

На правах рукописи

Буруруева Наталья Сергеевна

**ЯЗЫКОВАЯ ОЦЕНКА КАК СРЕДСТВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ
ПЕЧАТНЫМИ СМИ И ЧИТАТЕЛЯМИ
(на материале американской качественной прессы)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Ярославль – 2013

Работа выполнена на кафедре английского языка ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского»

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент,
Есенина Ольга Александровна

Официальные оппоненты: **Чиршева Галина Николаевна,**
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВПО «Череповецкий государственный университет», заведующая кафедрой германской филологии и
межкультурной коммуникации

Колтышева Елена Юрьевна,
кандидат филологических наук,
ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова», доцент кафедры иностранных языков

Ведущая организация:

ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Защита диссертации состоится 1 марта 2013 г. в 11 час. на заседании совета Д 212.307.05 по защите докторских и кандидатских диссертаций на базе ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского» по адресу: 150000, г. Ярославль, Которосльская наб., д. 46-в, ауд. 506.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского» (г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 108).

Автореферат разослан ____ января 2013 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук

В.А. Тихомирова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Настоящее диссертационное исследование посвящено изучению видов и языковых средств оценки в текстах аналитических статей и писем редактору как основного средства взаимодействия языковых личностей журналиста и читателя.

Внимание и неослабевающий интерес к категории оценки связан с целым рядом факторов: многоаспектностью данного явления и наличием большого количества спорных моментов, обусловленных ее антропоцентричностью. Т. В. Маркелова отмечает, что «... ни одно понятие не находит в языке такого разнообразия классификаций, таких разнохарактерных подходов к анализу, такого множества трактовок и такой блистательной плеяды исследователей в истории лингвистических учений от античности до современности, как оценка» [Маркелова, 1995].

Однако любые аспекты изучения оценки в лингвистике не могут решаться изолированно от проблемы взаимодействия коммуникантов, их особенностей как языковых личностей. Обозначенные вопросы не потеряли своей значимости и в рамках публицистического текста, на который в значительной степени повлияли перемены в политической, экономической и социальной жизни современного общества. Информационные технологии повысили обратную связь и влияние читателей на редакции изданий качественной прессы, что позволило характеризовать их отношения как взаимодействие (Е.Л. Прохоров). Более того, изменившиеся роли основных участников массовой коммуникации обусловили перемены в их когнитивно – речевом взаимодействии, при котором воздействующая функция СМИ в качественной прессе приняла форму аргументативного и эмоционального убеждения (Т.В. Чернышева) посредством языковых средств оценки.

Следовательно, **актуальность** работы определяется необходимостью дальнейшего изучения прагматической направленности языка массовой коммуникации, в частности, качественной американской прессы и репрезентации в текстах СМИ языковых личностей журналиста и читателя в свете произошедших изменений. Также представляется значимым выявление основных языковых средств реализации прагматического воздействия при взаимодействии языковых личностей журналиста и читателя, отраженных в текстах аналитических статей и писем редактору на вербально - семантическом, когнитивном и мотивационном уровнях (Н.Ю. Караулов).

Объектом исследования являются тексты аналитических статей и писем читателей редактору из качественной прессы как основной канал и зафиксированный результат когнитивно - речевого взаимодействия между журналистами и читателями. Выбор текстов качественной прессы продиктован особенностями данного вида СМИ, а именно: непосредственной направленностью на интерпретирование информации и взаимодействие с аудиторией.

Предметом исследования являются виды и языковые (лексические, стилистические, синтаксические) средства оценки, содержащиеся в текстах аналитических статей и писем редактору.

В основу диссертационного исследования положена следующая **гипотеза**: на взаимодействие между СМИ и аудиторией будут указывать совпадения на вербально – семантическом, когнитивном и мотивационном уровнях языковых личностей журналиста и читателя, актуализирующихся в текстах аналитических статей и писем редактору посредством одинаковых языковых средств оценки и ее видов.

Цель диссертационной работы заключается в изучении реализации взаимодействия языковых личностей журналиста и читателя, представленного видами и языковыми средст-

вами оценки в текстах аналитических статей и писем редактору из качественной американской прессы.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. описать участников массовой коммуникации (качественные американские печатные СМИ и аудиторию) и обосновать идею об их взаимодействии;
2. изучить жанровые особенности текстов аналитической статьи и письма редактору как канала взаимодействия;
3. рассмотреть различные подходы к определению и классификации лингвистических категорий оценки и оценочности;
4. охарактеризовать языковые (лексические, стилистические, синтаксические) средства оценки и способы их воздействия на адресата;
5. провести комплексное исследование репрезентации и количественной соотносительности видов и языковых средств оценки в аналитических статьях и письмах редактору на них;
6. рассмотреть текст письма редактору в свете диктемной теории строя текста и определить положение некоторых языковых средств оценки в нем.

Материалом исследования послужили тексты 200 аналитических статей и 800 писем редактору, опубликованные в качественных американских еженедельниках “Newsweek” и “Time” за 2009 - 2012 гг., отобранные по количественному показателю: анализу подвергались статьи, на которые было получено четыре и более писем редактору. Обращение к текстам двух влиятельных международных качественных еженедельников обеспечивает большую объективность результатов исследования.

Теоретическую базу диссертации составили работы, посвященные изучению:

- социальных аспектов массовой коммуникации (И. М. Дзялошинский, М.Р. Желтухина, Е.Л. Прохоров, Л.Н. Федотова, И.Д. Фомичева, Х. Лассуэл, Н. Луман, М. Маклюэн и др.);
- жанровых особенностей аналитических статей и писем редактору (А.И. Акопов, С. Аргашикова, А.И. Верховская, С.М. Гуревич, Т.Г. Добросклонская, В.Л. Иваницкий, В. Кожбахтеев, В.Ф.Олешко, Е.И. Пронин, С.И. Сметанина, А.А. Тертычный, Т.В. Чернышова);
- оценки, особенностей оценки в публицистике, языковым средствам выражения оценки, оценочности (И.В. Арнольд, Н.Д. Арутюнова, Е.М. Вольф, В.Г. Гак, И.Р. Гальперин, Л.Р. Дускаева, А.А. Ивин, Н.В. Ильина, Н.И. Клушина, Т.В. Маркелова, В.Л. Наер, Г.Я. Солганик, В.Н. Телия, А. Айер, Ч. Грайс, Дж. Лакофф и М. Джонсон, П. Х. Ноуэлл–Смит, Х. Фе, Дж. Серль, Ч. Стивенсон, Р. Хэр, С. Ульман и др.).

Теоретическая значимость диссертации заключается в том, что исследование прагматического потенциала языковых средств оценки вносит определенный вклад в антропоориентированное изучение языка, пополняя знания об отражении языковых личностей адресанта и адресата массовой коммуникации в публицистических жанрах аналитической статьи и письма редактору. Получает дальнейшее развитие вопрос взаимодействия между автором публикации и читателем как текстовыми категориями. Кроме этого, получает продолжение диктемная теория строя текста М.Я. Блоха. Таким образом, материалы и результаты работы могут служить базой для новых исследований.

Методологически в работе реализован комплексный подход: тексты аналитических статей и писем редактору подвергаются лингвостилистическому и диктемному анализу, при этом для обработки данных используются методы описательного, сравнительно-сопоставительного анализа, интерпретации, количественной и качественной обработки.

Практическая значимость работы для современного образовательного процесса вытекает из её направленности на осмысление вопросов репрезентации языковых личностей автора и адресата в тексте. Представленные в диссертации материалы, выводы и подходы могут быть использованы в практике сузовского и вузовского преподавания спецкурсов по лексикологии и стилистике английского языка, основ интерпретации публицистического и художественного текста.

Научная новизна исследования заключается в том, что в работе:

- отношения между СМИ и аудиторией характеризуются как взаимодействие участников массовой коммуникации, и подвергается сомнению идея однонаправленного воздействия на аудиторию со стороны качественных СМИ;

- языковые средства оценки в текстах аналитических статей и писем редактору анализируются в комплексе, выявляются соотношение разных видов и языковых средств оценки и их прагматический потенциал как средства рационального убеждения;

- текст письма редактору впервые рассматривается в свете диктемной теории строя текста и определяется как фактуально-оценочная диктема, устанавливается место некоторых языковых средств оценки в диктеме письма редактору.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Отношения между американскими качественными печатными изданиями и их аудиторией следует рассматривать как взаимодействие автономных участников массовой коммуникации, в основе которого лежит обмен информацией, мнениями и оценками явлений действительности. При этом под взаимодействием мы понимаем систему взаимообусловленных действий, связанных циклической зависимостью, при которой действие одного субъекта является одновременно причиной и следствием ответных действий других субъектов.

2. В качестве канала взаимодействия между журналистом и читателем выступает текст аналитической статьи, в первом случае, и письма редактору - во втором, к жанровой целеустановке которых относится реализация прагматической функции убеждения посредством объективной аргументированной интерпретации и оценки событий из разных сфер человеческой деятельности.

3. Оценка лежит в основе ценностной картины мира, мышления, деятельности и коммуникации общества и его отдельных представителей. Поэтому вслед за А.Н. Шраммом мы определяем оценку как выраженное в словесной форме отношение человека к окружающим его предметам и явлениям, как результат его взаимодействия с окружающим миром [Шрам, 1979, С. 39]. Экстралингвистическое явление «оценка» переходит в языковую категорию «оценочность», которую мы рассматриваем как свойство языковых единиц выражать ценностное отношение субъекта речи как языковой и социальной личности к объекту в широком смысле по какому-либо основанию и в соответствии со «стандартом» бытия вещей или положением дел в его картине мира.

4. В языковых единицах оценочность актуализируется по-разному. В лексических единицах она присутствует в семантической структуре слова (денотате) или на ее периферии (сигнификате) или окказионально вносится в эту семантическую структуру контекстом. В стилистических средствах оценочность реализуется через образ, обусловленный созданием ассоциаций и связанный с воплощением переживаний. В синтаксических средствах оценочность входит на правах компонента в семантическую структуру предложения и актуализируется в простейших предикативных конструкциях, включающих основные элементы структуры языковой оценки, или лексических единицах.

5. Реализация взаимодействия журналиста и читателя осуществляется на всех уровнях их языковых личностей. На вербально – семантическом уровне оно выражается в примерно одинаковом количественном соотношении показателей большинства языковых средств оценки в статьях и письмах редактору и способах их выражения. На когнитивном уровне взаимодействие представлено пересечением тематических областей в метафорах, сравнениях, аллюзиях и превалированием утилитарного, эмоционального, этического и нормативного частнооценочных значений как в статьях, так и в письмах редактору. На мотивационном уровне направленность на взаимодействие подтверждается доминантой рациональной эксплицитной оценки как основы логического аргументированного убеждения образованного адресата текста.

6. Тексты писем редактору по характеру когнитивно-прагматической установки автора представляют собой фактуально – оценочные диктемы, в которых оценочность реализуется посредством интеллективной, эмотивной, импрессивной и структурной информации диктемных рубрик. Положение языковых средств оценки в фактуально-оценочной диктеме письма редактору зависит от их функции и объема текста.

Апробация результатов исследования проводилась в форме выступлений на научных семинарах кафедры английского языка ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского». Основные положения работы излагались в виде докладов и тезисов на XV научно – практической конференции «Непрерывное педагогическое образование» в условиях реализации новых образовательных моделей (Ярославль, 2008), на XVI научно – практической конференции «Традиции и инновации в системе профессионального образования» (Рыбинск, 2009), на международных научных конференциях «Чтения Ушинского» (ЯГПУ, Ярославль, 2009, 2010, 2011), на международной научно-практической конференции «Современная филология: теория и практика» (Москва, 2011), на международной научно-практической конференции «Филология и лингвистика: современные тренды и перспективы исследования» (Краснодар, 2012), на международной научной практической конференции «Филология, искусствоведение и культурология: современные проблемы и тенденции развития» (Новосибирск, 2012). По теме исследования опубликовано 11 научных работ (в том числе 3 статьи из списка изданий, рекомендованных ВАК РФ).

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, приложений.

В **первой** главе «Взаимодействие между СМИ и аудиторией» дается подробная характеристика взаимодействия между СМИ и аудиторий, уточняются особенности данного процесса в американской качественной прессе, раскрываются специфические черты текстов аналитической статьи и письма редактору как канала взаимодействия.

Во **второй** главе «Языковая оценка, ее виды и средства выражения» рассматриваются основные направления изучения категории оценки, различные подходы к ее классификации, особенности реализации оценки в лексических, стилистических, синтаксических языковых средствах. Выявляются специфические черты развертывания оценок в публицистическом тексте.

В **третьей** главе обосновывается методика и проводится анализ результатов репрезентации языковых личностей журналиста и читателя в текстах аналитических статей и писем редактору, представленных языковыми средствами оценки.

В **заключении** приводятся выводы и обобщения теоретических и практических положений исследования, намечаются перспективы дальнейшей работы.

Библиографический список содержит 147 наименований работ отечественных и зарубежных авторов, использованных при подготовке настоящего исследования.

В **приложении** представлены количественные данные о соотношении различных языковых средств оценки в статьях и письмах редактору.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, определяются его гипотеза, цель, задачи, методы, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость, формулируются основные положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Взаимодействие между СМИ и аудиторией» посвящена характеристике массовой коммуникации как сложного многоуровневого процесса взаимодействия; описанию ее участников: СМИ и аудитории, на примере качественной американской прессы и ее читателей; установлению особенностей публицистического текста как канала взаимодействия.

Взаимодействие признано основным способом существования человеческого общества, определяющего его структуру, а также поведение и сознание его представителей. Взаимодействие предполагает обоюдную зависимость и обусловленность, на этом базируется идея о суверенитете взаимодействующих сторон.

Массовую коммуникацию принято рассматривать как вид социального взаимодействия, в основе которого лежит обмен информацией (Luhmann 1985, Laswell 1960). Систематически распространяя сообщения, СМИ несомненно оказывают воздействие на общество и его отдельные группы, но в тоже время находятся в непосредственной зависимости от него (У. Липпман, Г. Блумер). Массовую коммуникацию отличает комплексный, многоплановый характер, что обусловлено особенностями ее основных участников: СМИ и аудитории.

Деятельность каждого вида СМИ определена его специфическими чертами. Так американская качественная пресса отличается следующими особенностями. Она следует принципам нравственной журналистики, является инструментом информирования и анализа, поскольку поднимает общественно значимые проблемы и поддерживает массовые коммуникации (Грабельников 2001, Реснянская 2000). К качественным американским периодическим изданиям аналитического характера Э.Г. Меграбова, Т.Г. Добросклонская относят и рассматриваемые в данном исследовании журналы «Time» и «Newsweek», поскольку они предлагают объективный анализ мировых событий из разных сфер человеческой деятельности и ориентированы на диалог с образованным, осведомленным читателем.

Вторым субъектом массовой коммуникации является аудитория – гетерогенная, активная, самостоятельно формирующая свое отношение со СМИ «часть» журналистики как функционирующей системы, различающаяся по социально-демографическим показателям, состоянию массового сознания, информационному поведению (Фомичева 2007). Такая многоплановость участников коммуникации определяет многоуровневость их взаимодействия, в котором можно выделить экономический, социальный и личностный уровни.

Взаимодействие между СМИ и аудиторией как между производителем и потребителем информационной продукции заключается в получении прибыли от своей деятельности одной стороной и в удовлетворении информационных потребностей для комфортного сущест-

вованья в обществе другой (Leach 1976, Горбаневский 2002). На социальном уровне взаимодействие между СМИ и аудиторией как между общественным институтом и целевой группой направлено на удовлетворение социальных запросов и ожиданий, а также поддержание связей внутри групп и между ними в обществе (Мечковская 1996). В рамках текста журналист и читатель взаимодействуют как языковые личности, а успешность этого процесса обусловлена совпадением системы стереотипов массового сознания, фрагментов тезаурусов, системы узуально-стилевых средств (Караулов 1987).

Непосредственное взаимодействие между журналистом и читателем проявляется в комплексе «аналитическая статья – письма читателей редактору». Аналитическая статья как жанр публицистики посвящена актуальной социально значимой теме и содержит полное, всестороннее и глубокое освещение действительности с целью инициирования читательского размышления и действий, связанных с предметом отображения в публикации (Тертычный 2000). Учитывая установку на диалог с читателем, основным средством воздействия в качественной аналитической статье является убеждение, основанное на логической аргументации и эмоциональной оценке.

Обратная связь редакции СМИ с аудиторией осуществляется посредством писем читателей. Особый интерес представляют письма редактору как средство интеллектуального и эмоционального информационно-воздействующего общения читателей с журналистами (Аргашокова 2010).

Вслед за Л.Р. Дускаевой и Т.В. Чернышовой тексты аналитических статей и писем редактору рассматриваются как процесс и результат когнитивно-речевого взаимодействия автора и адресата, как совокупность лингвокогнитивных структур, отражающих фрагменты языкового сознания представителей определенной социально-ментальной группы.

Основные параметры массовой коммуникации, типы ее участников, их цели и особенности взаимодействия с неизбежностью отражаются и в особенностях использования языка. В связи с особым выделением воздействующей функции как в аналитической статье, так и в письмах редактору большое внимание уделяется языковым средствам оценки, с помощью которых она реализуется.

Во второй главе «Языковая оценка, ее виды и средства выражения» характеризуются лингвистические категории оценки и оценочности, рассматриваются виды оценки и языковые способы ее выражения, выявляются особенности развертывания оценок в публицистическом тексте.

Оценка принадлежит к числу языковых категорий, внимание к которым не ослабевает с течением времени. Интерес лингвистов к проблеме оценки нашёл отражение в многочисленных исследованиях Э.С. Азнауровой, И.В. Арнольд, Н.Д. Арутюновой, В.М. Богуславского, Л.М. Васильева, Е.М. Вольф, В.Г. Гака, Н.А. Лукьяновой, Т.В. Маркеловой, М.С. Ретунской, В.Н. Телия, В.И. Шаховского и др.

В настоящее время оценка как предмет изучения приобретает особое значение в русле антропоцентрической научной парадигмы, так как непосредственно соотносится с мировоззрением, мыслительными процессами человека и пронизывает все сферы его деятельности. Актуальность изучения оценки в публицистическом тексте объясняется способностью данной категории задавать и регулировать то или иное прагматическое (направленное на воздействие и на ожидаемую ответную реакцию) поведение как получателя, так и отправителя сообщения.

В лингвистике нет единого мнения по определению данного понятия, поэтому в рамках нашего исследования мы придерживаемся трактовки оценки, сформулированной А.Н. Шраммом, как «выраженного в словесной форме отношения человека к окружающим его предметам и явлениям как результат его взаимодействия с миром» (Шрам 1979).

Многоплановость оценки дает основания для различных подходов к ее классификации, а именно, по аксиологической интерпретации (положительная, отрицательная); по способу отражения оцениваемого объекта (эмоциональная, рациональная); по соотношению объективного и субъективного факторов (общая, частная); по способу оценивания (абсолютная, компаративная); по влиянию контекста (ингерентная, адгерентная); по способу выражения оценки (эксплицитная, имплицитная) (Арутюнова 1988, Баженова 2003, Вольф 1985).

В языковых единицах оценка актуализируется в оценочности, понимаемой как свойство языковых единиц выражать ценностное отношение субъекта речи к объекту в широком смысле по какому-либо основанию и в соответствии со «стандартом» бытия вещей или положением дел в его картине мира (Клушина 2000, Телия 1986). Оценочность может быть присуща слову, оценочному высказыванию и тексту в целом.

В рамках слова оценочность реализуется лексическими и стилистическими средствами. Оценочность входит в денотативное, сигнификативное или коннотативное содержание слова и характеризует реальный признак предмета с точки зрения данного социального коллектива (Сергеева 2004, Ретунская 1998). В стилистических средствах оценочность представлена имплицитно, а прагматическое воздействие осуществляется посредством образности (Телия 1986, Ullman 1959).

Свою наиболее завершенную форму оценочное значение получает в оценочном суждении, в котором оценка входит на правах компонента в семантическую структуру предложения и актуализируется в простейших предикативных конструкциях (Ильина 1984). К языковым единицам, выражающим оценку на синтаксическом уровне, относятся предложения с оценочными конструкциями и риторические вопросы.

Различные виды оценки присутствуют в любых видах текстов, и только в публицистике оценка предмета речи возводится в принцип создания текста, а социальная оценочность признается одной из главных стилевых черт (Клушина 2000, Солганик 1981). Чрезвычайно экспрессивное, многократно проакцентированное выражение оценки в публицистике объясняется, по мнению Л. Р. Дускаевой, тем, что в стилистике авторской смысловой позиции отражается гипотетическая оценочная позиция адресата.

Реализацию прагматической функции языковыми средствами оценки целесообразно изучать в рамках диктемы, определяемой как предельная тематическая единица текста, являющаяся звеном между предложением и текстом (Блох, 2000), на уровне которой можно наблюдать и анализировать совокупность воздействующих средств нижележащих уровней.

Оценочность как текстообразующая категория определяет структуру диктемы и способ развертывания оценки в тексте, поскольку параметры членения текста отражают прагматические цели автора (Чуракова 2004). Так на основе двух типов речевых действий в рамках диктемы письма редактору выделяют оценку-стимул и оценку-заключение, а в структуре текста статьи различают индуктивный и дедуктивный способы развертывания оценки (Гилева 2005, Коньков 1995).

Третья глава «Реализация взаимодействия между журналистом и читателем через языковые средства оценки» посвящена описанию практического исследования различных видов и языковых средств оценки, содержащихся в аналитических статьях и письмах редак-

тору из качественных американских еженедельников «Newsweek» и «Time» за 2009 - 2012 годы.

Все языковые средства по способу выражения оценки были разделены на три группы: **лексические** (лексические единицы с денотативным, сигнификативным и коннотативным оценочными значениями), **стилистические** (метафора, эпитет, сравнение, эвфемистическая замена, ирония, аллюзия) и **синтаксические** (предложения с оценочными конструкциями, риторический вопрос). Реализация взаимодействия между журналистом и читателем с помощью каждого языкового средства оценки рассматривалась отдельно для конкретизации результатов исследования.

В первой группе общее количество **лексических оценочных средств**, представленных в аналитических статьях и в письмах редактору примерно одинаково: 33% (570 примеров) и 31% (326 примеров) соответственно. Существенных различий в численном соотношении показателей трех подгрупп лексических единиц (далее ЛЕ) выявлено не было.

Таб. № 1. Лексические средства оценки в статьях и письмах редактору.

	Newsweek статьи		Time статьи		Всего статьи		Newsweek письма		Time письма		Всего письма	
	кол	%	кол	%	кол	%	кол	%	кол	%	кол	%
ЛЕ с денотативным оценочным значением	63	19%	50	21%	113	20%	30	17%	32	21%	62	19%
ЛЕ с сигнификативным оценочным значением	216	65%	150	63%	366	64%	121	70%	101	66%	222	68%
ЛЕ с коннотативным оценочным значением	54	6%	37	16%	91	16%	23	13%	19	13%	42	13%
Итого:	333	100%	237	100%	570	100%	174	100%	152	100%	326	100%

На первом месте по частоте употребления как в статьях, так и в письмах редактору идут **ЛЕ с сигнификативным оценочным значением**, выраженные качественными прилагательными: *incoherent performance* (Time, Nov 15, 2010), *cynical secrecy* (Time, June 7, 2010) и существительными: *discrimination against ethnic groups* (Newsweek, March 5, 2012), *notorious tyrant* (Time, Nov 21, 2011). Эти части речи выражают узкую специализацию основания оценки, что свидетельствует об установлении значимости тех или иных объектов оценки в соответствии с ценностями и представлениями общества.

Среди частнооценочных значений преобладают

утилитарная (*the long-sluggish economy* (Time, March 7, 2011), *more beneficial effect* (Newsweek, Nov 23, 2009)),

эмоциональная (*harrowing details* (Time, March 15, 2010), *indelible image of Depression* (Newsweek, March 30, 2009)),

этическая (*a staunch Conservative* (Time, March 21, 2011), *inflammatory anti-immigration rhetoric* (Newsweek, May 28, 2012)) виды оценки. Следовательно, оценивая то или иное явление действительности, журналист и читатель должны в первую очередь отобразить его значимость с практической, материальной точки зрения; обменяться эмоциями и оценить его соответствие моральным и нравственным принципам.

Далее по частоте употребления следуют **ЛЕ с денотативным оценочным значением**. Большая их часть относится к качественным прилагательным с общеоценочным значением: (*a bad omen for Obama* (Newsweek, June 18, 2012) *negative views of workplaces* (Newsweek, June 18, 2012)), меньшая – к оценочным глаголам (*to loathe everything about Islam* (Time, Aug 16, 2010), *to denounce the Administration* (Newsweek, Oct 12, 2009)).

ЛЕ с оценочной коннотацией представлены меньшинством. Главным образом это прилагательные, которые принимают знак оценки от существительного, с которым согласуются: *massive deficit* (-) (*Newsweek*, Nov 23, 2009), *massive capital export* (+) (*Newsweek*, May 24, 2010), *massive human costs* (-). Их лексическое значение указывает на степень выраженности признака и варьируется по шкалам:

«большой»/«маленький»: *tremendous advantages* (+) (*Newsweek*, Dec 21, 2009), *the low-dose threat* (+) (*Time*, Apr 12, 2010);

или «сильный»/«слабый»: *weak economy* (-) (*Newsweek*, Oct 26, 2009), *heavy indebted government* (-) (*Newsweek*, July 18, 2011). Воздействующий эффект этой группы лексических единиц достигается не за счет указания на социально значимые признаки объекта оценки, а на степень их выраженности.

Обобщая полученные результаты по группе лексических средств оценки, можно говорить о точности, недвусмысленности оценок в аналитических статьях и письмах редактору, особенно с учетом того, что ЛЕ с денотативным, сигнификативным, коннотативным оценочными значениями выражают оценку эксплицитно. Говоря о видах оценки, можно констатировать преобладание рациональной, отрицательной оценки в данной группе как в аналитических статьях, так и в письмах редактору. Таким образом, отсутствие значительных расхождений в количественных показателях лексических средств оценки и совпадение видов оценки позволяют сделать вывод о взаимодействии и взаимопонимании между журналистами и читателями.

Вторая группа включает **оценочные стилистические средства**: метафору, эпитет, эвфемистические замены, сравнения, иронию и аллюзию. Данная группа языковых средств представлена 35% (612 примеров) в аналитических статьях и 28% (291 пример) в письмах редактору. Каждое стилистическое средство рассматривалось отдельно.

Таб. № 2. Стилистические средства оценки в статьях и письмах редактору.

	Newsweek статьи		Time статьи		Всего статьи		Newsweek письма		Time письма		Всего письма	
	кол	%	кол	%	кол	%	кол	%	кол	%	кол	%
Метафора	122	37%	121	43%	243	40%	92	50%	54	50%	146	50%
Эпитет	54	16%	55	20%	109	18%	36	19,5%	22	20%	58	20%
Сравнение	40	12%	27	10%	67	11%	3	1,5%	6	6%	9	3%
Эвфемистическая замена	94	29%	60	21%	154	25%	35	19%	19	18%	54	19%
Аллюзия	14	4%	5	2%	19	3%	14	8%	3	3%	17	6%
Ирония	7	2%	13	4%	20	3%	4	2%	3	3%	7	2%
Итого:	331	100%	281	100%	612	100%	184	100%	107	100%	291	100%

Анализируя особенности использования **метафоры** в аналитических статьях и письмах редактору, следует отметить преобладание простых языковых метафор, выражающих в большинстве случаев отрицательную оценку: *extremism thrives on anger and hopelessness* (*Newsweek*, Nov 2, 2009), *the federal debt burden* (*Time*, Nov 8, 2010), *at the heart of our unemployment rate* (*Time*, June 27, 2011). В тематической отнесенности речевых метафор из аналитических статей и писем редактору прослеживается ряд совпадений в темах:

войны и разрушения (*the enemy is a clutch of thuggish generals* (*Newsweek*, Nov 22, 2010), *The Humpty-Dumpty of modern democracy has been knocked off its perch* (*Time*, March 7, 2011)),
здоровья и медицины (*the long-term health of the country* (*Time*, April 12, 2010), *infuse fresh and young blood into Indian politics* (*Newsweek*, June 15, 2009)),

продвижения вперед и препятствия (*the mighty bankers crawled out of the wreckage* (Newsweek, June 1, 2009), *puzzling and disenchanting journey of high school* (Time, June 27, 2011)). Таким образом, автор и читатель взаимодействуют в рамках единой картины мира и тезауруса, прибегая к языковым простым метафорам для быстроты и понятности мысли и к речевым развернутым метафорам для выражения индивидуальных, сугубо субъективных оценок, для их конкретизации или повышения убедительности на основе общих стереотипов, представленных в темах метафор.

В следующей подгруппе стилистических оценочных средств – **эпитетах** – метафорические эпитеты (*our still-damaged-from-the-dotcom-bust investment accounts* (Time, Jan 10, 2011), *Norquist is just another half-baked ideologue* (Time, Aug 8, 2011)) преобладают над языковыми (*a bright leader* (Newsweek, May 24, 2010), *the doom-and-gloom scenario* (Newsweek, Apr 6/13, 2009)). Широкое использование метафорических эпитетов объясняется их потенциалом в реализации прагматической функции высказывания, т.е. одновременной активизацией эмоциональной (через образ) и интеллектуальной информации.

Заслуживают внимания необычные случаи употребления препозитивных определительных словосочетаний в кавычках в аналитических статьях: *the “Bash America” political rhetoric* (Newsweek, Aug 3, 2009), *the “Cheap is cool” phenomenon* (Newsweek, June 7, 2010) и в письмах редактору еженедельника «Newsweek»: *Just because the “lamestream media” are caught up in their need for constant drama* (Newsweek, June 6, 2011), *national «me first» strategies* (Newsweek, Jan 25, 2010). В приведенных примерах кавычки можно рассматривать как авторский прием передачи чужих мнений и оценок или как средство выражения авторского несогласия с ними, трактуемого с большой долей иронии. Данный случай является примером взаимодействия журналиста и читателя на вербально - семантическом уровне.

Следующая подгруппа стилистических приемов оценки – **сравнения** - относится к одним из трех самых малочисленных. При этом в аналитических статьях данное средство оценки представлено больше, чем в письмах, но соотношение языковых и речевых сравнений в обеих группах текстов примерно одинаково. В языковых сравнениях представляется возможным выделить две тематические группы, свойственные как статьям, так и письмам:

деятельность человека: *It is like adding fuel to the fire that has already engulfed many lives* (Newsweek, July 27, 2009); *Electing Ron and Rand Paul to Congress is like electing an atheist to be the Pope* (Time, June 21, 2010);

нереальные мифические существа: *Community, political and social activism soar like the mythical phoenix since the levees failed after storm* (Time, Sept 20, 2010); *treat special needs people as monsters* (Newsweek, Apr 30, 2012). Выявленные соответствия означают, что журналист и читатель используют сходные образы для выражения оценки, что в свою очередь, свидетельствует о взаимодействии их языковых личностей на когнитивном и мотивационном уровнях.

Речевые сравнения обычно представлены распространенным словосочетанием или осложнены придаточным предложением:

China’s widening network of naval bases is as a noose that could be used to strangle India (Newsweek, May 24, 2010);

Republicans today are like a summer blockbuster: they mount a monstrous ad campaign for an ill-conceived main attraction (Time, Aug 8, 2011). Такая подробная характеристика ситуации важна для конкретизации основания авторской оценки.

К еще одной подгруппе - **эвфемистическим заменам** – были отнесены стилистически маркированные лексические единицы, используемые для создания нужного автору образа описываемого события и утверждения оценки. Примерами языковых эвфемистических замен могут служить: *emerging giants (Newsweek, Feb 21, 2011)*, *those at the lower end of the economic ladder (Time, Nov 29, 2010)*, *political loudmouths (Time, Jan 16, 2012)*. Яркими примерами речевых эвфемистических замен можно считать следующие высказывания: *Obama has the chops to sell, he may have the last laugh (Newsweek, Nov 15, 2010)* *this dour naysayer (= John Boehner) (Time, Nov 15, 2010)*. Как и в случаях с метафорами, эпитетами, сравнениями, употребление языковых эвфемистических замен обусловлено стремлением языка публицистики в целом к стандарту, а речевых – стремлением автора к оригинальным запоминающимся приемам оценки.

Большую группу составляют эвфемистические замены, выраженные фразеологическими оборотами и основанные на описании подробностей ситуации или действия вместо их наименования: *If Obama compromises he may fall between all stools (Newsweek, Oct 12, 2009)*, *Japanese officials rolled out the red carpet for Chinese vice president Xi Jinping (Time, Jan 10, 2011)*. Такое описание оказывается выразительнее простой номинации, поскольку оно уточняет отдельные аспекты оценки. Так выражение «упасть между стульями» подразумевает не просто ошибиться, а выставить себя на всеобщее осмеяние; «расстелить красную ковровую дорожку» намекает на заискивание.

Рассматривая эвфемистические замены, нельзя оставить без внимания сами **эвфемизмы**, как приемы нейтрализации негативного впечатления. Самое большое их количество как в статьях, так и в письмах редактору связано с мировым экономическим кризисом: *America's disenchantment (Newsweek, July 27, 2009)*, *economic grief (Newsweek, June 22, 2009)*, *our present malaise (Newsweek, July 27, 2009)*, *a tumultuous time (Time, June 27, 2011)*.

К группе эвфемистических замен были также отнесены **дисфемизмы**, призванные создавать негативное значение у нейтральных лексических единиц:

Boehner booted him off the Committee (fired) (Time, Sept 12, 2011), *a similar get-together (the Davos Forum) (Newsweek, Oct 12, 2009)*, *the gaffes (Clinton's deeds) (Time, Jan 10, 2011)*. Снижение стилевого регистра или намеренное упрощение значения какого-либо явления, производит обратный эффект, подчеркивая пренебрежительное отношение со стороны указанных лиц и важность обозначенного события для социальных групп общества в лице авторов текстов.

Приемы **аллюзии и иронии** – были объединены в общую подгруппу по причине их малочисленности. Предположительно, выявленная закономерность связана с их особенностями. Так в случаях с аллюзией это обусловлено большим смысловым наполнением того понятия, на который ссылается автор; а в случаях с иронией – журналистской этикой или политикой издательства, которые стараются избегать открытой и категоричной оценки.

В текстах аналитических статей и писем редактору прослеживаются совпадения по тематической принадлежности **аллюзий**. Это:

ссылки на исторические и мифологические события: *Still Tibet is the new Taiwan (Newsweek, March 12, 2012)*; *Pandora (biotech) lives (Time, Aug 3, 2009)*

и ссылки на литературных героев: *the Florida recount was the drum major in a parade of naked emperors (Newsweek, Dec 6, 2010)*, *It's a platform probably scripted from the Mad Hatter's Tea Party in Alice's Adventures in Wonderland (Time, Nov 29, 2010)*.

Однако интересно отметить и некоторые различия. В аналитических статьях самыми употребляемыми являются ссылки на исторических личностей, при этом журналист акцентирует внимание на их отдельных особенностях, как например, влияние У. Черчилля (*Most presidents can't resist the temptation to become W. Churchill (Time, Feb 14, 2011)*). В письмах редактору к самой распространенной группе принадлежат ссылки на исторические события (*the Palestinians live behind the new Iron Curtain (Time, Dec 6, 2010)*), рассматриваемые по их результату и значению в мировой истории: Железный занавес, ситуации на острове Тайвань.

Случаи употребления стилистического приема **иронии** также немногочисленны. В этой подгруппе целесообразно говорить о различиях. Случаи иронии в статьях затрагивают другие страны и редко косвенно касаются политической ситуации в Америке: *Demonstrations and strikes are to France in the fall as pumpkins are to the U.S. – life would not be the same without them (Time, March 7, 2011)*. В письмах редактору все случаи иронии посвящены ситуации в Америке: *Leave it to a communist China to show us how to run a capitalist economy (Newsweek, March 12, 2012)*.

Обобщая полученные данные, можно сделать следующие выводы. На вербально - семантическом уровне можно констатировать преобладание стилистического приема метафоры в обоих типах текстов, использование препозитивных определительных сочетаний в кавычках в качестве эпитетов и обозначение экономического кризиса посредством эвфемистических замен. На когнитивном уровне прослеживается совпадение тем в метафорах, сравнениях, аллюзиях; отмечается сходство количественных показателей в соотношении языковых и речевых стилистических оценочных средств. Некоторое преобладание стилистических средств оценки в аналитических статьях по сравнению с письмами редактору отражает общую тенденцию качественных американских еженедельников к отказу от прямой и категоричной оценки, обусловленную демократизацией взаимодействия на когнитивном уровне.

Синтаксические средства представляют третью группу языковых средств оценки и составляют 32% (552 примера) в аналитических статьях и 41% (429 примеров) в письмах редактору. Синтаксические средства оценки данной группы значительно отличаются между собой. Предложения с оценочными конструкциями составляют основу убеждения как эксплицитного рационального воздействия. Риторический вопрос является средством имплицитной оценки и экспрессивного эмоционального воздействия.

Таб. № 3. Синтаксические средства оценки в статьях и письмах редактору.

	Newsweek статьи		Time статьи		Всего статьи		Newsweek письма		Time письма		Всего письма	
	кол	%	кол	%	кол	%	кол	%	кол	%	кол	%
Предложения с признаковой конструкцией	145	61%	177	56%	322	58%	67	34%	99	43%	166	39%
Предложения с классифицирующей конструкцией.	63	26%	72	23%	135	24%	46	23%	45	20%	91	21%
Предложения с предметной конструкцией.	30	13%	65	21%	95	18%	34	17%	38	16%	72	17%
Итого предложений с конструкциями:	238	100%	314	100%	552	100%	147	74%	182	79%	329	77%
Риторический вопрос	0	0%	0	0%	0	0%	51	26%	49	21%	100	23%
Итого:	238	100%	314	100%	552	100%	198	100%	231	100%	429	100%

Обратимся сначала к **предложениям с оценочными конструкциями**. По количественным показателям распределение предложений с оценочными конструкциями в статьях и письмах редактору примерно одинаково. Предложения с оценочно-признаковой конструкцией преобладают (58% в статьях и 50% в письмах), далее следуют предложения с оценочно-классифицирующей конструкцией (25% в статьях и 28% в письмах), и самыми малочисленными являются предложения с оценочно – предметной конструкцией (17% в статьях и 22% в письмах).

Все предложения с оценочными конструкциями относятся к эксплицитной оценке, так как в функции подлежащего находится объект оценки, а предикат, выраженный качественным прилагательным или существительным, передает оценочное отношение автора. Данная особенность конструкций позволяет рассмотреть распределение частнооценочных значений. По всем типам конструкций и в статьях, и в письмах превалируют

утилитарная оценка: *Now Europe is peaceful, prosperous and productive (Newsweek, Nov 23, 2009). The Komen foundation is the most successful grassroots organization, it is amazingly effective at its core mission (Newsweek, Feb 13, 2012)*

и эмоциональная оценка: *Bush's was an exhausting presidency (Newsweek, June 7, 2010). In Nepal the plight of women are pathetic (Newsweek, June 25, 2012).*

Далее в статьях идут интеллектуальная оценка: *Economic bubbles are inherently illogical (Newsweek, Oct 5, 2009). Establishing job creation as a discrete goal is a misleading enterprise (Time, July 18, 2011)* и телеологическая оценка: *Trying to remediate the system later is much more costly and ineffective (Newsweek, May 28, 2012). Our economy is a shambles (Time, Oct 3, 2011).*

А в письмах редактору – этическая оценка: *Abdicating their responsibilities to their employer the taxpayer is treason (Newsweek, June 15, 2012). The child abuse scandals were an assault on innocence (Time, Sept 20, 2010)* и нормативная оценка: *The absence of well-regulated militias is repugnant to the Constitution (Time, Nov 28, 2011). This is political malpractice at the highest level (Time, Jan 24, 2011).* Так, вместо предложенной журналистам оценки целесообразности каких-либо действий и решений, читатели склонны оценивать их законность и соответствие принятым в обществе нормам.

На основе выделенных частнооценочных значений можно говорить о преобладании рациональной оценки, так как утилитарную, интеллектуальную, телеологическую и нормативную оценки принято относить к этому виду. В письмах редактору большее количество предложений с оценочными конструкциями передают общую оценку, что подтверждает прямолинейность и открытость читательских суждений:

Homosexuals were allowed to serve openly in the military, which was good; but the children of illegal immigrants were denied a pathway to citizenship, which was bad (Time, Jan 10, 2011). Our political arena is a good place to begin reform (Time, Apr 25, 2011).

Таким образом, о взаимодействии между журналистами и читателями свидетельствуют сходства в используемых типах оценочных конструкций и их количественных показателях, тождество представленных частнооценочных значений, направленность на эксплицитное рациональное убеждение.

Следующим приемом в группе синтаксических оценочных средств является **риторический вопрос**, рассматриваемый как средство оценки только, если в нем заключено положительное или отрицательное суждение о каком-либо факте или содержатся слова и словосочетания с оценочным значением.

В ходе изучения аналитических статей журналов «Time» и «Newsweek» риторических вопросов как средства оценки выявлено не было. Это можно объяснить особенностями стиля публикаций качественной прессы - беспристрастным, всесторонним освещением событий. И хотя наличие авторской позиции является основной особенностью жанра аналитической статьи, оно подразумевает выражение обоснованного мнения, а не эмоций.

Количество риторических вопросов в письмах редактору составляет 23% (100 примеров) от всех синтаксических средств оценки. В этих текстах встречаются общие и специальные риторические вопросы:

Can the leaders deal with the current democracy? (Newsweek, July 6/13, 2009) Are there any Republican statesmen willing to work for the public good? (Time, April 19, 2010)

How could peaceful co-existence be realized if both the parties reject any compromise outright? (Newsweek, Nov 13, 2010) When will American voters realize that the politicians they elect to office are causing their country to self-destruct? (Time, May 30, 2011).

Можно предположить, что общий тип вопроса добавляет категоричности постулируемой оценке, так как требует согласия или несогласия в ответ. Специальный риторический вопрос звучит с меньшей долей уверенности, но более эмоционально за счет вопросительных слов *what, how, where, when*.

В ряде писем редактору читатели используют комбинации риторических вопросов этих двух типов: *Can we expect these countries to put global interests ahead of their national demands? Does the United States view global issues through the prism of narrowly defined national interests? Why expect developing countries to behave any differently? (Newsweek, July 11, 2011)* Анализируя комбинации из нескольких вопросов, можно говорить не только о большей экспрессивности оценки, но и об ее большей аргументированности, убедительности. Такие последовательности часто обращены к глобальным, массовым явлениям, оцениваемым с точки зрения моральных и этических норм общества. Риторический вопрос относится к средствам эмоциональной оценки и характеризуется призывностью, обращением к обществу и его представителям.

Кроме читательских мнений и оценок событий действительности письма редактору содержат комментарии в адрес статьи, журналиста, издательства. Выражая оценки их деятельности или ее результатов, читатели используют разнообразные языковые оценочные средства. Прежде всего, следует отметить, что большая часть оценочных средств относится к статьям (50%), и примерно одинаковое количество оценочных средств распределено между деятельностью журналистов (28%) и деятельностью СМИ (22%) в совокупности по двум еженедельникам. Интересно обратить внимание на соотношение знаков оценки между этими группами.

Таб. № 4. Языковые средства оценки статей, журналистов, СМИ в письмах редактору

	оценки статей				оценки журналистов				оценки СМИ			
	Time	News week	итог	%	Time	News week	итог	%	Time	News week	итог	%
Синтаксические средства оценки	53	31	84	59%	9	10	19	27%	20	7	27	38%
Предложения с оценочными констр.	53	29	82	58%	7	8	16	22%	13	7	20	28%
Риторический вопрос	0	2	2	1%	2	2	3	5%	7	0	7	10%
Стилистические средства оценки	7	4	11	8%	4	3	7	10%	5	1	6	8%
Метафора	3	1	4	3%	3	3	6	8%	5	1	6	8%

Эпитет	4	3	7	5%	1	0	1	2%	0	0	0	0%
Лексические средства оценки	33	14	47	33%	17	26	43	63%	29	9	38	54%
ЛЕ с денотативным оценочным знач.	6	3	9	6%	4	4	8	12%	6	2	8	12%
ЛЕ с сигнификативным оценочным знач.	27	11	38	27%	13	22	35	51%	22	8	30	42%
Итого:	93	49	142	100%	30	39	69	100%	54	17	71	100%

Для **оценки аналитических статей** читатели журналов «Time» и «Newsweek» используют, главным образом, предложения с оценочными конструкциями, передающие интеллектуальное, эмоциональное и эстетическое частнооценочные значения: *Bobby Ghost's cover story is very enlightening (Time, Sept 13, 2010)*, *"Revive the Saudi Peace plan" is a clear attempt to mislead your readers (Time, March 21, 2011)*, *The article is pure rubbish (Newsweek, June 5, 2012)*. Другим часто используемым средством являются прилагательные и наречия с сигнификативным оценочным значением: *F. Zakaria's "Why Washington Worries" provides a well-founded and logical rationalization of Obama's moves (Newsweek, April 19, 2010)*. *Joe Klein's story provides a gripping but incomplete picture (Time, May 10, 2010)*.

По общесуммарным показателям в соотношении положительной и отрицательной оценки аналитических статей преобладает положительная. Данные показатели свидетельствуют о том, что потребности читателей в качественном, всестороннем освещении и интерпретации актуальных проблем действительности выполняются.

При **оценке деятельности журналистов** одна группа читателей указывает на недостатки и недоработки в творчестве авторов, другая, наоборот, выражает благодарность за качественно выполненную статью. Среди основных средств оценки можно назвать предложения с оценочными конструкциями, выражающие нормативную и этическую оценку: *Zakaria is right insisting that the biggest danger is the burgeoning population (Newsweek, March 30, 2009)*. *David Von Drehle's balanced, brilliantly-paced article is a testament to the importance and relevance of objective reporting (Time, June 6, 2011)*

и лексические единицы с сигнификативным оценочным значением: *Meacham speaks blithely of the dark side of power (Newsweek, Jan 24, 2011)*. *J. Barry masterfully examined the question (Newsweek, March 16, 2009)*. *I would like to thank Sh. Begley for the thoroughly researched, clear, well argued article (Newsweek, Jan 9, 2012)*.

В деятельности журналистов в рассматриваемых еженедельниках с небольшим перевесом преобладает отрицательная оценка. По представленным частнооценочным значениям становится понятно, что читатели оценивают журналистов с позиции норм и ценностей общества и в соответствии с их профессиональными обязанностями. Читатель открыто заявляет о своем недовольстве, чтобы напомнить журналисту о его функции в обществе.

Оценка деятельности СМИ представлена наименьшим количеством упоминаний и преобладающей негативной оценкой. Для ее выражения употребляются:

оценочные конструкции с интеллектуальной, этической и нормативной частной оценкой: *It is rather misleading if not irresponsible, that your title somehow hints at putting the blame on Obama (Newsweek, March 16, 2009)*. *As a longtime reader of TIME, I find it deeply disappointing that employees of your magazine approved such wording (Time, Apr 11, 2011)*

и лексические единицы с сигнификативным оценочным значением: *TIME's disappointingly short blurb in the TIME 100 on Rain hardly does him justice (Time, May 9, 2011)*. *I commend*

Newsweek for running this story (Newsweek, March 6, 2012), Shame on TIME for contributing to the dumbing down of America (Time, May 24, 2010).

Выражение положительной оценки деятельности издательства обозначенными выше средствами можно проиллюстрировать следующими примерами: *You deserve high praise for outrageously publishing (Newsweek, June 29, 2009). TIME's excellent reporters and photographers (Time, July 11, 2011).*

Оценка деятельности СМИ производится читателями по двум основаниям: по тематике публикаций и их освещению, где преобладает интеллектуальная оценка, и по качеству выполнения социальных функций СМИ, где на первый план выходит этическая и нормативная информация. Незначительное количество стилистических средств оценки свидетельствует о ее эксплицитном, открытом характере, ведь читатель прямо и непосредственно выражает свои взгляды и не ограничен политикой издательства, как журналист.

Смежным аспектом изучения в реферируемой работе являлось **рассмотрение писем редактору в свете диктемной теории строя текста**. Текст письма редактору был классифицированы как фактуально-оценочная диктема, поскольку основанием оценки выступает факт. Основополагающая прагматическая функция письма редактору реализуется двумя аспектами диктемы: оценочность языковых средств актуализируется посредством стилизации диктемы, а их положение в тексте определяется в рамках тематизации.

Через стилизацию диктемы письма редактору языковыми средствами оценки на первое место выходят интеллектуальная (движение познающей и оценивающей мысли говорящего), эмотивная (выражение чувств и эмоций), импрессивная (сила воздействия на собеседника), структурная (строевые особенности текста, выразительные средства языка), реже регистровая информация.

В рамках аспекта тематизации определяется положение языковых средств оценки в диктеме письма редактору. Лексические единицы с денотативным, сигнификативным, коннотативным оценочными значениями и эпитеты не имеют определенной позиции, поскольку составляют «ткань» текста. Большая часть стилистических оценочных средств: метафоры, сравнения, эвфемистические замены, аллюзии обычно располагаются в середине диктемы, так как являются элементами аргументации. Предложения с оценочными конструкциями, риторические вопросы, случаи иронии стоят в начале или конце диктемы, постулируя или резюмируя оценку.

Таким образом, в результате проведенного анализа видов и языковых средств оценки, представленных в аналитических статьях и письмах редактору, выяснилось, что отношения между журналистом и читателем можно в целом характеризовать как взаимодействие языковых личностей по ряду выявленных закономерностей.

Во-первых, в аналитических статьях и письмах редактору рассматриваемых еженедельников прослеживается примерно одинаковое соотношение языковых (лексических, стилистических, синтаксических) средств оценки, что означает, что участники взаимодействия «говорят на одном языке», используя тождественные оценочные средства и поддерживая свой установленный стиль общения (вербально – семантический уровень).

Во-вторых, пересечение тематических областей стилистических средств оценки, превалирование трех частнооценочных значений – утилитарного, эмоционального, этического - при некоторых различиях в их соотношении в статьях и письмах редактору свидетельст-

вует о пересечениях тезаурусов, картин мира и стереотипов языковых личностей журналистов и читателей (когнитивный уровень).

В-третьих, как в аналитических статьях, так и в письмах редактору можно констатировать преобладание рациональной эксплицитной оценки, что подтверждает идею о взаимодействии между читателем и журналистом посредством рационального аргументированного убеждения (мотивационный уровень).

В-четвертых, корректировать процесс взаимодействия со СМИ читатель может посредством представленных в письмах редактору оценок статей, журналистов и издательства, выраженных, главным образом, предложениями с оценочными конструкциями и лексическими единицами с оценочным значением. Согласно полученным результатам количество положительных оценок в адрес журналиста, СМИ и статьи несколько превалирует над отрицательными, что позволяет говорить об удовлетворении читательских потребностей и интересов, и, следовательно, об эффективном взаимодействии основных участников массовой коммуникации.

В **заключении** приводятся итоги диссертационного исследования и определяются перспективы его использования в теоретической и практической сферах деятельности, намечаются перспективы дальнейшего изучения рассматриваемых в работе проблем.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Буруруева, Н.С. Письма-отклики читателей в редакции «качественных» СМИ: функциональный и лингвистический аспекты / Н.С. Буруруева // Ярославский педагогический вестник – 2011 – № 4 – Том I (Гуманитарные науки) – Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К.Д.Ушинского, 2011. – С. 181 – 184. **(Журнал включен в «Перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий», утвержденный ВАК РФ)**

2. Буруруева, Н.С. Реализация авторской оценки в аналитической статье качественного печатного периодического издания / Н.С. Буруруева // Ярославский педагогический вестник – 2012 – № 1 – Том I (Гуманитарные науки) – Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К.Д.Ушинского, 2012. - С. 210 – 213. **(Журнал включен в «Перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий», утвержденный ВАК РФ)**

3. Буруруева, Н.С. Предложения с оценочными конструкциями как средство взаимодействия между журналистом и читателем / Н.С. Буруруева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2012 - № 5 (16) – Тамбов: Грамота, 2012. – С. 27 – 29. **(Журнал включен в «Перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий», утвержденный ВАК РФ)**

Другие публикации:

4. Буруруева, Н.С. Оценочность как стилеобразующий фактор публицистики / Н.С. Буруруева // Совершенствование деятельности Ассоциации образовательных учреждений педагогического профиля Ярославской области «Непрерывное педагогическое образование» в условиях реализации новых образовательных моделей: материалы докладов участников XV научно – практической конференции. – Ярославль, 2008. – С. 100-102.

5. Буруруева, Н.С. Авторская оценка в журнальной статье как средство развития критического мышления / Н.С. Буруруева // «Традиции и инновации в системе профессиональ-

ного образования» материалы XVI научно практической конференции. – Рыбинск, 2009. – С. 73 – 76.

6. Буруруева, Н.С. К вопросу о взаимодействии между читателем и печатными СМИ / Н.С. Буруруева // Язык и общество: Диалог культур и традиций - 2009: сборник материалов Междун. науч. конфер-и «Чтения Ушинского». – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2009. – С. 32 – 38.

7. Буруруева, Н.С. Публицистический текст как диалог между автором и читателем / Н.С. Буруруева // Язык и общество: Диалог культур и традиций - 2010: сборник материалов Междун. науч. конфер-и «Чтения Ушинского». – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2010. – С. 14 – 25.

8. Буруруева, Н.С. Реализация оценочных смысловых позиций адресата и адресанта в англоязычных публицистических текстах / Н.С. Буруруева // Язык и общество: Диалог культур и традиций - 2011: сборник материалов Междун. науч. конфер-и «Чтения Ушинского». – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2011. – С. 9 – 16.

9. Буруруева, Н.С. Реализация читательской оценки в письмах-откликах / Н.С. Буруруева // «Современная филология: теория и практика»: материалы VI международной научно-практической конференции / Науч.-инф. издат. центр «Институт стратегических исследований». – Москва : Изд-во «Спецкнига», 2011. – С. 58 – 62.

10. Буруруева, Н.С. Качественные СМИ и аудитория: уровни взаимодействия / Н.С. Буруруева // «Филология и лингвистика: современные тренды и перспективы исследования»: сборник материалов III международной заочной научно-практической конференции. – Краснодар, 2012. – С. 86 – 88.

11. Буруруева, Н.С. Риторический вопрос как средство выражения негативной читательской оценки / Н.С. Буруруева // «Филология, искусствоведение и культурология: современные проблемы и тенденции развития»: материалы международной заочной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. - С. 23 – 27.