

НОМИНАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ОБОЗНАЧЕНИЯ ЛЮДЕЙ В ПИСЬМАХ ЧИТАТЕЛЕЙ

С. Ю. Архипов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 29 декабря 2011 г.

Аннотация: *статья посвящена изучению способов номинации людей в текстах читательских писем в современных немецких журналах. Рассматриваются используемые в письмах читателей номинативные стратегии для обозначения людей и определяется их зависимость от варианта типа текста.*

Ключевые слова: *тип текста, механизмы вербализации, медиадискурс.*

Abstract: *this article is devoted to the study of human nominations in readers' letters in modern German magazines. The study focuses on nominative strategies for human nominations used in the text type «reader's letter» and on their correlation with the text type variants.*

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

Современные медиалингвисты всё чаще высказывают сомнения в существовании единого языка массмедиа, объясняя это существенными различиями в языковом оформлении медиатекстов в зависимости от целевой аудитории, редакционной политики и не в последнюю очередь от типа текста, к которому принадлежит тот или иной медиатекст [1, S. 3; 2, S. 3]. Следовательно, одним из способов получения наиболее полного знания об особенностях функционирования вербального кода в медиадискурсе является сопоставительное описание отдельных типов текста и их вариантов.

Лингвотекстологи отмечают, что для каждого типа текста характерен определенный набор формальных признаков [3, S. 354]. Иными словами, выбор языковых единиц при порождении конкретного текста во многом предопределен типом текста. Следовательно, одним из параметров, по которому можно провести сравнение типов текста, является способ номинации различных лиц, объектов, явлений и т.д. Известно, что акт номинации, как правило, предполагает выбор одного из нескольких потенциально возможных обозначений одного и того же референта, каждое из которых «имеет специфический потенциал воздействия на коммуникантов» [4, с. 62] и, как следствие, обнаруживает специализацию на тех или иных дискурсивных условиях [там же]. Таким образом, выбор конкретного обозначения из множества кореферентных обозначений во многом предопределен коммуникативной задачей, стоящей перед продуцентом соответствующего текста. Эффективным инструментом лингвистического анализа, позволяющим

раскрыть взаимосвязь между выбираемым номинативным средством и коммуникативной задачей продуцента, является категория номинативной стратегии, под которой понимается выбор «способа именования отдельных элементов внеязыковой действительности <...> из многих изофункциональных средств, адекватных и максимально оптимальных, с точки зрения адресанта, для различных дискурсивных условий» [5, с. 390].

Объектом рассмотрения в данной статье являются два варианта типа текста «письмо читателя», встречающиеся в современных немецких журналах, – полное и компрессированное письмо-реакция (подробнее о классификации вариантов типа текста «письмо читателя» см.: [6]). Оба варианта читательских писем используются для выражения реакции читателя – его мнения и/или оценки – на ранее опубликованную статью [там же, с. 147–150]. Однако полное письмо-реакция в среднем в три раза превышает длину компрессированного письма-реакции (средняя длина: 9,8 vs. 3,5 предложений) и, в отличие от последнего, обычно имеет макрокомпоненты «обращение» и «прощание»; компрессированное же письмо-реакция отличается более частотным использованием средств языковой компрессии (сложных предложений, рядов однородных членов, сложных лексем) [там же].

Поскольку для писем читателей характерно чрезвычайное тематическое разнообразие, при изучении номинативных процессов в текстах данного типа целесообразно поместить в фокус рассмотрения такие элементы внеязыковой действительности, сведения о которых вербализуются в каждом/почти каждом письме. Именно поэтому в статье предметом рассмот-

рения выбраны номинативные стратегии для обозначения людей в читательских письмах, так как человек, являясь неотъемлемым участником всех общественных процессов, не может быть обделен вниманием в текстах данного типа.

Эмпирический корпус настоящего исследования составили 254 письма читателей из журналов «Spiegel» (№ 27–30/2009; 101 письмо), «Focus» (№ 17–23/2009; 99 писем) и «Welt des Kindes» («WDK») (№ 1/2001–4/2002, 6/2002–6/2004, 02/2005, 04/2005, 01/2009–05/2009; 54 письма). Письма читателей из журналов «Spiegel» и «Focus» представляют компрессированное письмо-реакцию, а письма из журнала «WDK» – полное письмо-реакцию.

Цель данного исследования заключается в установлении зависимости в выборе номинативной стратегии для обозначения людей от варианта типа текста «письмо читателя».

На первом этапе анализа в текстах эмпирического корпуса выявлены все существительные, содержащие сему «человек/люди»*, – всего 1123 номинации. Анализ данных номинативных средств позволил выделить две основные номинативные стратегии, используемые авторами изучаемых писем для обозначения людей, – стратегию генерализации и стратегию индивидуализации.

Критерием выделения данных номинативных стратегий является референт номинаций. Референтом номинативных средств, реализующих стратегию генерализации, является некоторый класс людей, объединенных на основании социального, профессионального, конфессионального и других признаков. Генерализирующие номинативные средства обозначают обобщенных, типичных представителей класса, не конкретизируя их. Референтом номинативных

* Для именованя людей в рассматриваемых текстах используются различные номинативные средства: существительные с соответствующей семантикой (*Menschen, Iraner, Anwohner*), личные местоимения (*seine Partei und er*), вопросительные местоимения (*Wer braucht noch die SPD?*), неопределенно-личное местоимение *man* (*die Nasenoperation hat man ihm nachgesehen*), неопределенные местоимения (*wo jeder meint*), относительные местоимения (*Menschen, die ihr Recht auf freie und faire Wahlen haben*), указательные местоимения (*muss dieser fest von einer Strafe ausgehen; und das ist der, der ihn in sein Amt ruft, der Papst selbst*), конструкция типа *eine(r) der Sub_{Gen}* (*einer der Hauptschuldigen*) и т. д. Ограничение группой существительных с соответствующей семантикой обусловлено стремлением детально рассмотреть данную группу номинативных средств, а также принципиальным отличием существительных от других перечисленных выше средств именованя людей, состоящим в том, что существительные называют людей, в то время как местоимения лишь указывают на названного в пред- или посттексте референта.

При отборе существительных учитывалось актуализируемое в данном контексте значение лексемы, поэтому из рас-

средств, реализующих стратегию индивидуализации, является конкретный человек или группа людей, которая однозначно отграничивается от других схожих с ней групп с помощью конкретизирующих языковых средств и/или контекста.

Номинативная стратегия генерализации реализуется следующими языковыми единицами:

1) существительными во множественном числе (*alle Kassenfunktionäre*);

2) существительными в единственном числе, которое выполняет генерализирующую функцию (*keine Mutter will ein behindertes Kind zur Welt bringen*);

3) собирательными существительными (*Bevölkerung*);

4) метонимическими обозначениями людей. Особенно продуктивны при этом две модели: (а) перенос названия с социальной, политической или экономической организации на ее сотрудников (*Die Schule muss ganz deutlich machen: Wir wollen an unserer Schule kein Mobbing!*), (б) перенос названия с географической местности на ее жителей (*andere Weltregionen beneiden uns*).

Номинативная стратегия индивидуализации реализуется следующими языковыми единицами:

1) существительными в единственном числе, обозначающими конкретных людей (*meine Mutter*);

2) существительными во множественном числе, обозначающими конкретных людей (*diese beiden Winkeladvokaten*);

3) собирательными существительными, обозначающими конкретную группу людей (*meine Familie*);

4) антропонимами (*Steinbrück*);

5) нарицательными существительными + антропонимами (*Kanzlerin Angela Merkel*).

рассматриваемой группы исключены существительные, которые обычно используются для именованя людей, но в рассматриваемых контекстах являются метонимически переосмысленными обозначениями продуктов деятельности данных людей (например: *der Friseur, der im Hintergrund MJ (Michael Jackson. – A. C.) als Killerloop spielt*), или входят в состав фразеологических сочетаний, в которых ввиду переосмысления фразеологических компонентов они уже не служат для номинации людей (например: *Ross und Reiter nennen; Ei des Kolumbus*). Однако подобные случаи в рассматриваемом материале крайне редки.

Кроме того, в анализируемый материал не включены обозначения людей, используемые в таких макрокомпонентах письма, как «приветствие» и «прощание», поскольку продуцент письма, очевидно, не осуществляет выбор обозначений людей при составлении данных компонентов текста, а использует выработанные в соответствующей лингвокультуре клишированные выражения с уже включенными в их состав номинациями людей.

Определить тип номинативной стратегии по одному лишь существительному иногда довольно проблематично, поэтому, чтобы установить, на реализацию какой стратегии направлено то или иное номинативное средство, необходимо учитывать контекст и грамматическую/лексическую семантику сопровождающих слов. Так, индивидуализации служат притяжательные местоимения (*mein Kind*), указательные местоимения (*dieser Minister*), личные местоимения или кореферентные имена собственные в предели посттексте (*Ich bin Studentin; Steinbrück ist einer der Hauptschuldigen <...> Der Finanzminister...*), актуализация сведений, связанных с определенной известной личностью (*Und wir erinnern uns an den Spruch eines Politikers: «Fünf Prozent Inflation sind besser als fünf Prozent Arbeitslosigkeit»*). Генерализации служат предшествующие существительному лексические средства с семантикой «все», «многие» (*alle, viele, meisten, Heerscharen, Menge* и т.п.).

В таблице представлены процентные доли отдельных классов номинативных средств, используемых для обозначения людей в рассматриваемом эмпирическом материале.

На втором этапе исследования на основании данных таблицы и контекстуального анализа выявлен ряд различий, касающихся выбора обозначений людей в изучаемых вариантах читательских писем.

1. В рассматриваемых вариантах типа текста «письмо читателя» отмечается различное соотношение генерализирующих и индивидуализирующих номинативных средств, обозначающих людей. Так, в компрессированных письмах-реакциях генерализирующие обозначения людей (67 % от всех обозначений людей в данном варианте читательских писем) встречаются в два раза чаще, чем индивидуализирующие обозначения (33 %). В полных же письмах-реакциях также преобладают генерализирующие обозначения людей (57 %), однако вместе с тем отмечается сравнительно более широкое использование индивидуализирующих обозначений людей (43 %).

Причины различного соотношения индивидуализирующих и генерализирующих обозначений людей в рассматриваемых вариантах читательских писем заключаются, очевидно, в различном предельно допустимом объеме публикуемых писем, устанавливаемом редакцией. Так, более частое использование индивидуализирующих обозначений людей в полных письмах-реакциях обусловлено тем, что авторы данных текстов включают в свои письма описания примеров из личного опыта или из опыта своих друзей или коллег. Для подобных описаний конкретных ситуаций необходимы номинативные средства, обозначающие конкретных людей, т.е. индивидуализирующие обозначения людей:

Т а б л и ц а

Номинативные средства для обозначения людей в письмах читателей, %

Номинативные средства для обозначения людей	Компрессированное письмо-реакция		Полное письмо-реакция
	«Spiegel»	«Focus»	«WDK»
Генерализирующие номинативные средства			
Существительные во множественном числе	36,81	37,43	40,98
Существительные в единственном числе, которые выполняют генерализирующую функцию	9,14	9,63	10,66
Собирательные существительные	10,18	6,95	3
Метонимические обозначения	9,66	13,37	2,73
<i>Всего генерализирующих обозначений</i>	65,79	67,38	57,37
Индивидуализирующие номинативные средства			
Существительные в единственном числе, обозначающие конкретного человека	11,23	16,58	16,66
Существительные во множественном числе, обозначающие конкретных людей	3,66	4	6,03
Собирательные существительные, обозначающие конкретную группу людей	1,83	0,53	7,1
Антропонимы	12,53	4,28	4,64
Нарицательное существительное в единственном числе + антропоним	4,96	7,2	8,2
<i>Всего индивидуализирующих обозначений</i>	34,21	32,59	42,63

<...> *In dieser Schilderung handelt es sich um unseren Sohn Peter (Name geändert). Gerne möchte ich erzählen, wie es mit Peter nach dem Kindergarten weitergegangen ist.*

Wir hatten also zunächst vorgehabt, unseren Sohn Peter frühzeitig, das heißt mit 5 1/2 Jahren, einzuschulen. Wir haben aber von diesem Vorhaben Abstand genommen, als wir gesehen haben, dass er im Kindergarten sehr gut betreut wird, dass die Erzieherinnen auf ihn und seine Bedürfnisse eingehen. Und warum sollten wir eine positive Situation frühzeitig unterbrechen? Peter hat sich bis zum letzten Tag im Kindergarten wohl gefühlt <...> («WDK» 01/2011).

Поскольку компрессированные письма-реакции, в отличие от полных писем-реакций, публикуются в достаточно большом количестве (12–30 писем в одном номере журнала), то к ним редакцией изначально предъявляются довольно жесткие требования, существенно ограничивающие их объем. Поэтому авторы данных писем лишены возможности приводить подробные примеры из своего жизненного опыта. Небольшого объема компрессированного письма-реакции хватает лишь на высказывание в предельно обобщенной форме оценки или мнения читателя по какому-либо вопросу, а для подобного рода обобщенных высказываний больше подходят генерализирующие обозначения людей, которые и доминируют в данном варианте читательских писем:

Bereits seit fast zehn Jahren beweist die betriebswirtschaftlich kalkulierte Gebührenordnung für Kassenärzte (EBM 2000) eine Unterdeckung der Kassenarzthonorare von aktuell 30 Prozent. Und trotzdem schwafeln die meisten Politiker, alle Kassensfunktionäre und viele Journalisten von den angeblich unberechtigten Forderungen der Ärzteschaft. Wer von denen würde freiwillig auf 30 Prozent ihnen zustehender Einkünfte verzichten? («Focus» 23/2009).

2. С помощью контекстуального анализа установлено, что в изучаемых вариантах типа текста не совпадает не только количественное соотношение номинативных средств, реализующих ту или иную номинативную стратегию, но и их функциональный потенциал. Так, в полных письмах-реакциях весьма частотно использование индивидуализирующих обозначений для ссылки на автора исходной статьи (*wir haben ... verärgert auf den Artikel von Frau Susanne Gaschke ... reagiert*) (21,8 % от всех индивидуализирующих обозначений людей в данном варианте читательских писем), а в компрессированных письмах-реакциях данная функция индивидуализирующих обозначений практически не реализуется, поскольку компрессированное письмо, изобилующее подобными деталями, рискует остаться неопубликованным ввиду жестких требований редакции к объему данных текстов. Таким образом, более широкий набор

функций, реализуемый индивидуализирующими номинативными средствами в полных письмах-реакциях, приводит к более широкому использованию индивидуализирующих обозначений в данном варианте читательских писем.

3. Определенный интерес представляет также гендерный аспект при выборе генерализирующих обозначений людей*. В ходе анализа установлено, что абсолютное большинство генерализирующих обозначений людей в компрессированных письмах-реакциях представлено существительными мужского рода (73,2 %), а на долю существительных женского рода приходится лишь 3,5 % от общего числа рассматриваемых обозначений. Остальные 23,3 % данных обозначений составляют существительные среднего рода, называющие людей (*das Kind*), а также гендерно нейтральные обозначения людей – существительные, употребляемые только в форме множественного числа (*die Eltern*), и субстантивированные прилагательные и причастия во множественном числе (*die Verantwortlichen; die Gefangenen*). Выявленное доминирование существительных мужского рода среди генерализирующих обозначений людей объясняется, очевидно, тем, что компрессированные письма читателей публикуются, как правило, в крупнотиражных новостных изданиях (например, «Spiegel» и «Focus»). Данные издания освещают политические, экономические, социальные и другие проблемы, важные для всего немецкого общества. Общая тематика издания, естественно, отражается и в публикуемых в этих изданиях письмах читателей, в которых они высказываются по общественным вопросам, значимым для всего немецкого социума. Для обозначения же людей при описании подобных более или менее абстрактных размышлений об общественных процессах наилучшим образом подходит генерализирующий мужской род**. Тот факт, что доминирование существительных мужского рода при обозна-

* Поскольку выбор рода существительного при использовании индивидуализирующих обозначений жестко предопределен конкретным референтом, то при рассмотрении гендерного аспекта номинаций людей целесообразно сконцентрироваться на генерализирующих обозначениях, предварительно исключив из рассмотрения собирательные существительные и метонимические обозначения, так как в последних взаимосвязь между гендерной принадлежностью и грамматическим родом не столь очевидна.

** Генерализирующая функция маскулинных номинаций объясняется тем, что существительные мужского рода, обозначающие людей, в немецком языке выступают в качестве архилексем, т.е. таких лексем, которые называют один из членов бинарной оппозиции, но в определенных контекстах могут использоваться для обозначения обоих членов данной оппозиции (ср. Tag = «Tag und Nacht»); обозначения людей, выраженные существительным женского рода, в немецком языке подобной способностью не обладают [7, S. 163].

чении типичного представителя определенного класса противоречит наблюдаемой в немецкой прессе тенденции к уравниванию в правах мужчины и женщины, объясняется, очевидно, во-первых, тем, что данные тексты составляются не профессиональными журналистами, а, во-вторых, тем, что требование к максимально компактному стилю изложения в данном варианте писем заставляет отказаться от дополнительного политкорректного обозначения женского рода.

Полные письма-реакции публикуются в тематически ориентированных изданиях с относительно небольшим тиражом, которые могут предназначаться представителям определенного пола или профессии, за которой закрепились гендерные стереотипы. Примером тому является рассматриваемое в данном исследовании издание, посвященное профессиональной деятельности воспитательниц («WDK»). Поскольку в этой сфере заняты, как правило, представительницы женского пола и именно им предназначается данный журнал, то и среди генерализирующих обозначений людей, встречающихся в опубликованных в издании письмах, велика доля существительных женского рода (22,8 %), которая сопоставима с частотой употребления существительных мужского рода (25,9 %) при обозначении типичных представителей некоторого класса в этом варианте читательских писем.

Таким образом, очевидно, что способ обозначения людей в двух вариантах типа текста «письмо читателя» различается как в количественном, так и в качественном отношении. Решающим фактором, обуславливающим эти различия, является установленный редакцией допустимый объем публикуемых писем. Так, малый объем компрессированных писем, позволяющий отразить в публикуемой части письма лишь своего рода обобщенные выводы из размышлений, оставшихся за рамками публикуемой части письма, приводит в итоге к доминированию в данном варианте читательских писем генерализирующих обозначений людей. Сравнительно большой объем полных писем-реакций позволяет читателям включать в текст письма детальные описания конкретных примеров, приводить ссылки на авторов исходных статей, что, в свою очередь, обуславливает более широкое ис-

пользование индивидуализирующих номинативных средств. Полученные результаты анализа позволяют сделать вывод о стилистическом и функциональном своеобразии рассматриваемых вариантов читательских писем: так, для компрессированных писем-реакций характерен абстрактный стиль изложения, обусловленный обилием генерализирующих обозначений людей и оптимально подходящий для выражения широких обобщений и оценок событий из жизни германского или зарубежного общества; для полных же писем-реакций характерен более конкретный стиль изложения, обусловленный сравнительно более частым использованием индивидуализирующих обозначений людей и сближающий данные тексты с описанием историй из жизни читателей, что оптимально согласуется с функцией таких писем, предназначенных для обмена опытом между читателями специализированных журналов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Burger H.* Sprache der Massenmedien / H. Burger. – Berlin : de Gruyter, 1990. – 388 S.
2. *Androutsopoulos J.* Medienlinguistik / J. Androutsopoulos // Beitrag für den Deutschen Fachjournalisten-Verband e. V. – Режим доступа: <http://www.dfjv.de> [18.07.11].
3. *Fix U.* Zitier-, Reproduzier- und Mustertextsorten / U. Fix // Oberfläche und Performanz : Untersuchungen zur Sprache als dynamischer Gestalt. – Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 2009. – S. 353–368.
4. *Гришаева Л. И.* Языковые средства конструирования имиджа субъекта в политической коммуникации / Л. И. Гришаева, Е. Н. Катанова, О. В. Кашкина, М. А. Бойко. – Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2009. – 319 с.
5. *Гришаева Л. И.* Введение в теорию межкультурной коммуникации / Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова. – 2-е изд., доп. – Воронеж : ВГУ, 2004. – 423 с.
6. *Архипов С. Ю.* Проблема текстотипологического описания типа текста «письмо читателя» / С. Ю. Архипов // Теорет. и приклад. аспекты описания языка и межкульт. коммуникации. – Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2010. – Вып. 4. – С. 146–152.
7. *Hentschel E.* Handbuch der deutschen Grammatik / E. Hentschel, H. Weydt. – Berlin : de Gruyter, 1990. – 451 S.

Воронежский государственный университет

Архипов С. Ю., аспирант кафедры немецкой филологии

E-mail: arhipov999@mail.ru

Тел.: 8-920-425-56-74

Voronezh State University

Arhipov S. Y., Post-graduate Student of the Department of German Philology

E-mail: arhipov999@mail.ru

Tel.: 8-920-425-56-74