с указанием своих данных к какому-либо адресату. Эти характеристики свойственны и для текстов писем в редакцию. Однако они имеют свои отличительные черты: 1) обращение к автору первоначальной публикации, на которую ссылается читатель-адресант; 2) четкое указание имени и фамилии, социального статуса адресанта, его возраста, профессии или рода занятия, его местонахождения. Редакция очень часто помещает на газетной полосе письма авторитетных людей, представляющих интеллектуальную элиту. Исходные данные адресанта, автора письма, должны вызвать доверие у адресата, подчеркнуть объективную ценность поставленной проблемы.

Например: (1) *Rabbi Marvin Hier, Founder and dean, Simon Wiesenthal, Centre Museum of Tolerance, Los Angeles*. ("Museum of Tolerance site was a car park", "G.", 20.11.2008); (2) *Graham Allen MP Labour, Nottingham North, George Hosking Director, Wave Trust, Iain Duncan-Smith MP Conservative, Chingford and Woodford Green, Edna Speed Chair, Save the Family, Joan Walmsley Liberal Democrat, House of Lords, Alan Sinclair Consultant, the Work Foundation, Matthew Taylor Chief executive, Royal Society of Arts, John Carnochan Director, Violence Reduction Unit, Strathclyde* ("We need to think a generation ahead to prevent these tragedies", "G.", 01.12.2008).

Тематические характеристики писем

Тематика писем очень широка, она затрагивает все стороны общественной жизни человека – социальную, экономическую и политическую, научную и техническую, искусство и литературу, медицину и образование, домашнее хозяйство и т.д.

Тематика определяется ключевыми словами в тексте письма и в названиях самих рубрик – это, как правило, номинативные единицы, по которым адресат может легко уловить суть проблемы. Например, такие номинативные единицы, как (3) *academy, pupils, schools, free school meals (FSM), education* ("Academy success", "G.", 17.11.2008), будут

являться ключевыми словами в тексте письма по теме “Образование”.

Большинство писем посвящено политической тематике. В тексте письма под рубрикой “A more representative democracy” (“G.”, 17.11.2008) ключевыми словами являются: (4) *democracy, the House of Commons, Harriet Harman, cabinet, working-class MPs, special adviser to member of parliament, laws, social class, the Conservatives*.

Структурно-содержательные характеристики текстов писем

Наблюдения над текстами писем читателей в газету свидетельствуют о том, что в языковом плане в целом они отличаются большей простотой и большим количеством экспрессивных, эмоционально окрашенных лексических единиц и синтаксических структур.

В композиционной структуре текста письма в газету можно выделить компоненты его структурно-содержательной организации. Любой газетный текст представляет собой четырехчастную структуру, включающую такие обязательные структурно-композиционные категории, как заголовок, вводная часть, основная часть и заключение. В структуре текста писем мы можем выявить следующие условные содержательные блоки: 1) блок-название рубрики; 2) вводный блок, содержащий в себе отсылку к опубликованному ранее материалу; 3) оценочный блок, в котором может выражаться согласие (поддержка, одобрение) или несогласие (неодобрение) читателя с автором статьи; 4) блок-заключение. Рассмотрим каждый из блоков и их основные семантико-структурные характеристики.

Название рубрики в тексте писем активно выполняет функцию информирования читателя и привлечения внимания к тексту самого письма, а также функцию выражения оценки и ретроспективную функцию, возвращающую читателя к заголовку и тексту ранее опубликованной статьи. Необходимо отметить, что такие названия рубрик писем обычно создает редакция газеты, выполняя, таким образом, коммуникативные установки газетного текста. В этой связи представляется интересным сопоставить названия рубрик писем читателей и заголовков оригинальных источников. Такое сопоставление приводит нас к выделению некоторых закономерностей и семантических принципов построения.

Согласно нашим наблюдениям прослеживаются три типа соотношений:

1) название рубрики, построенное по принципу частичного дублирования информации, указанной в заголовке оригинальной статьи. Информация подается в виде ключевых слов. Необходимо отметить, что редакция не дублирует полностью заголовок оригинальной статьи в названии рубрики письма;

2) название рубрики, построенное по принципу интерпретации информации заголовка первоначальной статьи, его перефразирования. Заголовок текста первоначальной статьи носит более конкретный и причинный характер, в свою очередь название рубрики – более общий и выступает как следствие или результат (соотношение: частное – общее, причина – следствие);

3) название рубрики, построенное по принципу ассоциации с информацией заголовка статьи. В названии рубрики письма находится ассоциативная лексика, которая помогает читателю такого письма вспомнить заголовок или текст предыдущей статьи.

Проиллюстрируем выявленные нами типы соотношений:

Заголовок	Название рубрики
1. Название рубрики письма, построенное по принципу частичного дублирования информации, указанной в заголовке оригинальной статьи	
(5) “NHS <i>medical research plan threatens patient privacy</i> ” (“G.”, 17.11.2008)	“Clash of rights over <i>medical research and privacy</i> ” (“G.”, 19.11.2008)
(6) “‘ <i>War on terror</i> ’ was a mistake, says Miliband” (“G.”, 15.01.2009)	“Folly of the ‘ <i>war on terror</i> ’” (“G.”, 17.01.2009)
2. Название рубрики, построенное по принципу интерпретации информации заголовка оригинальной статьи	
а) соотношение: частное – общее	
(7) “ <i>Businesses predict 3m jobless and borrowing up to £111bn</i> ” (“G.”, 15.11.2008)	“ <i>Economic danger of mercocentric Britain</i> ” (“G.”, 18.11.2008)
(8) “ <i>It is our duty to save kids from cannabis</i> ” (“G.”, 27.11.2008)	“ <i>Advice on cannabis is based on evidence</i> ” (“G.”, 01.12.2008)
(9) “ <i>Firms secret tax avoidance schemes cost UK billions</i> ” (“G.”, 02.02.2008)	“ <i>Tax loss cost to the developing world</i> ” (“G.”, 03.02.2008)

Заголовок	Название рубрики
б) соотношение: причина – следствие	
(10) <i>“Rapist father made daughters pregnant 19 times”</i> (“G.”, 26.11.2008)	<i>“We need to think a generation ahead to prevent these tragedies”</i> (“G.”, 01.12.2008)
(11) <i>“SFO works hard to tackle financial crime”</i> (“G.”, 22.01.2009)	<i>“Bankers accused in crisis face trials in US”</i> (“G.”, 21.01.2009)
(12) <i>“Take low-skilled jobs, class of 2009 told”</i> (“G.”, 11.02.2009).	<i>“Graduates should take what's on offer”</i> (“G.”, 12.02.2009)
3) название рубрики, построенное по ассоциативному принципу с информацией заголовка статьи.	
(13) <i>“From people's palace back to Prussian palace”</i> (“G.”, 29.11.2008).	<i>“Reflections on Berlin”</i> (“G.”, 01.12.2008) (Прусский дворец находится в Берлине).
(14) <i>“Day the snow came”</i> (“G.”, 29.11.2008)	<i>“Sledging, shovels and snowdrops”</i> (“G.”, 01.12.2008) (ассоциация со снегом)

Рассмотрим **вводный блок**, в тексте письма он чаще всего информирует о проблеме, затронутой в статье-источнике. В своих письмах читатель-адресант ссылается на источник, рассуждая на тему прошедших событий, что на текстовом уровне рассматривается как проявление текстовой категории ретроспекции. Эта категория, по И.Р. Гальперину, считается грамматической категорией текста, объединяющей языковые выражения, относящие читателя к предшествующей содержательно-фактуальной информации [7, с. 106]. Вводный блок может содержать в себе следующие компоненты, с помощью которых легко проследить развитие проблемы: 1) указание имени и фамилии автора предыдущей публикации; 2) указание заголовка оригинальной статьи или рубрики газеты (как правило, в скобках); 3) указание даты; 4) указание основной темы предыдущей публикации. Проиллюстрируем наши наблюдения примерами:

(14) *“Lola Adesioye (Comment, November 20),”* (“G.”, 2008. 21.11) (компоненты **1, 2, 3**).

(15) *“Michele Hanson’s article (G2, November 18) about the Kent University on how we judge people by their looks ...”* (“G.”, 2008. 24.11) (компоненты **1, 2, 3, 4**).

(16) *“Lucy Mangan’s piece on working with Cabinet Office minister Liam Byrne (Yes minister, no minister ... anything you say minister, G2, November 18)”* (“G.”, 2008. 20.11) (компоненты **1, 4, 1, 2**).

В **оценочном блоке**, как правило, формулируется мнение читателя: поддержка или несогласие с автором статьи. Оценка может

быть как положительной и отрицательной, так и смешанной. Оценка обычно сопровождается авторской аргументацией.

Неодобрение в оценочном блоке выражается в основном пейоративно-оценочной лексикой, Например:

(17) *“How disappointing it was to read your article...which appeared to reject proposed changes to the present situation which makes it very difficult in certain circumstances for researchers to contact patients ...”* (“G.”, 2008. 19.11).

(18) *“It is short-sighted and mistaken not to offer people a right to help others and themselves...”* (“G.”, 2008. 19.11).

Как правило, аргументы вводятся в текст постепенно. Читатель, если он не согласен с опубликованной ранее информацией, может приводить в поддержку своего мнения четкое перечисление фактов, как в следующем примере:

(19) *“We should bear in mind two things: first, that country has almost three times the landmass of the UK for the same population, and agricultural sector that supplies all that population’s needs (использует прием гиперболизации); second, it is controlled from a capital city which maintains a fundamentally different relationship (дает оценку сообщаемому) with its hinterland than does our own”* (“G.”, 2008. 18.11).

Письма одобрения, прежде всего, характеризуются мелиоративно-оценочной лексикой. Приведем примеры:

(20) *“Thank you Charlotte Higgins for the excellent new game”* (“G.”, 2009. 14.02).

(21) *“Your excellent report ...made a ruling with awesome consequences”* (“G.”, 2009. 14.02).

При изложении своего мнения читатель приводит подкрепляющие факты и дает оценку события. Также он может давать и смешанную оценку, например:

(22) *“This [statement] is one right, which is protected, but the argument ignores other rights – and, importantly, responsibilities”* (“G.”, 2008. 19.11).

(23) *“Ros Wynne-Jones’ article on southern Sudan ... was very welcome, since little media attention is given to the proposed indictment of President Omar al-Bashir ... However, while she draws attention to the Chatham House report... and while she draws attention to the plight of Abyei (аргументация), her piece is strangely weak on the current desperate situation”* (“G.”, 2008. 28.01).

Основной функцией **заключительного блока** является логическое завершение избранной темы, содержащее в себе какое-либо решение, предложение, совет, вопрос или

просьбу. Таким образом, читатель, автор письма, надеется, что в будущем будут приняты какие-либо меры по решению проблемы. Такая направленность на будущее носит перспективный характер. Проспекция является грамматической категорией текста, объединяющей различные языковые формы отнесения содержательно-фактуальной информации к тому, о чем будет идти речь в последующих частях текста [7, с. 112].

Например:

(24) *"While people should have a right not to take part in medical research, equally they should have a right to do it if there is an opportunity"* ("G.", 2008. 19.11) (совет).

(25) *"It appears as though President Obama is willing to make a clean break. Where can we find a similar visionary in the political spectrum of Great Britain?"* ("G.", 2009. 30.01) (риторический вопрос).

Таким образом, каждый блок текста письма содержит свою коммуникативную установку, а четкая структура таких блоков облегчает прочтение самого письма.

В настоящей статье мы рассмотрели лишь основные направления и лингво-прагматические черты исследуемого типа текста, не затрагивая их лексического и стилистического многообразия.

Все вышеуказанное определяет актуальность изучения всего многообразия

особенностей текстов писем читателей в редакцию газеты, их природы и функций, социальных источников их формирования, композиции и структуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000. 312 с.
2. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект Пресс, 2004. 288 с.
3. Акопов А.И. Аналитические жанры публицистики. Письмо. Корреспонденция. Статья. Учеб.-метод. пособ. для студентов-журналистов. Ростов н/Д: Изд-во Института массовых коммуникаций, 1996 51 с.
4. Голубев В.Ю. Письма в редакцию в английской газете: анализ аргументации // Электронный журнал "Аргументация. Интерпретация. Риторика" Санкт-Петербургского государственного университета и Амстердамского университета. 2002. Вып. 2.
5. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / Под ред. М.Н. Володиной. М.: Изд-во МГУ, 2003.
6. Осветимская Н.М. Роль глагольных фразеологизмов в реализации коммуникативного параметра экономии газетного текста // Стилистическая категоризация и текст. Сб. научных трудов. Вып. 433. М.: Изд-во МГУ, 1996. 208 с.
7. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 140 с.

2 ноября 2009 г.

ББК 81.2 Англ.-3

К ВОПРОСУ О ДЕФИНИРОВАНИИ ТЕРМИНА *e-learning*

Е.В. Языкова

Новые тенденции в области образования находят свое отражение в терминологии. Появляются новые термины, фиксирующие и описывающие образовательные процессы в электронной среде, такие как *web based training (WBT)*, *computer based training (CBT)*, *computer-based learning (CBL)*, *computer-based education (CBE)*, *Internet-Based training (IBT)*, *Intranet-based training (IBT)*, *distance education*, *distant learning*, *online learning*, *blended learning*, *technology-enhanced learning* и др. Их многообразие

свидетельствует о том, что формируется новый вид образования, в котором информационные технологии играют системообразующую, интегрирующую роль, а открытие доступа к новым технологиям обучения и источникам информации становится определяющим.

В последнее время термин *e-learning* завоевывает все большую популярность и используется для обозначения широкого круга вопросов, связанных с использованием информационных технологий в образовании. Этот

Языкова Елена Владимировна – аспирант, преподаватель кафедры английского языка Педагогического института Южного федерального университета, 344082, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 33, e-mail: elena-yazykova@yandex.ru.

Yazykova Elena – post-graduate student, teacher of English Department of the Pedagogical Institute in the Southern Federal University, 33 Bolshaya Sadovaya Street, Rostov-on-Don, 344082, e-mail: elena-yazykova@yandex.ru.