

Н. С. Буруруева

**Письма-отклики читателей в редакции «качественных» СМИ:
функциональный и лингвистический аспекты**

В статье рассматриваются функции писем-откликов читателей на публикации качественных печатных СМИ как основного средства обратной связи. Приводятся результаты исследования объектов оценки и лингвистических способов ее выражения, представленных в письмах-откликах на публикации журнала "Time" за 2010 г.

Ключевые слова: «качественная» пресса, средство обратной связи, письма-отклики, оценка социальных явлений и деятельности журналиста, фактуально-оценочная диктема, лингвистические способы выражения оценки.

N. S. Bururueva

Letters to the editor of quality press: functional and linguistic approaches

In the article letters to the editor are characterized as a basic means of reader – journalist communication in the quality press. The objects and linguistic devices of evaluation present in the letters to the editor from "Time" issues are analyzed.

Keywords: quality press, means of a two-way communication, letters to the editor, evaluation of social issues and journalist's craft, factual-evaluative dicteme, linguistic devices of evaluation.

В результате последних достижений в развитии информационных технологий традиционные СМИ трансформировались, а их функциональный и социальный аспекты претерпели значительные изменения. Произошедшие перемены обусловили особое внимание исследователей современных медиа к образу адресата выступлений СМИ, который стал трактоваться не как пассивный получатель информации, а как активный участник социального взаимодействия.

Представляется интересным рассмотреть организацию обратной связи печатных СМИ с читателями на примере качественной прессы, которая изначально выступала как социальный институт, призванный выражать и формировать общественное мнение. Поделиться своими мыслями по теме публицистического выступления журналиста и оценить его работу читатели могут с помощью писем в редакцию издания, которые традиционно публикуются в постоянных рубриках качественных печатных СМИ. На их страницах письма приобретают черты публицистического текста, воздействующая функция которого реализуется посредством лингвистической категории оценки.

Цель данной статьи – охарактеризовать письма-отклики читателей в редакцию качественного печатного СМИ как эффективное средство об-

ратной связи и описать типы и языковые способы реализации представленных в них оценок.

Качественная пресса, как один из видов печатных периодических СМИ, изначально рассчитана преимущественно на осведомленного и более образованного читателя. Поэтому среди специфических функций качественной прессы французский исследователь К. Ж. Бертран выделяет следующие:

- наблюдение за жизнью общества и полный отчет о его состоянии;
- формирование образа мира;
- обеспечение форума для выработки консенсуса;
- распространение культуры [1, с. 22].

Следовательно, анализирующая и интерпретирующая функции являются неотъемлемыми характеристиками публикаций качественной прессы, которые в большей степени апеллируют к логике читателей, приглашая их к со-размышлению и обмену мнениями по актуальным социальным проблемам и явлениям действительности.

Свою точку зрения на освещаемые в публикациях вопросы читатели выражают в письмах в редакцию, также называемых откликами. К ним относятся тексты, в которых такая связь выражена словесно, где имеются ссылки на прочитан-

ный материал. Е. И. Пронин определяет письмо-отклик как «лаконичное и энергично выраженное заявление читателем своей позиции относительно высказанного публичного мнения журналиста о конкретном событии социальной практики, знаменующее начало непосредственного диалога». Целевая установка писем-откликов – сопоставление оценок события журналистом и читателем [7, с. 54].

Письма-отклики представляют часть информации, циркулирующей в обществе, и являются средством концептуального взаимодействия адресанта и адресата выступлений СМИ. А. И. Верховская считает, что журналист выделяет в письмах три неотъемлемых компонента:

- Факты, которые дополняют картину действительности, обогащают журналиста знанием о событийной стороне жизни. Письма позволяют видеть, какие факты привлекают читателей, что оценивается ими положительно, а что отрицательно, и как соотносятся эти компоненты.

- Оценочно-нормативную информацию, интерпретацию авторами смысла и значения происходящих событий. Позволяют корректировать журналистскую работу в соответствии с характером мировоззрения читателей, дают представление об эмоциональном восприятии читателями объективной действительности.

- Глубинные процессы в обществе: массовые ситуации и явления, ценностные ориентации больших групп, цели жизни людей [3, с. 51].

Более того, письма-отклики содержат информацию, необходимую для успешной работы печатного СМИ. Тематика и проблематика писем-откликов показывает журналистам, какие качества, стороны, элементы их произведений способны задеть читателей и побудить их высказаться. Из писем-откликов редакция СМИ узнает об эффективности публикаций, о реакции читателей на выступления конкретных журналистов, о популярности своего издания. Эти данные учитывают при оценке работы отделов СМИ, редакций, отдельных сотрудников.

Редакции любого издательства важно точно знать, что одобряет и чего не принимает их целевая аудитория. Анализ писем-откликов не всегда дает точную модель аудитории, но он отражает ее состав и входящие группы, поэтому изучение действительности статьи способствует более полному удовлетворению запросов и потребностей читательской аудитории. Таким образом, письма-отклики служат источником будущей тематики издания, влияют на его структуру, выбор

жанров публицистики и формы подачи материала [6, с. 54].

Для качественной прессы публикация писем читателей на страницах печатного СМИ – это форма выражения общественного мнения и вместе с тем инструмент обеспечения гласности в демократическом обществе. Письма-отклики выступают средством выявления гражданской активности аудитории, вовлечения ее в процесс управления обществом. С их помощью читатель принимает участие и в управлении СМИ. Читатели сообщают свое мнение по поводу конкретного материала, чтобы редакция учла его в своей работе [8, с. 148].

По наблюдениям С. М. Гуревича, письма-отклики и публикации СМИ имеют ряд схожих характеристик. Во-первых, действительность отображается в них в форме конкретных фактов и событий, а основой описания и оценки выступает по преимуществу обыденная психология – стереотипы духовного и политического характера. Во-вторых, им свойственна синкретичность массовой информации: сведения, оценки, эмоциональные реакции представлены в единстве. Личное отношение к миру накладывается на объективное описание действительности. В-третьих, письма также связывает с массовой информацией прагматическая направленность на результат [6, с. 42].

Если тексты СМИ создают, чтобы воздействовать на разнородную аудиторию, то письма-отклики приобретают это свойство лишь в том случае, когда интерес и цель пишущего обладают значимостью в глазах достаточно широкого круга людей. Именно письма-отклики, развивающие тему публикации, предлагающие новые аспекты рассмотрения проблемы, иллюстрирующие ситуацию и описывающие эмоциональные состояния ее участников, отбираются редакторами СМИ для публикации.

В англоязычных изданиях качественной прессы присутствует постоянная рубрика, содержащая письма-отклики читателей на понравившиеся или взволновавшие их публикации. Например, в рассматриваемом нами журнале "Time" она называется Inbox и располагается на 10-й или 14-й странице каждого номера. Материалы данной рубрики организованы следующим образом: в верхнем правом углу дается фотография первой страницы предыдущего выпуска, письма – отклики на отдельные публикации печатаются ниже и объединяются общим подзаголовком. В первом письме всегда указывается название ста-

тьи и дата выхода выпуска. Количество писем-откликов варьируется от двух до десяти, и они подобраны так, чтобы отразить многоплановость мнений и оценок по поднимаемой проблеме.

Обращаясь к лингвистическому аспекту рассмотрения писем-откликов, следует остановиться на основных понятиях. В рамках данной статьи письма-отклики читателей рассматриваются нами в свете диктемой теории текста. М. Я. Блох определяет диктему как предельную единицу текста второго порядка, стоящую в иерархии языковых уровней выше предложения и являющуюся звеном между предложением и текстом. Основная ее функция – интегративно-текстовое назначение выражать определенную тему [2, с. 56].

Диктемы писем-откликов мы относим к фактуально-оценочному типу, под которым А. В. Грицкова понимает такой прагматический тип диктемы, где оценочная составляющая формируется при помощи рубрики фактуальной информации (факт является основанием для вынесения оценки) [5, с. 8]. В преобладающем большинстве письма-отклики состоят из одной фактуально-оценочной диктемы.

В диктеме выявляются четыре важнейших функционально-знаковых аспекта речи: номинация, предикация, тематизация и стилизация. В письмах-откликах, целью которых является интерпретация и оценка фактов и событий действительности, на первое место выходит аспект стилизации диктемы. Стилизация регулирует выбор языковых средств, снабжающих текст коннотациями, необходимыми для адекватной передачи содержания в конкретных условиях общения [2, с. 57]. В рамках аспекта стилизации находит выражение читательская оценка.

Под оценкой в лингвистике понимается универсальная языковая категория, сущность которой заключается в отражении в языке ценностного отношения познающего субъекта к объектам действительности, поведению, установлению их значимости, соответствия определенным нормам и принципам морали [4, с. 6].

Для определения объектов и лингвистических способов выражения оценки были проанализированы 65 писем-откликов читателей, опубликованных в выпусках журнала "Time" за 2010 г. В письмах-откликах читателей представлено несколько объектов оценки: автор публикации или его статья, общественное событие или явление, анализируемое в статье, само издание. Следует заметить, что оценки авторов публикаций самые

малочисленные, в основном читатели указывают на недостатки их работы: "Once again K. Vick chooses to ignore the underlying reasons for Middle East issues" (Time, June 21, 2010), "Zakaria omitted one very important factor ..." (Time, May 24, 2010), "Klein neglected to note ..." (Time, April 19, 2010).

Оценки аналитической статьи могут быть как положительными, так и отрицательными: "Your article makes no sense and smacks of your one-sided reporting on the situation" (Time, December 13, 2010), "It's disappointing that there was no mention of Burma's minorities ..." (Time, May 24, 2010), "Reading was an eye-opener" (Time, March 22, 2010). В большинстве этих случаев оценки выражены эксплицитно, прямыми номинациями. Косвенные оценки довольно редки и эмоциональны: "Your article leaves me scratching my head" (Time, November 22, 2010), "I'm grateful for Time's emphasis ... it's journalism like this that inspires people to action" (Time, April 19, 2010), "Kudos to M. Calabresi on his incisive article" (Time, November 22, 2010).

Встречаются интересные случаи оценки деятельности самого издания, выраженные в форме упрека: "Rather than focusing on how to restore the American dream, Time could have served readers better by focusing on how to create global awakening?" (Time, April 19, 2010), "I wish more U. S. news sources were willing to report on the issue in such an informative and balanced way" (Time, December 13, 2010).

Самыми многочисленными и разнообразными являются оценки анализируемых в статье событий и явлений. По сравнению со всеми предыдущими объектами оценки они носят преимущественно косвенный характер. Отказ читателей от прямой и категоричной оценки можно объяснить субъективностью суждений об общественно значимых явлениях, возможностью показаться некорректным. Среди стилистических приемов преобладают метафоры: "Taliban is a cancer on their religion" (Time, December 13, 2010), "D. Ellsberg was nailed to the cross" (Time, March 22, 2010), "the planetary paranoia of secrecy is now torn to shreds by WikiLeaks's buzz saw" (Time, April 19, 2010), "McCarthy turned a family challenge into a crusade" (Time, June 21, 2010). В большинстве примеров это развернутые метафоры, относящиеся к темам медицины, войны, насилия.

Следует также отметить частое использование эпитетов: "a fear-riddled campaign" (Time, December 13, 2010), "have-it-now mentality" (Time, June

21, 2010), "the burden of armed guards at kindergartens" (Time, April 19, 2010); иронии: "The mighty dollar speaks to those who are willing to sacrifice our planet at all costs" (Time, March 22, 2010), "the country proceeds to buy lots of toys in the shape of guns and planes" (Time, November 22, 2010), "Congress should make Transocean executives clean up the beaches in haz-mat suits until they find a solution and stop pointing fingers" (Time, May 24, 2010).

Среди прослеживаемых тенденций можно отметить комплексный характер использования и сочетания стилистических приемов, посредством которых выражается разнообразие и сила эмоции, например: "The Humpty Dumpty of modern democracy has been knocked off its perch ... and all the Obamas and Hus of the world cannot put it back" (Time, June 21, 2010).

По экспрессивности и эмоциональности письма-отклики значительно превосходят публикации качественной прессы. Это в первую очередь выражается в большом количестве риторических вопросов, повелительных и восклицательных предложений: "Where was the concern from these vocal Tea Partyers a few years ago?" (Time, March 22, 2010), "Shame on Time for contributing to the dumbing down of America!" (Time, December 13, 2010), "Why has the media pressed Obama to do so?" (Time, November 22, 2010), "Bravo, and thank you for opening minds!" (Time, June 21, 2010).

Обобщая все вышеизложенное, можно сделать следующие выводы. Письма-отклики выполняют важную функцию средства обратной связи между редакцией качественного СМИ и читателями. Опубликованные на страницах издания письма-отклики выражают общественное мнение, так как содержат оценку анализируемого в статье общественного явления или события. В комплексе «публицистическая статья – письма-отклики» реализуется концептуальное взаимодействие журналиста и читателя как субъектов

общества. Кроме этого, письма-отклики приносят информацию о целевой аудитории издания и отражают успешность отдельных журналистских выступлений и работы всего издательства.

С лингвистической точки зрения, тексты писем-откликов представлены фактуально-оценочными диктемами, в которых авторская оценка выражается в рамках аспекта стилизации посредством оценочности. Проведенное исследование показало, что письма-отклики читателей характеризуют преобладание оценочной информации, выраженной как эксплицитно, так и имплицитно с большой степенью экспрессивности и эмоциональности.

Библиографический список

1. Бертран, К. Ж. Кибержурналистика [Текст] / К. Ж. Бертран // Среда. – 2004. – № 3. – С. 21–28.
2. Блох, М. Я. Диктема в уровневой структуре языка [Текст] / М. Я. Блох // Вопросы языкознания. – 2000. – № 4. – С. 56–67.
3. Верховская, А. И. Письма в редакцию. Изучение обратной связи [Текст] / А. И. Верховская // Проблемы эффективности журналистики. – М., 1990. – 221 с.
4. Вольф, Е. В. Функциональная семантика оценки [Текст] / Е. М. Вольф. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 229 с.
5. Грицкова, А. В. Аргументативный дискурс в свете диктеменной теории строя текста (на материале современного английского языка) [Текст]: автореферат дис. ... канд. филол. наук / А. В. Грицкова; Самар. гос. пед. ун-т. – Самара, 2003. – 24 с.
6. Работа с письмами в редакции [Текст]: уч. пособие / под ред. С. М. Гуревича. – М.: Высшая школа, 1991. – 158 с.
7. Социальная практика и журналистский текст / Е. А. Блажнов, С. А. Муратов; под ред. Л. Н. Засурского, Е. И. Пронина. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 173 с.
8. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати [Текст]: учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.