

УДК 81.38/42  
DOI 10.17223/18137083/58/15

**Н. С. Болотнова**

*Томский государственный педагогический университет*

### **Отражение медийных коммуникативных универсалий в медиатекстах разных жанров\***

Рассматриваются средства репрезентации в медиатекстах двух медийных коммуникативных универсалий: прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности и коммуникативно обусловленной экономии в медийном освещении информационного повода. Медийные коммуникативные универсалии определяются автором как законы и реализующие их принципы текстовой организации, отражающие информационный повод как элемент медиакommunikации и отвечающие критериям частотности и повторяемости. Исследование проводится на материале газетных аналитических статей, блогов и интервью 2016 г. Выявлена специфика репрезентации медийных коммуникативных универсалий, обусловленная жанровыми и стилистическими особенностями медиатекстов, а также интенцией авторов и их идиостилевыми особенностями. Полученные данные представляют интерес для медиалингвистики и коммуникативной стилистики текста.

*Ключевые слова:* медийная коммуникативная универсалия, медиатекст, информационный повод, аналитическая статья, блог, интервью.

Проблема взаимодействия языковой личности и медиасреды приобрела особую актуальность в связи с тенденцией к глобализации в современном информационном обществе, новыми информационными технологиями и растущей ролью Интернета в жизни современного человека.

Современная медиакommunikация является объектом пристального внимания лингвистов, психологов, социологов, философов. В лингвистическом плане особый интерес вызывает анализ различных закономерностей в медиаобщении. Вы-

---

\* Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ (РГНФ) научного проекта № 15-04-00216.

*Болотнова Нина Сергеевна* – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой современного русского языка и стилистики историко-филологического факультета Томского государственного педагогического университета (ул. Киевская, 60, Томск, 634061, Россия; [nsb@tspu.edu.ru](mailto:nsb@tspu.edu.ru))

явленные в коммуникативной стилистике текста медийные коммуникативные универсалии [Болотнова, 2015] нуждаются в дальнейшей разработке и исследовании в связи с необходимостью анализа типовых и индивидуальных особенностей текстовой деятельности в сетевом общении.

Медийные коммуникативные универсалии интерпретируются как законы и реализующие их принципы организации медиатекстов, отражающие информационный повод как элемент медиакommunikации и отвечающие критериям частотности и повторяемости при возможном жанровом, идиостилевом и др. варьированиях в рамках определенного инварианта [Там же, с. 19]. Идея динамического, деятельностного, функционально-коммуникативного подхода к выявлению языковых универсалий – «детерминант» – «главных способов функционирования» на уровне реализации различных языковых систем принадлежит Г. П. Мельникову [Мельников, 1969, с. 38]. При выделении медийных коммуникативных универсалий с опорой на имеющиеся исследования (Г. Я. Солганика, Т. В. Добросклонской, Л. Р. Дускаевой, М. Ю. Казак, В. И. Ивченкова, В. Е. Чернявской и др.) нами учитывались такие факторы, как особенности содержания, формы и функций текстовой деятельности в массмедиа. В основу выделения медийных коммуникативных универсалий был положен информационный повод как ключевой элемент медиакommunikации с учетом особенностей его репрезентации и актуализации в медиаобщении.

Информационный повод рассматривается как событие, поступок, идея, персона, ставшие объектом общественного внимания и интерпретации в медиакommunikации, т. е. это «актуальное событие, произошедшее в краткосрочном промежутке времени, на которое обратило внимание как минимум более 3–4 информационных агентств и которое затем получило высокий рейтинг цитирования как топовая новость в различных средствах массовой информации» [Болотнов, 2015, с. 264]. Об истории вопроса и выявленных в рамках коммуникативной стилистики текста коммуникативных универсалиях в художественной, эпистолярной, рекламной сферах общения см. в работе [Болотнова, 2015].

Отметим особенности медиакommunikации, значимые для исследования типовых универсальных принципов дискурсивной (текстовой) деятельности в данной сфере общения. В плане содержания для медиакommunikации свойственны политематичность, социальная оценочность, идеологическая ориентация. С точки зрения формы медиакommunikация характеризуется поликодовостью, полидискурсивностью, интертекстуальностью (гипертекстуальностью), быстротой распространения информации благодаря новым каналам связи и современным информационным технологиям. В функциональном плане для массмедиа характерна ориентация на полифункциональность и воздействие в целях убеждения, манипуляции, принуждения, развлечения и т. д. К функциям массмедиа относятся: информативная, воздействующая, манипулятивная, оценочная, характеризующая, фатическая, гедонистическая, функция самопрезентации автора, экспрессивная, образовательно-воспитательная.

В задачи данной статьи входит рассмотрение средств и способов репрезентации двух медийных коммуникативных универсалий и реализующих их принципов: законов прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности и коммуникативно обусловленной экономии в медийном освещении информационного повода. Эти законы призваны взаимно уравновешивать друг друга, обеспечивая доступность и понятность речевых сообщений в целях эффективного общения. Анализ репрезентации других ранее выявленных медийных коммуникативных универсалий (закона прагматически и интенционально обусловленной вариативности текстовой деятельности в освещении информационного повода в массмедиа и закона прагматически обусловленного сочетания стереотипности

и творчества в медийном освещении информационного повода, а также реализующих их принципов текстовой организации [Болотнова, 2015]) не входит в задачи данной статьи и может быть предметом специального рассмотрения.

В качестве материала исследования нами были взяты 17 медиатекстов: пять текстов в блоге известного политика и экономиста Г. Я. Явлинского, пять текстов разных авторов в блогах, размещенных на сайте «Независимой газеты», пять аналитических статей в данной газете и два интервью с участием популярного блогера и путешественника А. Кучера и известного журналиста и историка Н. К. Сванидзе в программе «Особое мнение» на радиостанции «Эхо Москвы». Выбор материала обусловлен его разной жанровой и стилистической спецификой, а также тем, что он позволяет установить как типовые особенности медиатекстов, так и вариативные, определяемые индивидуальностью авторов и их конкретными интенциями. Все материалы датированы августом-сентябром 2016 г. и посвящены знаковым событиям, представляющим общественный интерес (итоги выборов в Государственную Думу, война в Сирии и участие в данном военном конфликте России, экономические прогнозы специалистов, назначение нового министра образования и нового детского омбудсмена, борьба с коррупцией, события, связанные с олимпиадой, и др.).

Рассмотрим, как реализуется закон прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности авторов аналитических статей, блогов и в интервью.

1. *Аналитические статьи.* К типовым особенностям аналитических статей, судя по рассмотренному материалу, можно отнести принципы поэтапной конкретизации информационного повода и усиления информационного повода на основе одновременного использования разных семиотических кодов, ориентированных на многоканальное восприятие сообщения.

Это достигается на основе, во-первых, введения и графического выделения заголовков, подзаголовков, лида, тэгов, фотографий, дополняющих и актуализирующих информационный повод и основную идею статей. Так, в медиатексте Андрея Серенко *В Калмыкии ищут потомков Чингисхана* за заглавием следует подзаголовок *Элиста становится региональным центром генетических исследований*; тэги: *Калмыкия, Элиста, генетика, КИГИ РАН, Виктория Куканова, Чингисхан, калмыки, борджигины, тайчиуты, ойраты*; фотография двух сотрудниц, которые погружены в работу и изображены на фоне стенда с фотографиями, отражающими национальный колорит Калмыкии<sup>1</sup>.

Во-вторых, в медиатекстах данного жанра многократно представлены ссылки на мнения специалистов-экспертов и цитирование их, актуализирующие информационный повод, дополняющие и раскрывающие его, усиливающие его оценочность. Например, в аналитической статье Владимира Казанцева *Госдума возвращает статус места для дискуссий* заявленный в заглавии информационный повод не только актуализирован в заглавии, в лиде (*Владимир Путин напутствовал депутатов, Вячеслав Володин обещал им равенство*), в тэгах (*госдума, спикер, Вячеслав Володин, дискуссии, задачи, законопроекты, Крым*), усилен фотографией выступления Путина на заседании, но и многократно (6 раз), хотя и в разной форме, вербализован благодаря повторению а) ключевого слова *дискуссия*, б) фразы, вынесенной в название статьи, а также в) использованию лексики, актуализирующей данный смысл (см., например, фрагменты: *Парламент, обещают первые лица страны, опять станет местом для дискуссий; Тезисы Путина были повторены и раскрыты* новым, избранным голосами 404 депутатов спикером Госдумы Вячеславом Володиным; *Главный его посыл заключался в следующем: Госдума должна быть местом для дискуссий: «Задача председателя – обеспе-*

<sup>1</sup> [http://www.ng.ru/regions/2016-10-06/5\\_kalmykia.html/](http://www.ng.ru/regions/2016-10-06/5_kalmykia.html/)

*чить равные возможности для всех»; ЕР придется доказывать свою правоту публично – в открытой дискуссии и т. д.)*<sup>2</sup>.

2. *Блоги*. В рассмотренных нами блогах ряда авторов (А. Филатов, Г. Саруханян, А. Рошин, Д. Ольшанский, Г. Явлинский) данный закон прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности реализуется главным образом благодаря использованию авторами приемов повтора и смысловых текстовых парадигм, объединяющих лексические единицы концептуально на основе общего смыслового признака, связанного с информационным поводом. Особенно это характерно для небольших по объему медиатекстов (400–700 слов), в которых, в силу жанровой специфики, особенно ярко проявляется личностное начало автора, его интенция. Например, в блоге политика Г. А. Явлинского, посвященном итогам выборов в Государственную Думу, часто используются: повтор лексических единиц (например, индивидуально-авторского новообразования *гибридный сталинизм*); синонимов в целях уточнения и усиления прагматического эффекта (см. текстовые парадигмы синонимического типа: *невозможность, обреченность; безмолвие, безразличие; снижение явки, неприход, неучастие* и др.). Их сопряженность в тексте рождает кумулятивный эффект, формируя общую минорную эмоциональную тональность, которая создается также текстовыми смысловыми парадигмами (см.: *кризисное состояние, гибельные тенденции, делегитимизация государства* и др.) в соответствии с общей авторской критической оценкой ситуации в стране<sup>3</sup>.

В других блогах этого автора, более пространных по количеству слов (от 1 200 до 1 800), к данным средствам реализации закона прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности относятся: использование не только яркого экспрессивного заглавия (см., например: *Чрезвычайщина*<sup>4</sup>), но и подзаголовков (*Что происходит?; Зачем?; Почему?; Можно ли по-другому?; Чего хочет Путин?; Что делать?*), отражающих общую логику текстового развертывания и усиливающих и раскрывающих индивидуальную интерпретацию информационного повода – войны в Сирии. В использовании языковых средств и рубрикации блога с подзаголовками проявляется аналитический склад ума автора, его принадлежность к носителям рационального когнитивного субстиля. В данном случае отражается и закон коммуникативно обусловленной экономии в медийном освещении информационного повода благодаря использованию неполных предложений, суть которых становится ясной в контексте общего развертывания медиатекста. В итоге один информационный повод получает многоаспектное индивидуально-авторское освещение, в котором явно и имплицитно проявляется альтернативная позиция политика.

В некоторых блогах Г. Явлинского закон прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности реализуется благодаря дополнительному средству – размещению фотографии<sup>5</sup>. В значительных по объему блогах автора особенно часто используются текстовые парадигмы синонимического типа (*неверие, уход в себя; проблема распада, атомизации общества; переустройство, переоснование* и др.), а также прием повтора (см. название блога *Обрыв* и использование

---

<sup>2</sup> [http://www.ng.ru/politics/2016-10-06/1\\_gosduma.html/](http://www.ng.ru/politics/2016-10-06/1_gosduma.html/)

<sup>3</sup> [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1843300-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1843300-echo/)

<sup>4</sup> [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1850470-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1850470-echo/)

<sup>5</sup> [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1844096-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1844096-echo/)

этого слова в середине текста: *обрыв в безвременье*, затем употребление однокорневого слова в конце: *разрыв между властью и обществом*)<sup>6</sup>.

Авторская индивидуальность на уровне средств реализации данного закона прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности проявляется в выборе информационного повода и средств реализации данного закона. Например, в блоге Г. Саруханяна «Закончились выборы в Госдуму» кумулятивный оценочный эффект создается конвергенцией ряда характерных для автора средств: используются окказионализм (*справедливики* – представители партии «Справедливая Россия»), ирония, нанизывание риторических вопросов: *А что нас ждёт в ближайшие 10–15 лет?; Тогда что же писать в своих партийных программах бедным политикам?; А КПРФ?; Так что, видимо, это последние выборы ленинских соколов*<sup>7</sup>.

А. Рощин в блоге, посвященном этому же информационному поводу, многократно употребляет наряду с книжной сниженную лексику (*пролет, кубышка, поднатужиться, под завязку, чернуха* и др.), а также прибегает к повтору афоризма, основанного на сравнении патриархов российской политики с персонажами известного произведения Кипплинга (*Все Акелы промахнулись. Пора искать Маугли*)<sup>8</sup>.

3. *Интервью*. В медиатекстах рассмотренных интервью, размещенных на сайте радиостанции «Эхо Москвы», закон прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности реализуется, во-первых, в принципе усиления информационного повода в медиакommunikации на основе одновременного использования разных семиотических кодов благодаря предоставляемой адресату возможности не только читать текст интервью, но и слышать и видеть его участников в силу многоканальности медиакommunikации. При этом действие данного закона с учетом жанра общения во многом определяется личностью ведущего, избранной им тональности, а также общей стратегии диалога с интервьюируемым.

Применительно к интервьюируемому закон реализуется, по нашим наблюдениям, с учетом спонтанности устного общения главным образом на эмоциональном уровне в связи с обсуждением актуальных для общества острых вопросов, включая использование изобразительно-выразительных средств, усиливающих прагматический эффект сообщаемого. Ограниченные объемом статьи, приведем примеры из одного интервью С. Кучера, который часто использует в речи оценочные эпитеты одного плана и повтор однокорневых слов: *великолепный пиарщик, во всяком случае, очень успешный пиарщик, поскольку ему удалось состояться в этом качестве. И с точки зрения пиара его нынешнее выступление достигло своей цели* (о Мединском); лексику высокого стиля с иронической окраской: *остался в веках в воссиянной славе*; синонимы (*спорить, устраивать лингвистический диспут; портить и очернять*); антонимы (*миф – правда*); сравнения (*28 панфиловцев – это такая же великая легенда, как легенда о 300 спартанцах*) и т. д.<sup>9</sup> Их сопряженность в рамках одного фрагмента интервью рождает и усиливает смысловой и прагматический эффект сообщаемого, актуализируя интенцию автора – стремление объективно и многоаспектно оценить информационный повод.

В речи гостя другого интервью – Н. Сванидзе также используется широкий арсенал экспрессивных языковых средств в целях усиления оценки, уточнения

<sup>6</sup> [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1844096-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1844096-echo/)

<sup>7</sup> <http://www.ng.ru/blogs/patriotizm/zakonchilis-vybory-v-gosdumu.php/>

<sup>8</sup> <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/vybory2016-gudkov-okazalsya-zalozhnikom-yabloka.php/>

<sup>9</sup> <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1849874-echo/>

и конкретизации, создающих кумулятивный прагматический эффект, см. повтор эпитетов: *Речь идет о вечном правлении. О вечной жизни*; парадигмы синонимического типа: *было политбюро, это, скорее, был такой ареопаг, скорее, это была аристократия у власти; Горя не было, но ощущение потрясения было; это системная проблема любого авторитарного, или авторитарного, или тоталитарного режима* и т. д.<sup>10</sup>

Особенностью действия закона смысловой избыточности в медиатекстах интервью, представленных на сайте «Эхо Москвы», является выделение отдельных ключевых фраз из дискурса интервьюируемого на основе их повторной графической актуализации (см., например, повтор фразы: С. Кучер: *Я думаю, последнее, что хотел бы Мединский – это войти в историю министром, о котором ничего не говорили*).

Авторская индивидуальность участника интервью на уровне репрезентации данного закона особенно очевидна. Она проявляется в доминантных смыслах, манере общения, употреблении языковых средств, характерных приемов, общей доминирующей тональности общения. Например, С. Кучер в этом плане характеризуется нетривиальностью использования языковых единиц (*маленький, буквально мышиный повод; болото – экономический кризис*), современным подходом к словоупотреблению (*перессориться – повычеркивать друг друга из френдлов*), парадоксальностью суждений (ср.: *Я оптимист на фоне депрессии*) и др.

Рассмотрим в рамках исследуемого материала действие другой универсалии – закона коммуникативно обусловленной экономии в медийном освещении информационного повода.

1. *Аналитические статьи.* В медиатекстах данного жанра реализуются такие принципы текстовой организации, как смысловая и прагматическая детерминация заголовочных комплексов медиасообщений и парадоксальность в репрезентации информационного повода в массмедиа. Ср., например, прагматически ориентированные названия аналитических статей в «Независимой газете»: *Госдума возвращает статус места для дискуссий; В Калмыкии ищут потомков Чингисхана; Живая клетка – сама себе санитар; Преступление без наказания.*

Так, в статье М. Сергеева *Бизнес не разделил оптимизма Кудрина* актуализированный в заглавии доминантный смысл в освещении информационного повода (речь идет об экономическом росте в России через пять лет, по заявлениям на форуме А. Кудрина) далее подтверждается контрастными по отношению к информационному поводу доказательствами в виде лаконичного цитирования мнений четырех представителей экспертного сообщества, а также размещения таблицы с конкретными расчетами и цифровыми данными<sup>11</sup>.

Принцип прагматически ориентированного отсутствия равновесия между эксплицитной и имплицитной формами подачи информационного повода в аналитических статьях, целью которых является конкретное выражение полученных аналитически выводов и обобщений, реализуется слабо, обычно благодаря использованию лишь отдельных эвфемизмов (см.: *Утверждение Алексея Кудрина о том, что в России через пять лет начнется быстрый экономический рост, удивило предпринимателей; Многие бизнесмены...*<sup>12</sup>; *Эксперты предсказывают...*<sup>13</sup>).

2. *Блоги.* Универсалия коммуникативно обусловленная экономия в медийном освещении информационного повода в медиатекстах данного жанра репрезентируется на уровне их небольшого объема (в рассмотренных текстах он равен 400–

<sup>10</sup> <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1830626-echo/>

<sup>11</sup> [http://www.ng.ru/economics/2016-10-06/4\\_kudrin.html/](http://www.ng.ru/economics/2016-10-06/4_kudrin.html/)

<sup>12</sup> Там же.

<sup>13</sup> [http://www.ng.ru/regions/2016-10-06/5\\_kalmykia.html/](http://www.ng.ru/regions/2016-10-06/5_kalmykia.html/)

800 словам), несмотря на информационно-прагматическую насыщенность. В данном случае реализуется, во-первых, такой принцип данного закона, как жанрово-стилистическая компрессия. Вместе с тем возможны и исключения. Так, два медиатекста из блога Г. А. Явлинского (*Чрезвычайщина*<sup>14</sup> и *Обрыв*<sup>15</sup>), например, характеризуются большим объемом (от 1 200 до 1 800 слов) в соответствии с авторской интенцией и особенностями информационного повода (его остротой, актуальностью).

Во-вторых, в блогах, как и в медиатекстах других жанров, актуальным остается принцип смысловой и прагматической детерминации заголовочных комплексов медиасообщений. Ср. названия актуальных по смыслу и прагматически действенных записей в блогах разных участников медиакommunikации: *Дежавю массового ограбления*<sup>16</sup>; *Почему важно считаться с непросвещенным мнением граждан*<sup>17</sup>; *Выборы-2016: Гудков оказался заложником «Яблока»*<sup>18</sup>; *Закончились выборы в Госдуму*<sup>19</sup>; *Психология коррупционеров*<sup>20</sup>, *Образование страдает первым*<sup>21</sup>, *Стыдливое признание*<sup>22</sup>.

В-третьих, в блогах особенно активно реализуются такие принципы закона коммуникативно обусловленной экономии в медийном освещении информационного повода, как парадоксальность в репрезентации информационного повода в массмедиа и прагматически ориентированное отсутствие равновесия между эксплицитной и имплицитной формами подачи информационного повода (за счет аллюзий, приемов умолчания, эвфемизации). Особенности медиажанра позволяют блогерам максимально реализовать собственные интенции, используя значительный арсенал изобразительно-выразительных средств, среди которых в анализируемом материале оказались частотными текстовые парадигмы антонимического типа и приемы контраста. Приведем примеры из блогов Д. Ольшанского (*сторонники прогресса – сторонники морали, духовности и сурового порядка; терпеть – сажать; геи – натуралы; гнуснятина – норма* и т. д.)<sup>23</sup>, Г. Саруханяна (*друзья и враги чередуют свои симпатии и антипатии*)<sup>24</sup>, Г. Явлинского (*парадное мероприятие – непролазная тряпина* (о войне)); А. Рощина (*консервативная провинция – космополитичная Москва*)<sup>25</sup> и др.

Ироническая парадоксальность отражается иногда в самом названии блога: *Или аборт запретить, или Кузнецову снять*<sup>26</sup>. Ирония как одно из средств выражения закона коммуникативно обусловленной экономии в медийном освещении информационного повода достаточно распространена в блогах (*заметные только из Кремля успехи*<sup>27</sup>; *своего рода Вассерман от «партии власти»* (об одном из кандидатов в депутаты)<sup>28</sup> и др.

<sup>14</sup> [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1850470-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1850470-echo/)

<sup>15</sup> [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1844096-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1844096-echo/)

<sup>16</sup> <http://www.ng.ru/blogs/filatov/dezhavyu-massovogo-ogrableniya.php/>

<sup>17</sup> <http://www.ng.ru/blogs/olshansky/pochemu-vazhno-schitatsya-s-neprosveshchennym-mneniem-sograzhdan.php/>

<sup>18</sup> <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/vybory2016-gudkov-okazalsya-zalozhnikom-yabloka.php/>

<sup>19</sup> <http://www.ng.ru/blogs/patriotizm/zakonchilis-vybory-v-gosdumu.php/>

<sup>20</sup> <http://www.ng.ru/blogs/filatov/psikhologiya-korrupsionerov.php/>

<sup>21</sup> [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1823438-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1823438-echo/)

<sup>22</sup> [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1848136-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1848136-echo/)

<sup>23</sup> <http://www.ng.ru/blogs/olshansky/pochemu-vazhno-schitatsya-s-neprosveshchennym-mneniem-sograzhdan.php/>

<sup>24</sup> <http://www.ng.ru/blogs/patriotizm/zakonchilis-vybory-v-gosdumu.php/>

<sup>25</sup> <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/vybory2016-gudkov-okazalsya-zalozhnikom-yabloka.php/>

<sup>26</sup> <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/ili-aborty-zapretit-ili-kuznetsovu-snyat.php/>

<sup>27</sup> [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1850470-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1850470-echo/)

<sup>28</sup> <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/vybory2016-gudkov-okazalsya-zalozhnikom-yabloka.php/>

Особенно актуальным для блогов является такой принцип реализации рассматриваемой коммуникативной универсалии, как прагматически ориентированное отсутствие равновесия между эксплицитной и имплицитной формами подачи информационного повода. В привлеченном для анализа материале это выражается в обилии аллюзий и эвфемизмизации. См. примеры: *партия власти*, «*крымский консенсус*», *товарищи по оппозиционному лагерю*, *демократы*, «*благодарные москвичи*», *яблочные одномандатники*<sup>29</sup>; *слуги народа*, *борцы с коррупцией*<sup>30</sup> и др.

3. *Интервью*. Для рассматриваемых в статье интервью в большей мере характерен закон прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности. Закон коммуникативно обусловленной экономии в медийном освещении информационного повода реализуется главным образом на основе принципов парадоксальности в репрезентации информационного повода в массмедиа и прагматически ориентированного отсутствия равновесия между эксплицитной и имплицитной формами подачи информационного повода. Это связано с усилением личностного начала в текстовом развертывании интервью в силу специфики данного жанра и доминантной позицией интервьюируемого, а также с поведением ведущей, которая может возвращаться к информационным поводам, не всегда соглашаясь с точкой зрения гостя.

Принцип парадоксальности создает впечатление неоднозначности оценки информационного повода, когда средства выражения фактически актуализируют более глубокие смыслы, не исчерпываясь поверхностной семантикой на языковом уровне. Об этом можно судить по многоплановой оценке С. Кучером личности Мединского в связи с интерпретацией сюжета о 28 панфиловцах. См. рассуждения, объясняющие и поддерживающие личность (*Мединский, я убежден, верит во всё, что он говорит. Он, действительно, так считает...; ...Я просто считаю, что, во-первых, вот имеет право на жизнь правда Мединского в отношении того, что есть святые фильмы о 28 панфиловцах так, как их представляли советские учебники истории...<sup>31</sup>*), с другой стороны, отражение неприятия этой позиции (*Есть красивая легенда, которая о героизме нашего великого народа, и не надо эту легенду портить и очернять – вот это тезис Мединского. И, на его взгляд, высказывание любых сомнений в том, что это было – есть очернение этой легенды. Мы с ним здесь во взглядах точно не сходимся<sup>32</sup>*). См. парадоксальность в оценке системы перехода власти в интервью Н. Сванидзе: *не выработана система, не выработан формат перехода власти. При монархии он есть. Король умер, да здравствует король. При демократической форме правления он тоже есть. Это просто регулярные выборы и все. А у нас и не демократия, и не наследственная власть, а у нас не поймешь что. И ни то, и ни другое<sup>33</sup>*.

Использование аллюзий и эвфемизмов отражает принцип прагматически ориентированного отсутствия равновесия между эксплицитной и имплицитной формами подачи информационного повода. Ср., во-первых, аллюзии с историей Римской империи в интервью С. Кучера (*это гигантское нагромождение исторических мифов, легенд, абсолютной неправды – вся римская история, вся история Римской империи, просто начиная с момента основания Рима*)<sup>34</sup>; отсылку

<sup>29</sup> <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/vybory2016-gudkov-okazalsya-zalozhnikom-yabloka.php/>

<sup>30</sup> <http://www.ng.ru/blogs/filatov/psikhologiya-korrupsionerov.php/>

<sup>31</sup> <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1849874-echo/>

<sup>32</sup> Там же.

<sup>33</sup> <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1830626-echo/>

<sup>34</sup> <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1849874-echo/>

Н. Сванидзе к воспоминаниям о советских временах: *Мы помним, как это было при Брежнев*; *Так было, кстати, но более мягко при Советском Союзе, потому что тогда было политбюро все-таки*<sup>35</sup>.

Во-вторых, ссылки на афоризмы, например, в интерпретации отмеченного выше сюжета о панфиловцах: *Истина не зависит от фактов*<sup>36</sup>; ср. также примеры из интервью Н. Сванидзе: *Над кем смеемся, господа. Над собой смеемся. Это классик сказал давно. Это смех над собой; Это заметил Василий Осипович Ключевский, великий русский историк, что история ничему не учит, но жестко спрашивает за невыученные уроки*<sup>37</sup>.

В-третьих, использование эвфемизмов (так называемые «*Офицеры России*»; *любители искусства, правды и истины* – в рассуждениях о выставке Стёрджеса; *жители, власть* – в сюжете о памятнике Грозному в Орле; *условные охранители – условные оппозиционеры* и т. д.)<sup>38</sup>

Таким образом, существует жанровая и стилистическая специфика в реализации рассмотренных медийных коммуникативных универсалий на уровне актуализации разных принципов организации и средств их выражения в различных медиатекстах. Например, закон прагматически обусловленной смысловой избыточности на уровне многократно отраженного информационного повода в текстовой деятельности в большей мере характерен для медиатекстов в жанре аналитической статьи, где средствами его воплощения могут быть схемы, таблицы, ссылка на экспертов и специалистов; в жанре интервью, где интервьюируемый обычно использует лично окрашенные языковые средства, часто не только имеющие «избыточность» в смысловом отношении, но и эмоционально-прагматическом.

В блогах чаще реализуется закон коммуникативно обусловленной экономии в медийном освещении информационного повода на уровне объема медиатекста, а также в связи с реализацией принципов парадоксальности в репрезентации информационного повода в массмедиа и прагматически ориентированного отсутствия равновесия между эксплицитной и имплицитной формами подачи информационного повода за счет аллюзий, эвфемизмов.

Во всех медиатекстах рассмотренных жанров, хотя и в разной мере (в большей – в интервью и блогах, в меньшей – в аналитических статьях), на уровне рассмотренных коммуникативных универсалий различными средствами репрезентируется личностное начало авторов.

## Список литературы

*Болотнов А. В.* Текстовая деятельность как отражение коммуникативного и когнитивного стилей информационно-медийной языковой личности: Моногр. Томск: Изд-во Том. ЦНТИ, 2015. 274 с.

*Болотнова Н. С.* Коммуникативная стилистика текста: медийные коммуникативные универсалии // Вестн. Том. гос. пед. ун-та. 2015. Вып. 9(162). С. 19–27.

*Мельников Г. П.* Язык как система и языковые универсалии // Языковые универсалии и лингвистическая типология. М., 1969. С. 34–45.

<sup>35</sup> <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1830626-echo/>

<sup>36</sup> <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1849874-echo/>

<sup>37</sup> <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1830626-echo/>

<sup>38</sup> <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1849874-echo/>

### Список источников

- Казанцев В.* Госдума возвращает статус места для дискуссий. URL: [http://www.ng.ru/politics/2016-10-06/1\\_gosduma.html](http://www.ng.ru/politics/2016-10-06/1_gosduma.html) (дата обращения 05.10.2016).
- Ольшанский Д.* Почему важно считаться с непросвещенным мнением сограждан. URL: <http://www.ng.ru/blogs/olshansky/pochemu-vazhno-schitatsya-s-neprosveshchennym-mneniem-sograzhdan.php> (дата обращения 05.10.2016).
- Особое мнение. В гостях Н. Сванидзе. 2 сентября 2016 г. URL: <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1830626-echo/> (дата обращения 05.10.2016).
- Особое мнение. В гостях С. Кучер. 5 октября 2016 г. URL: <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1849874-echo/> (дата обращения 05.10.2016).
- Роцин А.* Выборы-2016: Гудков оказался заложником «Яблока». URL: <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/vybory2016-gudkov-okazalsya-zalozhnikom-yabloka.php> (дата обращения 05.10.2016).
- Роцин А.* Или аборт запретить, или Кузнецову снять. URL: <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/ili-aborty-zapretit-ili-kuznetsovu-snyat.php> (дата обращения 05.10.2016).
- Саруханян Г.* Закончились выборы в Госдуму. URL: <http://www.ng.ru/blogs/patriotizm/zakonchilis-vybory-v-gosdumu.php> (дата обращения 05.10.2016).
- Сергеев М.* Бизнес не разделил оптимизма Кудрина. URL: [http://www.ng.ru/economics/2016-10-06/4\\_kudrin.html](http://www.ng.ru/economics/2016-10-06/4_kudrin.html) (дата обращения 05.10.2016).
- Серенко А. В.* В Калмыкии ищут потомков Чингисхана. URL: [http://www.ng.ru/regions/2016-10-06/5\\_kalmykia.html](http://www.ng.ru/regions/2016-10-06/5_kalmykia.html) (дата обращения 05.10.2016).
- Филатов А.* Дежавю массового ограбления. URL: <http://www.ng.ru/blogs/filatov/dezhavu-massovogo-ogrableniya.php> (дата обращения 05.10.2016).
- Филатов А.* Психология коррупционеров. URL: <http://www.ng.ru/blogs/filatov/psikhologiya-korruptsiionerov.php> (дата обращения 05.10.2016).
- Явлинский Г. А.* Образование страдает первым. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1823438-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1823438-echo/) (дата обращения 05.10.2016).
- Явлинский Г. А.* Обрыв. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1844096-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1844096-echo/) (дата обращения 05.10.2016).
- Явлинский Г. А.* Стыдливое непризнание. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1848136-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1848136-echo/) (дата обращения 05.10.2016).
- Явлинский Г. А.* Чрезвычайщина. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1850470-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1850470-echo/) (дата обращения 05.10.2016).
- Явлинский Г. А.* «Яблоко» не признает результаты выборов VII Государственной Думы ФС РФ. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1843300-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1843300-echo/) (дата обращения 05.10.2016).

**N. S. Bolotnova**

*Tomsk State Pedagogical University, Tomsk, Russian Federation  
nsb@tspu.edu.ru*

#### **Reflection of media communicative universals in media texts of different genres**

The paper deals with means of representation in media texts of two media communicative universals: pragmatically conditioned semantic redundancy on the level of multiply reflected informational cause in textual activity and communicatively conditioned economy in media inter-

pretation of informational cause. Media communicative universals defined as laws and its realizing principles of textual organization, which reflect informational cause as an element of media communication and fit with criterions of frequency and repetition. The research is done on the basis of analytical newspaper articles, blogs, and interviews of 2016. The author reveals the representative specificity of media communicative universals conditioned by genre and stylistic peculiarities of media texts as well as authors intention and their idiostyle peculiarities. The findings are of interest for media linguistics and communicative stylistics of text.

*Keywords:* media communicative universal, media text, informational cause, analytical article, blog, interview.

DOI 10.17223/18137083/58/15

## References

Bolotnov A. V. *Tekstovaya deyatel'nost' kak otrazhenie kommunikativnogo i kognitivnogo stiley informatsionno-mediynoy yazykovoy lichnosti: monogr.* [Textual activity of informational and media language personality as a reflection of its communicative and cognitive styles: monograph]. Tomsk, CNTI, 2015, 274 p.

Bolotnova N. S. Kommunikativnaya stilistika teksta: mediynye kommunikativnye universalii [Communicative stylistics of text: media communicative universals]. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 2015, no. 9(162), pp. 19–27.

Mel'nikov G. P. Yazyk kak sistema i yazykovye universalii [Language as a system and language universals]. In: *Yazykovye universalii i lingvisticheskaya tipologiya* [Language universals and language typology]. Moscow, 1969, pp. 34–45.

## List of sources

Kazantsev V. *Gosduma vozvrashchaet status mesta dlya diskussiy* [Gosdima gets back status of place for discussions]. URL: [http://www.ng.ru/politics/2016-10-06/1\\_gosduma.html](http://www.ng.ru/politics/2016-10-06/1_gosduma.html) (accessed 05.10.2016).

Ol'shankiy D. *Pochemu vazhno schitat'sya s neprosveshchennym mneniem sograzhdan* [Why it's important to consider uneducated opinion of fellow citizens]. URL: <http://www.ng.ru/blogs/olshansky/pochemu-vazhno-schitatsya-s-neprosveshchennym-mneniem-sograzhdan.php> (accessed 05.10.2016).

*Osoboe mnenie. V gostyakh N. Svanidze. 2 sentyabrya 2016 g.* [Special opinion. The guest is N. Svanidze. 2 of September 2016]. URL: <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1830626-echo/> (accessed 05.10.2016).

*Osoboe mnenie. V gostyakh S. Kucher. 5 oktyabrya 2016 g.* [Special opinion. The guest is S. Kucher. 5 of October 2016]. URL: <http://echo.msk.ru/programs/personalno/1849874-echo/> (accessed 05.10.2016).

Roshchin A. *Vybory-2016: Gudkov okazalsya zalozhnikom "Yabloka"* [Elections-2016: Gudkov is a hostage of "Yabloko"]. URL: <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/vybory2016-gudkov-okazalsya-zalozhnikom-yabloka.php> (accessed 05.10.2016).

Roshchin A. *Ili aborty zapretit', ili Kuznetsovu snyat'* [To prohibit abortions or to discharge Kuznetsova]. URL: <http://www.ng.ru/blogs/alexroschin/ili-abortiony-zapretit-ili-kuznetsovu-snyat.php> (accessed 05.10.2016).

Sarukhanyan G. *Zakonchilis' vybory v Gosdumu* [Elections in Gosduma have finished]. URL: <http://www.ng.ru/blogs/patriotizm/zakonchilis-vybory-v-gosdumu.php> (accessed 05.10.2016).

Sergeev M. *Biznes ne razdelil optimizma Kudrina* [Business wasn't so optimistic as Kudrin]. URL: [http://www.ng.ru/economics/2016-10-06/4\\_kudrin.html](http://www.ng.ru/economics/2016-10-06/4_kudrin.html) (accessed 05.10.2016).

Serenko A. V. *V Kalmykii ishchut potomkov Chingiskhana* [Descendants of Chingiskhan are looking for in Kalmykiya]. URL: [http://www.ng.ru/regions/2016-10-06/5\\_kalmykia.html](http://www.ng.ru/regions/2016-10-06/5_kalmykia.html) (accessed 05.10.2016).

Filatov A. *Dezhavyu massovogo ogrableniya* [Dèjà vu of mass robbery]. URL: <http://www.ng.ru/blogs/filatov/dezhavyu-massovogo-ogrableniya.php> (accessed 05.10.2016).

Filatov A. *Psikhologiya korrupsionerov* [Psychology of corruptionists]. URL: <http://www.ng.ru/blogs/filatov/psikhologiya-korrupsionerov.php> (accessed 05.10.2016).

Yavlinskiy G. A. *Obrazovanie stradaet pervym* [Education suffers in the first place]. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1823438-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1823438-echo/) (accessed 05.10.2016).

Yavlinskiy G. A. *Obryv* [Break]. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1844096-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1844096-echo/) (accessed 05.10.2016).

Yavlinskiy G. A. *Stydlivoe nepriznanie* [Diffident non-recognition]. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1848136-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1848136-echo/) (accessed 05.10.2016).

Yavlinskiy G. A. *Chrezvychayshchina* [Extraordinary measures]. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1850470-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1850470-echo/) (accessed 05.10.2016).

Yavlinskiy G. A. *“Yabloko” ne priznaet rezul'taty vyborov VII Gosudarstvennoy Dumy FS RF* [“Yabloko” doesn't recognize the results of elections in the 7-th Gosduma of Russian Federation]. URL: [http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky\\_g/1843300-echo/](http://echo.msk.ru/blog/yavlinsky_g/1843300-echo/) (accessed 05.10.2016).