

КОММУНИКАТИВНАЯ СТИЛИСТИКА ТЕКСТА

УДК 81.38/42

Н. С. Болотнова

КОММУНИКАТИВНАЯ СТИЛИСТИКА ТЕКСТА: МЕДИЙНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ УНИВЕРСАЛИИ¹

С опорой на идею Г. П. Мельникова о возможности выделения языковых универсалий на основе детерминанты как главного способа функционирования языковых систем и имеющийся в коммуникативной стилистике текста опыт выявления коммуникативных универсалий в художественных текстах автором выявлены медийные коммуникативные универсалии в медиасфере как особой подсистеме речевого общения, имеющей свою специфику. Медийные коммуникативные универсалии интерпретируются как законы и реализующие их принципы организации медиатекстов, отражающие информационный повод как элемент медиакоммуникации и отвечающие критериям частотности и повторяемости при возможном жанровом, идиостилевом и других вариированиях в рамках определенного инварианта. При выделении медийных коммуникативных универсалий учитывались такие факторы, как особенности содержания, формы и функции текстовой деятельности в масс-медиа.

Ключевые слова: коммуникативная стилистика текста, масс-медиа, информационный повод, медийные коммуникативные универсалии, законы и принципы текстовой деятельности в медиасфере.

Коммуникативно-деятельностный подход к тексту, наметившийся в 80–90-е гг. XX в., стимулировал поиск универсальных законов и принципов его организации. В основу выявления коммуникативных универсалий в художественном тексте нами [1–2] был положен обоснованный Г. П. Мельниковым динамический подход к языковым универсалиям на уровне реализации разных языковых систем [3].

Другими учеными термин «языковая универсалия» использовался в рамках структурной лингвистики и типологических исследований (ср.: Новое в лингвистике: Языковые универсалии. Вып. V. М., 1970; Языковые универсалии и лингвистическая типология. М., 1969; Универсалии и типологические исследования. М., 1974 и др.). В широком смысле в лингвистике под языковой универсалией понимаются «общие законы или тенденции, которые осуществляются с высокой степенью вероятности для разных языков или для одного языка в процессе его существования во времени» [4, с. 44]. В узком смысле языковая универсалия определяется как «некоторый признак или свойство, присущее всем языкам или языку в целом» [5, с. 45], как «типологические существенные связи между структурными единицами языка» [6, с. 10].

В некоторых современных исследованиях по культурологии применительно к поиску универсалий реализуется данный типологический подход на уровне повторяющихся элементов, характерных

для разных языковых систем. Например, в работах Н. А. Завьяловой с опорой на теорию мемов Р. Докинза под культурно-коммуникативными универсалиями понимаются «повторяющиеся коммуникативные формулы», которые «носят универсальный характер, поскольку в любом языке существуют устойчивые лексические конструкции, которые регулярно воспроизводятся для экспликации замысла говорящего» [7–8]. Хотя такой подход возможен, в таком случае традиционно выделяемые модели прецедентных текстов и газетизмы (штампы), актуализирующие определенные единицы культурной информации, тоже могут быть рассмотрены как «универсалии».

Иной, динамический подход к языковым универсалиям был намечен в работе Г. П. Мельникова [3, с. 34–35]. Исследователем был выделен такой параметр языковой системы, как «главный способ функционирования», определяющий выбор вариантов ее структуры и субстанции, названный «детерминантой». Исследователь справедливо утверждал: «Смена детерминанты... приводит к перестройке и структуры, и субстанции языка». В связи с этим была поставлена задача «выявить те внутренние рычаги, те глубинные причины и условия, внешним необходимым следствием которых являются обычно фиксируемые универсалии» [3, с. 38]. Таким образом, была высказана идея о возможности не только структурно-типологического подхода к универсалиям на уровне разных языковых си-

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФНФ научного проекта № 15-04-00216.

стем, но и динамического, деятельностного, функционально-коммуникативного подходов на уровне реализации данных систем.

В коммуникативной стилистике в 90-е гг. эта идея была реализована нами при выявлении лексических универсалий на материале художественных текстов в рамках системы одного языка. Под коммуникативными универсалиями понимались законы и реализующие их принципы словесно-художественного структурирования текста, отражающие коммуникативную и эстетическую природу текста. *В широком смысле* коммуникативные универсалии рассматривались как «динамические структуры, имеющие деятельностную основу, ориентированные на межличностное общение в рамках одной или нескольких сфер коммуникации с учетом не только лингвистических, но и социально-психологических, когнитивных и других факторов» [2, с. 136–137]. Коммуникативные универсалии определялись, таким образом, на уровне системы реализации одного языка *как правила, регулирующие общение в одной или нескольких сферах коммуникации*. Поскольку особая роль в коммуникации принадлежит лексическим средствам, нами были выявлены лексически репрезентированные коммуникативные универсалии, имеющие ассоциативно-смысловой характер, учитывающие эстетическую сущность художественных текстов и их коммуникативную природу и прагматическую ориентацию на создание «диалогической гармонии» автора и адресата, т. е. достижение определенного коммуникативного эффекта.

В основу выделения лексических коммуникативных универсалий (принципов словесно-художественного структурирования текста) был положен *характер экспликации смысловых признаков художественных реалий* (под смысловым признаком понимался репрезентируемый вербально-информативный сигнал о свойствах художественной реалии): *многократность / единичность экспликации смыслового признака; количество эксплицированных вербально-смысловых признаков; достаточность / недостаточность смыслового признака для узнавания соответствующей реалии; характер эксплицированных признаков (главных и косвенных); соотношенность смысловых признаков (парадоксальная / непарадоксальная); соотношенность / несоотношенность с признаками других реалий*.

На основе анализа значительного текстового материала нами были выявлены 4 основных закона словесно-художественного структурирования текста (коммуникативные универсалии) и принципы, в которых они реализуются: 1) *закон эстетически обусловленной смысловой «избыточности»* (на эту особенность художественных текстов ранее указы-

вали М. Н. Кожина и Н. В. Черемисина), который реализуется в коммуникативных универсалиях «многократное усиление характерного признака художественной реалии»; «одновременная лексическая экспликация нескольких признаков художественной реалии»; 2) *закон гармонического соответствия уникальных и типовых текстовых ассоциаций*, который проявляется в коммуникативных универсалиях «обусловленность уникальных текстовых ассоциаций типовыми»; «взаимная уравновешенность типовых и уникальных ассоциаций»; 3) *закон эстетически обусловленной «экономии» языковых средств* (на эту особенность художественных текстов указывала Н. В. Черемисина), который реализуется в коммуникативных универсалиях «достаточность эксплицированного лексически смыслового признака художественной реалии»; «актуализация художественной реалии на основе косвенных смысловых признаков, эксплицированных средствами контекста и тезаурусными знаниями»; «одновременная актуализация разных смысловых признаков художественной реалии, стимулированных одним словом»; 4) *закон гармонического соответствия текстовой синтагматики и парадигматики*, который проявляется в коммуникативных универсалиях: «актуализация уникальных синтагматических ассоциатов средствами текстовой парадигматики (сопряженность в перспективе текста)»; «парадоксальная сопряженность смысловых признаков одной художественной реалии или соотносительных реалий на уровне парадигматики и синтагматики»; «экспликация смысловых признаков одной художественной реалии через соотношение (сравнение, сопоставление) с другой художественной реалией»; «эстетическая мотивация уникальных синтагматических ассоциатов средствами текстовой синтагматики и парадигматики»; «непрерывность эксплицированного вербально свободного ассоциативного развития»; «смысловая асимметрия текстовых парадигм антонимического типа». В коммуникативной стилистике текста данные коммуникативные универсалии были рассмотрены как средства регулятивности, организации познавательной деятельности читателя, ориентированные на установление «точек контакта» между автором и адресатом в целях эффективности их общения.

В целом идея Г. П. Мельникова о зависимости языковых универсалий от перестройки структуры и субстанции языка в связи со сменой детерминанты оказалась справедливой не только для функционирования одного языка в различных сферах коммуникации (что подтвердили исследования, выполненные автором в *художественной сфере* [1, 2, 9] и другими учеными под руководством автора данных строк): в *медиа сфере* – выявлением

О. В. Орловой «закона семантико-аксиологического маятника, отражающего дискурсивную эволюцию медиаконцепта» [10, с. 13], в области *эпистолярия* А. В. Курьянович на уровне композиционных, жанровых и языковых особенностей данных текстов в синхронии и диахронии [11, 12]. Идея Г. П. Мельникова актуальна и для *разных идиолектов в рамках одной сферы коммуникации в системе одного языка* (ср. исследования О. В. Орловой на материале творчества И. Бродского [13, 14], И. Н. Тюковой, выявившей индивидуальные коммуникативные универсалии в поэтическом творчестве Б. Н. Пастернака [15, 16]), А. В. Болотнова на материале поэзии М. И. Цветаевой [17], Н. Г. Петровой, исследовавшей лирику К. Бальмонта и И. Северянина [18].

В работах А. В. Курьянович было представлено сочетание структурно-типологического и коммуникативно-деятельностного подходов к выявлению коммуникативных универсалий в эпистолярной сфере. Эпистолярные коммуникативные универсалии интерпретировались исследователем как «общие принципы построения и функционирования эпистолярных текстов разных авторов» [12, с. 11]. Среди эпистолярных коммуникативных универсалий были выявлены: 1) закон соответствия текстовой информации требованиям «эпистолярного бинама» (на уровне автор-адресат. – Н. Б.); 2) закон соответствия структурного построения текста эпистолярному композиционному канону; 3) закон соответствия текстовых единиц, отражающих авторский замысел, перечню эпистолярных инвариантных средств; 4) закон соответствия стилевой разновидности эпистолярного произведения его жанровому канону [11, с. 425–426].

Таким образом, опираясь на «детерминанту» (термин Г. П. Мельникова), организующую различные языковые системы и подсистемы в рамках разных сфер общения, можно выявлять универсальные закономерности в их функционировании.

Применительно к современной медийной сфере, учитывая ее специфику, также можно говорить об особых коммуникативных универсалиях (законных и реализующих их принципах), отражающих своеобразие *содержания, формы* (включая канал связи) и *функций* текстовой деятельности в массмедиа. При этом если в художественной сфере речь шла об ориентации коммуникативных универсалий на *гармонизацию общения*, в массмедиа можно говорить об ориентации коммуникативных универсалий на *многофункциональное общение и воздействие не только в целях гармонизации, но и в целях манипуляции, убеждения, принуждения* и т. д.

К особенностям *формы* коммуникации в медиасреде (ср. работы Г. Я. Солганика, Т. В. Доброклонской, Л. Р. Дускаевой, Л. Г. Кайда, М. Ю. Ка-

зак, Н. А. Кузьминой, В. Е. Чернявской, О. С. Иссерс и др.) можно отнести обусловленные спецификой канала связи и новыми информационными технологиями:

1) *поликодовость* (использование не только языкового, но и других кодов, которые включены в понятие *семиотический код* и рассчитаны на слуховое и зрительное восприятие);

2) *полидискурсивность* (жанровое и стилистическое многообразие различных дискурсивных практик в медиасфере одной языковой личности и различных сообществ);

3) *интертекстуальность* и *гипертекстуальность* благодаря ссылкам, формирующим цельность и связность информационного медийного континуума, обусловленные *открытостью, массовостью, интерактивностью* общения;

4) *возможность быстрого распространения информации* [19, с. 194] среди огромного количества пользователей и их *быстрого реагирования* на информационный повод.

К специфике *содержания* коммуникации в масс-медиа относятся:

1) *политематичность* (с доминированием тем: политика, экономика, культура, повседневность);

2) *социальная оценочность* (эта особенность, связанная с жизнью социума в целом, определяет главный интерес массового адресата к контенту в масс-медиа; Г. Я. Солганик соотносит данную особенность с восприятием журналиста-профессионала как «человека социального» и «частного» [20, с. 12]);

3) *идеологическая ориентация* (имеется в виду отражение интересов не только государства, власти, но и отдельных социальных групп, профессиональных и прочих сообществ).

Среди основных *функций* коммуникации в масс-медиа можно выделить:

1) *информативную*, связанную с передачей и интерпретацией информации, актуальной для общества и отдельных личностей;

2) *воздействующую*, т. е. оказывающую влияние на ум и сердце массового адресата;

3) *манипулятивную*, т. е. влияющую на общественное сознание и трансформирующую его в соответствии с определенными целями и задачами;

4) *оценочную*, формирующую оценку, общественное мнение по поводу различных персоналий, событий, прогнозов и т. д.;

5) *характеризующую*, т. е. актуализирующую качества, свойства и признаки различных информационных поводов (событий, происшествий, персоналий);

6) *фатическую*, т. е. контактоустанавливающую, позволяющую адресату ощущать себя частью социальной группы или общества в целом;

7) *гедонистическую*, т. е. развлекательную, связанную с получением удовольствия от медиаресурсов и общения в медиасреде;

8) *функцию самопрезентации*, отражающую усиление личностного начала в масс-медиа, роста самосознания членов общества;

9) *экспрессивную*, связанную с желанием участников медиакommunikации достичь воздействия и взаимопонимания, реализуя свои творческие возможности;

10) *образовательно-воспитательную*, отражающую возможность в процессе медиаобщения совершенствовать себя и повышать свой профессиональный и образовательный уровень.

Обобщая данные особенности медиакommunikации и учитывая наблюдения над различными медиатекстами разных жанров, принадлежащими информационно-медийным личностям разных типов (см. о них: [21]), можно выделить *медийные коммуникативные универсалии (законы и реализующие их принципы)*. Они имеют свою специфику в зависимости от форматов, жанров, целей, условий медиаобщения и своеобразия идиостиля адресанта и адресата, но в диапазоне определенного инварианта медийные коммуникативные универсалии являются *восприимчивыми, частотными, отражающими специфику медиаобщения, его сущностные особенности*.

В основу выделенных нами медийных коммуникативных универсалий был положен *информационный повод* как ключевой элемент медиакommunikации и особенности его репрезентации и актуализации в медиаобщении. Под *информационным поводом* понимаются актуальные для общества *события, поступки, идеи, персоны*, ставшие объектом общественного внимания и интерпретации в медиакommunikации. При выделении медийных коммуникативных универсалий на основе освещения в текстовой деятельности информационного повода нами учитывались следующие критерии: 1) *содержание* (включая качество, изменчивость в репрезентации и актуализации), 2) *форма* (включая количество, частоту встречаемости и характер средств выражения), 3) *функции* (цель и эффект воздействия). Каждая *медийная коммуникативная универсалия* (закон и реализующие его принципы), о которых далее пойдет речь, отвечает критериям повторяемости и частотности в медиаобщении, допуская варьирование (жанровое, ситуативное, идиостилевое, временное) в пределах определенного инварианта.

1. *Закон прагматически и интенционально обусловленной вариативности текстовой деятельности в освещении информационного повода в массмедиа*. Данный закон реализуется в принципах:

а) многомерности картин мира и их репрезентации у разных носителей и трансляторов информации (ср. научную, публицистическую, мифологическую и другие картины мира у различных СМИ, телевизионных каналов, радиостанций, отдельных информационно-медийных личностей);

б) полифонии диалогически обусловленных дискурсивных практик, связанных с информационным поводом, включая смену коммуникативных ролей, тактик и стратегий субъектов в процессе медиакommunikации;

в) социальной самопрезентации и творческой самоактуализации источников и трансляторов информационного повода в масс-медиа.

2. *Закон прагматически обусловленной в массмедиа смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности*. С этим законом связаны принципы:

а) поэтапной конкретизации информационного повода (ср., например: 1) *рубрику, заголовок, подзаголовок, лид, основной текст* в газете; 2) *название телевизионного и радиоканала, анонс передачи, рекламу, саморекламу* до и во время передачи, *основной текст*);

б) взаимосвязи *исходного (аутентичного), вторичного и третичных медиатекстов*, затрагивающих один информационный повод, в синхронии и диахронии (с этим связаны эффекты информационного эха и информационных волн в масс-медиа (см. о них: [22–24]).

в) усиления информационного повода в медиакommunikации на основе одновременного использования разных семиотических кодов, ориентированных на многоканальное восприятие сообщения.

3. *Закон коммуникативно обусловленной экономии в медийном освещении информационного повода* (связан с быстротой восприятия и реагирования в медиаобщении). На тенденцию в языке СМИ «к адекватной передаче информации минимальными средствами» указывал Г. Я. Солганик [25, с. 133]. Закон реализуется в принципах:

а) жанрово-стилистической компрессии (ср. жанры масс-медиа, характеризующиеся краткостью и информационной насыщенностью: *твиттер, реклама, лента новостей, анонс* и др.);

б) смысловой и прагматической детерминации заголовочных комплексов медиасообщений (о ключевой роли заглавий медиатекстов см. в работах В. А. Вомперского, В. Г. Костомарова, И. П. Лысаковой, Э. А. Лазаревой и др.);

в) парадоксальности в репрезентации информационного повода в масс-медиа (эффект необычности, непредсказуемости при минимальных информационных сигналах привлекает внимание, деавтоматизирует восприятие, стимулирует прочтение);

г) прагматически ориентированное отсутствие равновесия между эксплицитной и имплицитной формами подачи информационного повода (актуализация аллюзий, реминисценций, приемов умолчания, эвфемизации как эффективный способ воздействия на адресата в медиакоммуникации).

4. Закон прагматически обусловленного сочетания стереотипности и творчества в медийном освещении информационного повода (на языковом уровне это связано с выделенным В. Г. Костомаровым основным принципом публицистики – соединением экспрессии и стандарта). В коммуникативно-прагматическом отношении данный закон реализуется в принципах:

а) сочетания эмпатии и модели в медийной актуализации информационного повода (переносе чувств и эмоций, творчески выраженных в медиатексте об информационном поводе, на эмоциональную сферу адресата с целью формирования привязанности на уровне *свой – чужой* с последующим закреплением эффекта на основе привыкания к типовой модели общения, ср., например, особенности жанров: *ток-шоу, новостные передачи* и др.);

б) одновременного стимулирования типовых и уникальных ассоциаций в процессе медиаобщения на основе использования различных средств и способов регулятивности, включая парадоксальность и игровые приемы в освещении информационного повода.

В целом выявленные медийные коммуникативные универсалии в свете имеющихся типологий языковых универсалий [6, с. 10; 26, с. 23] являются простыми (действующими в рамках одной языковой системы), неполными (неабсолютными для всех языков и для разных стилистических модификаций одного языка), нежесткими (вероятностного порядка), частными (действующими в рамках одной сферы общения).

Проиллюстрируем данные коммуникативные универсалии на примере одной аналитической статьи – «Приморский краб ползет в Поднебесную» (Независимая газета. № 138 (6469). 9 июля 2015. С. 1, 5). Закон прагматически и интенционально обусловленной вариативности текстовой деятельности в освещении информационного повода в масс-медиа реализуется здесь в трех принципах. Рассмотрим их.

1) **Многомерность картин мира и их репрезентации у разных носителей и трансляторов информации** (это выражается в разных точках зрения на данный информационный повод автора-журналиста Т. Двойновой, поставившей проблему браконьерства и обобщающей разные точки зрения на нее; президента Ассоциации добытчиков краба Александра Дуплякова, полагающего, что есть по-

ложительная динамика: «браконьерский вылов сокращается» (там же, с. 5); главы Центра изучения новых вызовов и угроз национальной безопасности Александра Сухаренко, считающего, что «представители крабового сообщества лукавят» (там же, с. 5); эксперта Константина Згуровского, с цифрами доказывающего «потери России от нелегального вывоза краба» (там же, с. 5), и др.

2) Принцип **полифонии диалогически обусловленных дискурсивных практик, связанных с информационным поводом**, выражается в рассматриваемом материале в фрагментах разных дискурсов привлеченных к освещению вопроса лиц, ср. фрагмент прямой речи одного из участников: «Представьте, если даже 29 % населения Китая закажет к празднику по Интернету по килограмму живого краба, то в России рухнет весь общедоступный улов» (там же, с. 5).

3) Принцип **социальной самопрезентации и творческой самоактуализации источников и трансляторов информационного повода в масс-медиа** выражается здесь, во-первых, в привлечении внимания к острой и актуальной информации, связанной с расхищением национальных богатств, имеющей государственное значение, что соответствует имиджу данного издания («Независимая газета» отличается вниманием к проблемным вопросам современности и независимой социальной оценкой), во-вторых, в социальной позиции автора, профессионально выражающего ее в текстовой деятельности.

В анализируемой статье отражен и другой закон медиакоммуникации – прагматически обусловленной в масс-медиа смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности. Это связано с принципом **поэтической конкретизации информационного повода** (ср. указание на рубрику «Регионы» (речь идет о Владивостоке), заголовок «Приморский краб ползет в Поднебесную», подзаголовок «Российские браконьеры умудряются обойти и таможенную, и пограничников» (там же, с. 1); *лид*, выделенный жирным шрифтом: «Главным местом сбыта нелегально добытого российского краба становится Китай. Тенденцию отмечают представители рыбацкого сообщества Дальнего Востока. При этом краболовы заявляют, что объемы вывоза контрабандного деликатеса постепенно снижаются. Эксперты менее оптимистичны в оценках» (там же, с. 1); далее следует основной текст, детализирующий и доказывающий данную информацию).

Принцип **усиления информационного повода в медиакоммуникации на основе одновременного использования разных семиотических кодов** реализуется в данном случае благодаря не только язы-

ковому коду, но и графическому, с выделением важных фрагментов разным шрифтом и цветом.

Закон коммуникативно обусловленной экономики в медийном освещении информационного повода в данном тексте воплощается в принципе **смысловой и прагматической детерминации заголовочных комплексов медиасообщений**: заголовок «Приморский краб ползет в Поднебесную» не только удачно отражает тематику аналитической статьи, косвенно конкретизирует место действия, но и имплицитно актуализирует неодобрительную социальную оценку событию (ср.: коннотацию глагола *ползет*), являясь прагматически действенным средством привлечения внимания читателя благодаря особым регулятивным средствам (синекдохе и прецедентному феномену). Таким образом, уже в названии отражается еще один принцип закона *прагматически обусловленного сочетания стереотипности и творчества в освеще-*

нии информационного повода – принцип **одновременного стимулирования типовых и уникальных ассоциаций в процессе медиаобщения** (ср. типовые ассоциации: *краб – ползет*, и уникальные синтагматические ассоциации: *ползет в Поднебесную*).

Подведем итоги. Представляется, что выявленные коммуникативные универсалии значимы для изучения особенностей функционирования масс-медиа, играющего ключевую роль в жизни современного общества. В перспективе дальнейшие исследования в масс-медиа действия данных законов и принципов позволят расширить представление о медиасреде, ее структуре и характере функционирования, дадут возможность судить о специфике различных дискурсивных практик в данной сфере коммуникации, их общности и различиях, а также факторах, определяющих их динамику и трансформации.

Список литературы

1. Болотнова Н. С. Коммуникативные универсалии и их лексическое воплощение в художественном тексте // Науч. докл. высш. шк.: Филол. науки. 1992. № 4. С. 75–87.
2. Болотнова Н. С. Лексическая структура художественного текста в ассоциативном аспекте. Томск, 1994. 212 с.
3. Мельников Г. П. Язык как система и языковые универсалии // Языковые универсалии и лингвистическая типология. М., 1969. С. 34–45.
4. Гринберг Дж. Меморандум о языковых универсалиях. Пер. с англ. Р. М. Фрумкиной / Дж. Гринберг, Ч. Осгуд, Дж. Дженкинс // Новое в лингвистике (Языковые универсалии). М., 1970. Вып. 5. С. 31–44.
5. Хоккет Ч. Ф. Проблема языковых универсалий / пер. с англ. Е. Л. Гинсбурга и В. З. Санникова // Новое в лингвистике (Языковые универсалии). М., 1970. Вып. 5. С. 45–76.
6. Кацнельсон С. Д. Типология языка и речевое мышление. Л.: Наука, Ленингр. отд-е, 1972. 216 с.
7. Завьялова Н. А. Коммуникативные универсалии как средство интеллектуального воздействия. URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/archiv_zhurnal/2015/6/philosophy/zavyalova.pdf (дата обращения: 15.07.2015).
8. Завьялова Н. А. Культурные коммуникативные универсалии как современный этап развития культуры // Знание. Понимание. Умение. 2015. Вып. 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-kommunikativnye-universalii-kak-sovremennyy-etap-razvitiya-kultury#ixzz3g6hKVwHo> (дата обращения: 15.07.2015).
9. Болотнова Н. С. Коммуникативные лексические универсалии в поэтической деятельности: вопросы теории и методики // Болотнова Н. С., Бабенко И. И., Бакланова Е. А. и др. Коммуникативная стилистика текста: лексическая регулятивность в текстовой деятельности: колл. монография / под ред. Н. С. Болотновой. Томск: ТГПУ, 2011. С. 43–65.
10. Орлова О. В. Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: жизненный цикл и миромоделирующий потенциал: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Томск, 2012. 43 с.
11. Курьянович А. В. Эпистолярные коммуникативные универсалии (на примере писем М. И. Цветаевой и современной переписки) // Н. С. Болотнова, И. И. Бабенко, А. В. Курьянович и др. Коммуникативная стилистика текста: лексическая регулятивность в текстовой деятельности: колл. монография / под ред. Н. С. Болотновой. Томск: ТГПУ, 2011. С. 422–449.
12. Курьянович А. В. Динамика жанрово-стилистических особенностей русского эпистолярного дискурса носителей элитарного типа речевой культуры (XX–XXI вв.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Томск, 2013. 39 с.
13. Орлова О. В. Коммуникативные аспекты лексической репрезентации концепта «язык» в лирике И. Бродского: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2002. 25 с.
14. Орлова О. В. Коммуникативные лексические универсалии в лирике И. Бродского: итеративные повторы // Н. С. Болотнова, И. И. Бабенко, О. В. Орлова и др. Коммуникативная стилистика текста: лексическая регулятивность в текстовой деятельности: колл. монография / под ред. Н. С. Болотновой. Томск: ТГПУ, 2011. С. 65–83.
15. Тюкова И. Н. Коммуникативные универсалии и их лексическое воплощение в лирике Б. Пастернака (на материале книги «Сестра моя – жизнь»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2005. 30 с.
16. Тюкова И. Н. Коммуникативные лексические универсалии в лирике Б. Пастернака // Н. С. Болотнова, И. И. Бабенко, И. Н. Тюкова и др. Коммуникативная стилистика текста: лексическая регулятивность в текстовой деятельности: колл. монография / под ред. Н. С. Болотновой. Томск: ТГПУ, 2011. С. 83–99.

17. Болотнов А. В. Коммуникативные лексические универсалии в лирике М. И. Цветаевой // Н. С. Болотнова, И. И. Бабенко, А. В. Болотнов и др. Коммуникативная стилистика текста: лексическая регулятивность в текстовой деятельности: колл. монография / под ред. Н. С. Болотновой. Томск: ТГПУ, 2011. С. 99–103.
18. Петрова Н. Г. Коммуникативные универсалии в поэтических дискурсах К. Бальмонта и И. Северянина: точки пересечения и различия // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2014. Вып. 9 (150). С. 40–46.
19. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. 416 с.
20. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медiateкст» // Вестн. Московского гос. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2005. № 2. С. 7–15.
21. Болотнов А. В. О типах информационно-медийной личности // Русская речевая культура и текст: материалы VIII Междунар. науч. конф. (17–18 апреля 2014 г.). Томск: Изд-во Томского ЦНТИ, 2014. С. 106–112.
22. Болотнов А. В. О некоторых ключевых понятиях формирующейся информационно-медийной парадигмы в русистике // Вопр. когнитивной лингвистики. 2015. Вып. 1 (042). С. 111–116.
23. Болотнов А. В. Информационные волны и их типы в современном медиадискурсе // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2015. Вып. 6 (159). С. 102–106.
24. Болотнов А. В. Третичные медиатексты как отражение информационного эха // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2015. Вып. 6 (159). С. 138–142.
25. Солганик Г. Я. Современная языковая ситуация и тенденции развития русского литературного языка // Вестн. Московского гос. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 5. С. 122–134.
26. Успенский Б. А. Проблема универсалии в языкознании // Новое в лингвистике (Языковые универсалии). М., 1970. Вып. 5. С. 5–30.

Болотнова Н. С., доктор филологических наук, профессор.
Томский государственный педагогический университет.
Ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061.
E-mail: nsb@tspu.edu.ru

Материал поступил в редакцию 22.07.2015.

N. S. Bolotnova

COMMUNICATIVE STYLISTICS OF TEXT: MEDIA COMMUNICATIVE UNIVERSALS

Relying on the G. P. Melnikov's idea that language universals can be identified on the basis of the determinant as the primary mechanism of language systems, as well as on the experience of revealing communicative universals in literary texts, the author identified the media communicative universals considering the mass media as a special subsystem of verbal communication. The media communicative universals are interpreted as laws and related operating principles of structuring media texts that reflect a media event as an element of media communication and meet the criteria of frequency and repeatability with possible genre, idiosyncrasy and other variations within the limits of a certain invariant. The media communicative universals were identified with regard to such factors as content, form and functions of text activity in mass media.

Key words: *communicative stylistics of text, mass media, media event, media communicative universals, laws and principles of text activity in mass media.*

References

1. Bolotnova N. S. Kommunikativnye universalii i ikh leksicheskoe voploshchenie v khudozhestvennom tekste [Communicative Universals and their Lexical Reflection in the Literary Text]. *Nauchnye doklady vysshey shkoly: Filologicheskiye nauki – Scientific Papers of Higher School: Philological Sciences*, 1992, no. 4, pp. 75–87 (in Russian).
2. Bolotnova N. S. *Leksicheskaya struktura khudozhestvennogo teksta v assotsiativnom aspekte* [Lexical Structure of Literary Text in the Associative Aspect]. Tomsk, 1994. 212 p. (in Russian).
3. Mel'nikov G. P. Yazyk kak sistema i yazykovye universalii [Language as a System and Language Universals]. *Yazykovye universalii i lingvisticheskaya tipologiya – Language Universals and Linguistic Typology*. Moscow, 1969. Pp. 34–45 (in Russian).
4. Greenberg J. Memorandum o yazykovykh universal'yakh [Memorandum Concerning Language Universals]. Translated from English by R. M. Frumkina / J. Greenberg, Ch. Osgood, J. Jenkins. *Novoye v lingvistike (Yazykovye universalii) – New Trends in Linguistics (Language Universals)*. Moscow, 1970. Issue 5, pp. 31–44.
5. Hockett Ch.F. Problema yazykovykh universalii [The Problem of Universals in Language]. Translated from English by E. L. Ginsburg and V. Z. Sannikov. *Novoe v lingvistike (Yazykovye universalii) – New Trends in Linguistics (Language Universals)*. Moscow, 1970. Issue 5, pp. 45–76.
6. Katsnelson S. D. *Tipologiya yazyka i rechevoye myshleniye* [Typology of Language and Verbal Reasoning]. Leningrad: Nauka, Leningr. Otdeleniye Publ., 1972. 216 p. (in Russian).

7. Zavyalova N. A. *Kommunikativnye universalii kak sredstvo intellektual'nogo vozdeystviya* [Communicative Universals as a Mental Force]. URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnal/2015/6/philosophy/zavyalova.pdf (Accessed 15 July 2015) (in Russian).
8. Zavyalova N. A. *Kulturnye kommunikativnye universalii kak sovremennyy etap razvitiya kultury* [Cultural Communicative Universals as the Current Stage of Cultural Development]. *Znaniye. Ponimaniye. Umeniye. – Knowledge. Understanding. Ability*, 2015, issue 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-kommunikativnye-universalii-kak-sovremennyy-etap-razvitiya-kultury#ixzz3g6hKVwHo> (Accessed 15 July 2015) (in Russian).
9. Bolotnova N. S. *Kommunikativnye leksicheskie universalii v poeticheskoy deyatel'nosti: voprosy teorii i metodiki* [Communicative Lexical Universals in Poetry Activity: Theory and Methods]. Bolotnova N. S., Babenko I. I., Baklanova A. A. [i dr.]. *Kommunikativnaya stilistika teksta: leksicheskaya regulativnost' v tekstovoy deyatel'nosti: kollektivnaya monografiya* [Communicative Stylistics of Text: Lexical Regulation in Text Activity: collective monograph]. Pod. red. N. S. Bolotnovoy. Tomsk, TGPU Publ., 2011. Pp. 43–65 (in Russian).
10. Orlova O. V. *Diskursivno-stilisticheskaya evolyutsiya mediakontsepta: zhiznennyy tsikl i miromodeliruyushchiy potentsial*: avtoref. dis. doct. filol. nauk [Discourse and Stylistic Evolution of the Media Concept: Life Cycle and World-Modeling Potential. Abstract of thesis doct. of phil. sci.]. Tomsk, 2012. 43 p. (in Russian).
11. Kuryanovich A. V. *Epistol'yarnye kommunikativnye universalii (na primere pisem M. I. Tsvetaevoy i sovremennoy perepiski)* [Epistolary Communicative Universals (by the Example of M. I. Tsvetaeva's Letters and the Contemporary Correspondence)]. Bolotnova N. S., Babenko I. I., Kuryanovich A. V. [i dr.]. *Kommunikativnaya stilistika teksta: leksicheskaya regulativnost' v tekstovoy deyatel'nosti: kollektivnaya monografiya* [Communicative Stylistics of Text: Lexical Regulation in Text Activity: collective monograph]. Tomsk, TGPU Publ., 2011. Pp. 422–449 (in Russian).
12. Kuryanovich A. V. *Dinamika zhanrovo-stilisticheskikh osobennostey russkogo epistol'yarnogo diskursa nositeley elitarnogo tipa rechevoy kultury (XX–XXI vv.): avtoref. dis. doct. filol. nauk* [Dynamics of Genre and Stylistic Patterns of the Russian Epistolary Discourse among Carriers of Elite Speech Culture (XX–XXI)]. Abstract of thesis doct. of phil. sci.]. Tomsk, 2013. 39 p. (in Russian).
13. Orlova O. V. *Kommunikativnye aspekty leksicheskoy reprezentatsii kontsepta "yazyk" v lirike I. Brodskogo*: avtoref. dis. doct. filol. nauk [Communicative Aspects of Lexical Representation of the Language Concept in I. Brodsky's Lyrics. Abstract of thesis doct. of phil. sci.]. Tomsk, 2002. 25 p. (in Russian).
14. Orlova O. V. *Kommunikativnye leksicheskiye universalii v lirike I. Brodskogo: iterativnye povtory* [Communicative Lexical Universals in Brodsky's Lyrics: Iterative Repetitions]. Bolotnova N. S., Babenko I. I., Orlova O. V. [i dr.]. *Kommunikativnaya stilistika teksta: leksicheskaya regulativnost' v tekstovoy deyatel'nosti: kollektivnaya monografiya* [Communicative Stylistics of Text: Lexical Regulation in Text Activity: Multi-author Book]. Pod. red. N. S. Bolotnovoy. Tomsk, TGPU Publ., 2011. Pp. 65–83 (in Russian).
15. Tyukova I. N. *Kommunikativnye universalii i ikh leksicheskoye voploshcheniye v lirike B. Pasternaka (na materiale knigi "Sestra moyá – zhizn")*: avtoref. dis. doct. filol. nauk [Communicative Universals and their Lexical Reflection in the B. Pasternak's Lyrics (Based on the Book "My Sister Life")]. Abstract of thesis doct. of phil. sci.]. Tomsk, 2005. 30 p. (in Russian).
16. Tyukova I. N. *Kommunikativnye leksicheskiye universalii v lirike B. Pasternaka* [Communicative Lexical Universals in B. Pasternak's Lyrics]. Bolotnova N. S., Babenko I. I., Tyukova I. N. [i dr.]. *Kommunikativnaya stilistika teksta: leksicheskaya regulativnost' v tekstovoy deyatel'nosti: kollektivnaya monografiya* [Communicative Stylistics of Text: Lexical Regulation in Text Activity: collective monograph]. Pod. red. N. S. Bolotnovoy. Tomsk, TGPU Publ., 2011. Pp. 83–99 (in Russian).
17. Bolotnov A. V. *Kommunikativnye leksicheskiye universalii v lirike M. I. Tsvetaevoy* [Communicative Lexical Universals in M. I. Tsvetaeva's lyrics]. Bolotnova N. S., Babenko I. I., Bolotnov A. V. [i dr.]. *Kommunikativnaya stilistika teksta: leksicheskaya regulativnost' v tekstovoy deyatel'nosti: kollektivnaya monografiya* [Communicative Stylistics of Text: Lexical Regulation in Text Activity: collective monograph]. Pod. red. N. S. Bolotnovoy. Tomsk, TGPU Publ., 2011. Pp. 99–103 (in Russian).
18. Petrova N. G. *Kommunikativnye universalii v poeticheskikh diskursakh K. Balmonta i I. Severyanina: tochki peresecheniya i razlichiya* [Communicative Universals in Poetic Discourses of K. Balmont and I. Severyanin: Cross Points and Differences]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2014, no. 9 (150), pp. 40–46 (in Russian).
19. Zemlyanova L. M. *Kommunikativistika i sredstva informatsii: Anglo-russkiy tolkovyy slovar kontseptsiy i terminov* [Communication Science and Mass Media: English-Russian Explanatory Dictionary of Concepts and Terms]. Moscow, Izd-vo Mosk. un-ta Publ., 2004. 416 p. (in Russian).
20. Solganik G. Ya. *K opredeleniyu ponyatiya tekst i mediatekst* [Definition of the Text and Mediatext Concepts]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika – Bulletin of the Moscow State University. Series 10: Zhurnalistika*, 2005, no. 2, pp. 7–15 (in Russian).
21. Bolotnov A. V. *O tipakh informatsionno-mediynoy lichnosti* [Types of the Mass Media Personality]. *Russkaya rechevaya kult'ura i tekst: Materialy VIII Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (17–18 aprelya 2014 g.)* [Russian Speech Culture and Text: Materials of VIII International Scientific Conference (on 17–18 April, 2014)]. Tomsk, Izd-vo Tomskogo TsNTI Publ., 2014. Pp. 106–112 (in Russian).
22. Bolotnov A. V. *O nekotorykh klyuchevykh ponyatiyakh formiruyushchey informatsionno-mediynoy paradigmy v rusistike* [Some Key Concepts of the Emerging Mass Media Paradigm in the Russian Studies]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Problems of Cognitive Linguistics*, 2015, no. 1 (042), pp. 111–116 (in Russian).
23. Bolotnov A. V. *Informatsionnye volny I ikh tipy v sovremennom mediadiskurse* [Informational Waves and their Types in the Up-to-Date Media Discourse: Statement of the Problem]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, no. 6 (159), pp. 102–106 (in Russian).
24. Bolotnov A. V. *Tretichnye mediateksty kak otrazheniye informatsionnogo ekha* [Tertiary Media Texts as Reflection of Information Echo]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, no. 6 (159), pp. 138–142 (in Russian).

25. Solganik G. Ya. Sovremennaya yazykovaya situatsiya i tendentsii razvitiya russkogo literaturnogo yazyka [The Contemporary Language Situation and Development Trends of the Russian Literary Language]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of the Moscow State University. Series 10: Zhurnalistika – Journalism*, 2010, no. 5, pp. 122–134 (in Russian).
26. Uspensky B. A. Problema universalii v yazykoznanii [The Problem of the Universal in Linguistics]. *Novoye v lingvistike (Yazykovye universalii) – New Trends in Linguistics (Language Universals)*. Moscow, 1970. Issue 5, pp. 5–30 (in Russian).

Bolotnova N. S.

Tomsk State Pedagogical University.

Ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061.

E-mail: nsb@tspu.edu.ru