

СВЕДЕНИЯ О ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АДРЕСАНТА В ТИПЕ ТЕКСТА «ПИСЬМО ЧИТАТЕЛЯ»

С. Ю. Архипов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 14 января 2011 г.

Аннотация: *настоящая статья посвящена изучению способов вербализации сведений о профессиональной деятельности адресантов читательских писем, опубликованных в немецких журналах «Spiegel» и «Focus». В работе анализируется связь между языковыми единицами, обозначающими принадлежность автора к определенной профессии, и тематикой публикуемых писем, описывается функциональный потенциал данных языковых единиц и их роль в структурной организации типа текста «письмо читателя».*

Ключевые слова: *тип текста, механизмы вербализации, медиа-дискурс.*

Abstract: *the article is devoted to the ways of presenting information about the professional activity in readers' letters published in German magazines «Spiegel» and «Focus». The study focuses on the correlation between the language means which indicate the author's belonging to a particular profession and the topics of their letters. The functions of these linguistic means and their role in the structural organization of the text type «reader's letter» are also discussed.*

Key words: *text type, verbalization mechanisms, media discourse.*

В современной теории коммуникации высказывается мнение о том, что «говорящий вступает в коммуникацию не как глобальная личность, в которой слиты все ее составляющие, а как личность «параметризованная», выявляющая в акте речи одну из своих социальных функций или психологических аспектов, в связи с которыми и должно пониматься его высказывание» [1, с. 357]. Данным фактом, очевидно, объясняется заметно возросший в последнее время интерес лингвистов к изучению языковых средств, направленных на конструирование образа адресанта [2; 3]. К числу таких средств относятся довольно часто встречающиеся в письмах читателей разнообразные сведения об их авторах. В настоящей статье предметом рассмотрения выбраны средства вербализации сведений о профессиональной деятельности адресантов читательских писем. Обращение к изучению данных языковых средств обусловлено их специфической способностью конструировать определенный образ автора письма, а именно представлять последнего как компетентного в определенной профессиональной сфере специалиста.

Цель данного исследования – охарактеризовать роль языковых средств, указывающих на принадлежность автора письма к определенной профессиональной сфере, в семантической и синтаксической организации текстов писем немецких читателей. Эмпирический корпус проводимого анализа составили 1997 текстов читательских писем из актуальных ин-

формационно-аналитических немецких журналов: 1212 текстов из журнала «Spiegel» № 1/07–17/07, 27/09–34/09, 36/09–4/10 и 785 текстов из журнала «Focus» № 41/07–52/07, 1/08–20/08, 25/08–32/08, 44/09–3/10.

В результате анализа эмпирического корпуса выявлено 188 текстов (9,4 % от всех текстов), в которых так или иначе оязыковляется информация о профессиональном опыте их авторов.

В ходе анализа установлено, что в рассматриваемых текстах вербализуются разнородные сведения о профессиональной деятельности адресанта письма, объективируемые следующими языковыми средствами: а) номинациями только профессий/должностей (*Dr. Michael Rami, Rechtsanwalt*); б) номинациями только мест работы (*die von mir ausgeübte Tätigkeit beim Jobcenter*); в) номинациями и профессии/должности, и места работы (*Ich bin Filialleiterin in einem Aldi-Geschäft*). Кроме того, в ряде анализируемых текстов информация о профессии и/или месте работы адресанта не представлена эксплицитно, но может быть выведена посредством инференции*. Так, отдельные языковые средства и описание ситуации общения врача и пациента в приводимом ниже при-

* Под «инференцией» в настоящей статье, вслед за Е. С. Кубряковой, понимается «получение выводных данных в процессе обработки информации <...> в ходе которой, опираясь на непосредственно содержащиеся в тексте сведения, человек выходит за пределы данного и получает новую информацию» [4, с. 33].

мере позволяют идентифицировать автора письма как медицинского работника.

Seit Jahren warte ich auf den Tag, an dem ich bei einer Kinderuntersuchung den Eltern sage: «Ihr Kind hat aber schöne blaue Augen», und daraufhin die besorgte Frage höre: «Und muss man dagegen etwas machen?» Die Akzeptanz der Tatsache, dass es Normalabweichungen gibt, geht gegen null, und indem Eltern zum vermeintlichen Besten des Kindes und zu seiner Individualisierung alles Geschriebene umzusetzen versuchen, schaffen sie womöglich ein langweiliges Normkind ohne Individualität.

Wesendorf (Nieders) Thomas Drescher (Spiegel 33/09).

Сведения о профессиональной деятельности адресантов могут располагаться непосредственно в тексте письма (32 %), однако чаще они выносятся в редакторскую пометку к письму (68 %).

Все лексические единицы, используемые в анализируемых текстах для обозначения названий профессий / мест работы / сфер профессиональной деятельности адресантов читательских писем, можно разделить на основании их семантики на следующие тематические группы:

1) медицинские работники (*Chefarzt einer akuten psychiatrischen Krankenhausabteilung*) – 41 письмо (21,8 %);

2) политики (*Europapolit. Sprecher der SPD-Fraktion im BT*) – 28 писем (14,9 %);

3) руководители, осуществляющие управление как коммерческими предприятиями (*Geschäftsführer Frosta Tiefkühlkost*), так и государственными ведомствами (*Direktor der Staatlichen Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen*) – 18 писем (9,6 %);

4) представители масс-медиа (*Publizist*) – 16 писем (8,5 %);

5) представители сферы судопроизводства (*Richterin a.D. am OLG Frankfurt am Main*) – 15 писем (8 %);

6) преподаватели высших учебных заведений и научные сотрудники** (*Prof.f. Pädagog. Psychologie*) – 11 писем (5,9 %);

7) представители профессий, связанных с пассажиро-, грузоперевозками (*ich gehöre als LKW-Fahrer zu denen*) – 8 писем (4,3 %);

8) служители культа (*Pfarrer*) – 7 писем (3,7 %);

9) военнослужащие и сотрудники полиции (*Obersleutnant, Polizist*) – 7 писем (3,7 %);

10) деятели искусства (*Dirigent und Komponist*) – 7 писем (3,7 %);

11) школьные преподаватели (*in meiner 40-jährigen Lehrerlaufbahn, pensionierter Grundschullehrer*) – 6 писем (3,2 %);

12) предприниматели и финансисты (*Immobilienmaklerin*) – 5 писем (2,7 %);

13) послы и сотрудники посольств (*Botschaftsrat der Botschaft der VR China*) – 3 письма (1,6 %);

14) представители прочих профессий, упоминаемых крайне редко (*Minijobber im Discount, Berater*) – 16 писем (8,5 %).

В ходе анализа замечено, что освещаемая в исходной журнальной статье проблема, ставшая стимулом для написания писем, как правило, находится в сфере профессиональных интересов адресантов (табл. 1).

Контекстуальный анализ языковых средств, вербализующих сведения о профессиональной деятельности адресанта, показал, что включение данной информации в текст используется адресантом не только для самопрезентации, но и для аргументации. Включая в текст данные сведения, автор пытается убедить других читателей в том, что его мнение не голословно, а основано на личном опыте, и что он компетентен в той сфере, о которой высказывается в своем письме (примечательно, что в 16 письмах указана информация о *прежней* профессиональной деятельности адресанта). При этом в большинстве анализируемых текстов сначала указываются сведения о профессиональной деятельности адресанта, а затем следует описание личного профессионального опыта, релевантного для высказывания по проблематике исходной статьи, например:

In meiner 40-jährigen Berufslaufbahn habe ich mich auch dauernd an der gerechten Notenvergabe gestoßen und mich auf eine Gratwanderung von Objektivität, Fairness und pädagogischen Spielraum befunden. <...> Es ist nun mal leider so, dass uns bei einem recht komplexen Curriculum eine adäquatere Handgabe nicht zur Verfügung steht <...> (Spiegel 37/09).

Согласно положениям социолингвистики, такой социальный параметр коммуниканта, как «отнесенность к профессии», может сопровождаться общественной оценкой – престижем или стигмой [6, с. 29]. Поэтому представляется целесообразным обратиться к данным социологических исследований и определить, влияет ли престижность той или иной профессии на частоту публикации читательских писем, авторами которых являются представители данной профессии. Для этого проведен сравнительный анализ результатов весьма авторитетного социологического опроса, выполненного Алленсбахским институтом демоскопии с целью определения наиболее престижных, с точки зрения немецких респондентов, профессий [6], и выявленных в рассматриваемом эмпирическом корпусе профессиональных групп адресантов (табл. 2).

** Выделение отдельной группы «преподаватели высших учебных заведений и научные сотрудники» в качестве самостоятельной и рассмотрение ее отдельно от группы «преподаватели школ», равно как и разделение групп «политики» и «послы и сотрудники посольств», обусловлено различной социальной оценкой данных профессий в германском социуме [5].

Соотношение тем статей и профессиональных групп адресантов читательских писем

| Профессиональные группы адресантов | Темы исходных журнальных статей, побудившие читателей к написанию писем |
|---|---|
| Руководители | Ernährungsindustrie: Weshalb in modernen Lebensmitteln immer mehr Ersatzstoffe und Aromen enthalten sind |
| Медицинские работники | Medizin: Wie sinnvoll ist das neue Programm zur Brustkrebsfrüherkennung |
| Политики | Bayern: Die CSU-nahe Hanns-Seidel-Stiftung unterstützte kroatische Rechts-extremisten |
| Послы и сотрудники посольств | Diplomatie: Die Republik Abchasien versucht, ein Staat zu werden |
| Представители профессий, связанных с транспортной сферой | Die Ohnmacht der Piloten – Wenn Computer im Cockpit zum Risiko werden |
| Деятели искусства | Komponisten attackieren Sender |
| Преподаватели школ | Bildung: Private Schulen und Hochschulen, selbst Kindergärten und Krippen sind zum Milliardenmarkt geworden |
| Преподаватели высших учебных заведений и научные сотрудники | Universitäten: Das Elend der Privatdozenten |
| Представители сферы судопроизводства | Gnade für die Gnadenlosen – Darf der Staat die RAF-Mörder freilassen? |
| Представители масс-медиа | Fernsehpolitik: Wen rettet ZDF-Intendant Markus Schächter – sich selbst oder den Sender? |
| Служители культа | Wer hat den stärkeren Gott? – Islam und Christentum: der ewige Zwist |
| Военнослужащие и сотрудники полиции | Bundeswehr: kippt der Wehrpflicht |

Т а б л и ц а 2

Сопоставление профессиональных групп адресантов со шкалой социальной оценки профессий

| Шкала престижности профессий Алленсбахского института демоскопии | Профессиональные группы адресантов (доля писем, составленных представителями данных групп в анализируемом корпусе) |
|--|--|
| Врач (78 %) | Медицинские работники (21,8 % от общего числа писем, в которых вербализуются сведения о профессиональной деятельности адресанта) |
| Священник, духовные лица (39 %) | Служители культа (3,7 %) |
| Преподаватель высшей школы (34 %) | Преподаватели высших учебных заведений и научные сотрудники (5,9 %) |
| Преподаватель начальной школы (33 %) | Преподаватели школ (3,2 %) |
| Учитель полной средней школы (14 %) | |
| Предприниматель (31 %) | Предприниматели (2,7 %) |
| Адвокат (27 %) | Представители сферы судопроизводства (8 %) |
| Инженер (27 %) | |
| Посол, дипломат (25 %) | Послы и сотрудники посольств (1,6 %) |
| Атомный физик (25 %) | – |
| Аптекарь (24 %) | – |
| Директор крупной фирмы (17 %) | Руководители (9,6 %) |
| Журналист (11 %) | Представители масс-медиа (8,5 %) |
| Офицер (8 %) | Военнослужащие и сотрудники полиции (3,7 %) |
| Руководитель профсоюза (8 %) | – |
| Политик (6 %) | Политики (14,9 %) |
| Продавец книг (5 %) | – |
| | Представители профессий, связанных с пассажиро-/грузоперевозками (4,3 %); деятели искусства (3,7 %); представители прочих профессий (8,5 %). |

Примечание. Цифра рядом с названием профессии в первой колонке означает процент респондентов, выбравших данную профессию в качестве наиболее престижной. Сумма не равна 100 %, поскольку каждый респондент мог выбрать из предложенного списка пять профессий, которые, на его взгляд, являются наиболее престижными [6].

Из данных табл. 2 следует, что в подавляющем большинстве анализируемых текстов вербализуются сведения о наиболее престижных, с точки зрения германского социума, профессиях адресантов (врачи, преподаватели, отправители культа и др.). Так, наиболее часто в письмах читателей указываются сведения об авторах, занятых в самой престижной, с точки зрения германского социума, профессиональной сфере – сфере медицинского обслуживания (21,8 % от всех писем, в которых представлены сведения о профессиональной деятельности адресанта). Более половины от всех выявленных в эмпирическом корпусе обозначений профессий адресантов приходится на профессии, которые считают престижными, по меньшей мере, 17 % немецких респондентов. Лишь 16,5 % от общего числа указанных в анализируемых письмах сведений о профессиональной деятельности адресантов приходится на профессии, не вошедшие в список наиболее престижных профессий, составленный Алленсбахским институтом демоскопии. Принимая во внимание имеющееся у редакции право на отбор и редактирование писем читателей до их опубликования, можно предположить, что актуализация информации о наиболее престижных профессиях адресантов в тексте публикуемого письма или в редакторской пометке способствует формированию позитивного имиджа печатного издания, поскольку демонстрирует, что данный журнал популярен среди людей с высоким социальным статусом.

В ходе анализа также выявлена следующая тенденция: сведения об относительно малопrestiжных профессиях адресантов упоминаются, как правило, непосредственно в публикуемой части текста исходного письма (например, «*Als Verkäuferin fehlt mir aber ihr Respekt*» (Focus 49/09), «*Ich arbeite selbst als Minijobber im Discount*» (Spiegel 51/09) и др.). Сведения о более престижных профессиях авторов писем гораздо чаще выносятся в редакторскую пометку. Основанием для выбора способа вербализации сведений о профессиональной деятельности адресанта, вероятно, являются различия при оформлении сведений в тексте письма и в редакторской пометке. В последнем случае информация не только архитектурно отделена от основного текста письма, но и выделяется шрифтом, отличным от основного текста письма. Напечатанный нестандартным шрифтом текст в первую очередь привлекает внимание читателя, поскольку «текстовый фрагмент, графическое оформление которого отличается от основного текстового оформления, неизбежно выделяется, поскольку исчезает автоматизм его восприятия» [7, с. 30], а информация о социально престижной профессии адресанта письма помогает убедить читателя в авторитетности представленного в данном письме мнения.

Все сказанное выше позволяет сформулировать

ряд заключений.

1. Сведения о профессиональной деятельности адресанта в текстах читательских писем объективируются с помощью номинаций профессий и/или места работы, а также могут содержаться в тексте в виде выводного знания.

2. Сведения о профессиональной деятельности адресанта, очевидно, используются для убеждения читательской аудитории в авторитетности излагаемого в том или ином письме мнения.

3. В подавляющем большинстве случаев в рассматриваемых текстах вербализуются сведения о наиболее престижных профессиях адресантов, что может объясняться стремлением редакции создать и поддержать позитивный имидж своего печатного издания.

4. Выбор способа вербализации сведений о профессиональной деятельности адресанта, очевидно, во многом определяется степенью престижности профессии автора письма. Сведения о малопrestiжных профессиях, как правило, размещаются непосредственно в тексте письма, в то время как сведения о более престижных профессиях адресантов указываются преимущественно в редакторской пометке. Такой способ подачи информации используется редакцией для привлечения внимания читательской аудитории.

Таким образом, очевидно, что актуализация сведений о профессиональной деятельности адресантов читательских писем обусловлена коммуникативными намерениями как самого адресанта, так и редакции журнала. Если для автора письма ссылка на свой профессиональный опыт может служить аргументом, подтверждающим его компетентность в том или ином вопросе, то для журнала публикация писем, написанных представителями наиболее престижных профессий, – это возможность показать, что данное издание пользуется успехом у серьезной читательской аудитории, а следовательно, может рассматриваться как пример качественной прессы. Очевидно, именно поэтому редакторы стараются привлечь особое внимание читателей к письмам, содержащим сведения о престижной профессиональной деятельности адресантов, для чего используют возможности архитектурного строения письма и графостилистические средства.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата / Н. Д. Арутюнова // Известия АН. Серия литературы и языка. – М. : Наука, 1981. – Т. 4, № 4. – С. 356–367.
2. Гришаева Л. И. Языковые средства конструирования имиджа субъекта в политической коммуникации : коллективная монография / Л. И. Гришаева, Е. Н. Катанова, О. В. Кашкина, М. А. Бойко. – Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2009. – 319 с.

3. Дайнеко П. М. Дискурсивные стратегии самопрезентации в институциональном интернет-общении : автореф. дис. ... канд. филол. наук / П. М. Дайнеко. – М., 2011. – 26 с.

4. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова ; под. общ. ред. Е. С. Кубряковой. – М. : Филол. ф-т МГУ, 1997. – 245 с.

5. Allensbacher Berufsprestige-Skala 2008. – Режим доступа: http://www.ifd-allensbach.de/pdf/prd_0802.pdf

6. Löffler H. Germanistische Soziolinguistik / H. Löffler. – Berlin : Erich Schmidt Verlag, 2005. – 246 S.

7. Маргарян Б. О. Экспрессивная графика текста как компонент семантической структуры и способы ее передачи в переводе / Б. О. Маргарян // Язык сквозь призму культуры. – Ереван : Лингва, 2008. – С. 30–31.

Воронежский государственный университет

Архипов С. Ю., аспирант кафедры немецкой филологии

E-mail: arhipov999@mail.ru

Тел.: 8-905-650-87-03

Voronezh State University

Arkhipov S. Yu, Post-graduate Student, Department of German Philology

E-mail: arhipov999@mail.ru

Tel.: 8-905-650-87-03