

**А.В. Курьянович**

*Томский государственный педагогический университет*

**Современный эпистолярный дискурс:  
взгляд сквозь призму законов текстовой коммуникации**

*Аннотация:* В статье рассматриваются законы эффективного эпистолярного общения, выделенные на основании коммуникативно-прагматического критерия. Материалом для анализа служит современный эпистолярный, функционирующий в разных сферах межличностного взаимодействия. Взгляд сквозь призму эпистолярных коммуникативных универсалий позволяет судить о соотношении канона и степени его стилистической трансформации в конкретном тексте, что, в свою очередь, способствует формированию целостного представления о современной русской эпистолярной культуре.

In clause the laws effective epistolary of dialogue selected on the basis of communicative-pragmatical criterion are considered. A material for the analysis serves modern epistolary, functioning in different spheres of interpersonal interaction. The sight through a prism epistolary communicative the universal laws allows to judge a parity of a canon and degree of his stylistic transformation in the concrete text, that, in turn, promotes formation of complete representation about modern by Russian epistolary to culture.

*Ключевые слова:* эпистолярный дискурс, эпистолярный текст, коммуникация, законы текстовой коммуникации, эпистолярные коммуникативные универсалии.

Epistolary the diskurs, epistolary the text, communications, laws of the text communications, epistolary communicative the universal laws.

УДК: 81.38/42.

*Контактная информация:* Томск, ул. Карла Ильмера, 15/1. ТГПУ, историко-филологический факультет. Тел. (3822) 621748. E-mail: kurjanovich.anna@rambler.ru.

Характер межличностного взаимодействия и его результативность в первую очередь обусловлены сферой и ситуацией общения. Однако некоторые принципы коммуникации являются *универсальными*, определяющими «качественные показатели информационных связей и коммуникативных отношений» [Антонова, 2009, с. 23].

Знание и умелое применение классических законов эффективного общения (*закона адресации информации, закона конвенциональности, закона обратной связи* и пр.) необходимо для совершенствования общей коммуникативной культуры участников взаимодействия в целях гармонизации и повышения продуктивности диалога между ними.

Проблему осмысления *законов* коммуникативной практики, способствующих ее оптимизации, на сегодняшний день можно считать достаточно изученной как с позиций отдельных теорий (В.М. Березин, Е.Г. Дьякова, Г.Г. Почепцов, А.Д. Трахтенберг и др.), так и в рамках комплексной науки *коммуникативистики*, занимающейся изучением коммуникации в разных социальных сферах (Л.Г. Антонова, М.Л. Землянова, Л.Н. Котова и др.).

Применительно к сфере *речевой* коммуникации особый интерес представляет классификация *законов эффективного речевого общения* И.А. Стернина [2009], разработанная на *риторической* основе в рамках теории *речевого воздействия*. К числу этих законов исследователь относит, например, *закон речевого самовоздействия*, *закон доверия к простым словам*, *закон речевого усиления / поглощения эмоций*, *закон коммуникативных замечаний* и пр. Следование этим законам формирует «коммуникативную грамотность» (И.А. Стернин), лежащую в основе эффективного вербального взаимодействия и культуры общения в целом.

Законы *текстовой* коммуникации широко исследуются в рамках *коммуникативной стилистики текста*. Так, Н.С. Болотнова под *коммуникативными универсалиями* понимает «обусловленные коммуникативной природой текста закономерности его организации: законы и реализующие их принципы» [Болотнова, 2008, с. 62]. Взяв за основу «семантический признак» художественной реальности, исследователь выделяет коммуникативные универсалии и принципы словесного структурирования художественного текста, репрезентированные на его лексическом уровне: *закон эстетически ориентированной смысловой «избыточности»*, *закон эстетически обусловленной «экономии» языковых средств*, *законы гармонического соответствия текстовой парадигматики и синтагматики, типовых и уникальных текстовых ассоциаций*.

Поскольку для всех типов текстов характерна коммуникативная направленность, можно утверждать, что коммуникативные универсалии свойственны текстам разной жанрово-стилевой ориентации, в том числе, и эпистолярным. Однако сам их перечень и особенности текстовой реализации будут зависеть в первую очередь от специфики той сферы коммуникации, в рамках которой функционирует тот или иной текст.

Методологической базой в разработке проблемы *эпистолярных коммуникативных универсалий* выступает прием *моделирования*, при помощи которого становится возможным сопоставление эпистолярных дискурсов (далее – ЭД) разных авторов, построение на основе этого *инвариантной коммуникативной модели эпистолярного текста* как «комплексного метазнака» (В.А. Жеребков) и рассмотрение ее в динамике с учетом широкого социально-политического, экономического и духовно-ментального контекста. Варианты эпистолярного текста (далее – ЭТ) как разные способы реализации инвариантной сущности позволяют судить о соотношении эпистолярного канона и степени его стилистической трансформации в синхронии / диахронии.

Общие кодовые характеристики ЭД выделены нами на основе *коммуникативно-прагматического* критерия, предполагающего рассмотрение текста сквозь призму регулирующих общение автора и адресата правил. Данный фактор не раз выдвигался исследователями в качестве основополагающего в плане осмысления универсальных законов межличностной коммуникации (Р. Лакофф, Д. Слобин, Дж. Лич, Г.П. Грайс, М. Клайн, Д. Карнеги и др.), а также рассматривался как ключевой в сфере эпистолярного взаимодействия: с точки зрения реализации правил речевого этикета (А.А. Акишина, Н.Ю. Бусоргина, Н.И. Формановская), в плане экспликации различных риторических категорий (Н.И. Белунова, З.М. Данкер, Т.Н. Кабанова), в аспекте анализа речевых средств создания коммуникативно-прагматического эффекта (И.С. Баланчик, Т.С. Инютина, О.С. Иссерс, Н.А. Ковалева, Л.А. Летаева, Е.Ю. Муратова, О.П. Фесенко), с позиций изучения коммуникативно-прагматического потенциала различных типов ЭТ (И.А. Иванчук, М.М. Исупова, Е.В. Ковшикова, Е.В. Полякова, Н.Ю. Чигридова).

Несмотря на существование обширной научной базы в плане изучения коммуникативно-прагматических основ эпистолярия, в аспекте соотносимости с проблемой коммуникативных универсалий они не рассматривались. В вопросе выделения и обоснования эпистолярных универсалий с коммуникативно-прагматических позиций необходимо учитывать характерные признаки ЭД, нахо-

дящиеся в жесткой зависимости от экстралингвистических факторов коммуникации: интенциональную и адресатоориентированную направленность, тематическую полифонию, жанрово-стилевое многообразие и пр.

Существование эпистолярного канона позволяет сформулировать **законы соответствия**, понимаемые нами в качестве четырех коммуникативных универсальных признаков эпистолярия, реализующихся в соответствующих **принципах**:

**1. Закон соответствия текстовой информации требованию «эпистолярного бинорма»**, выражающийся в принципах:

– намеренной актуализации коммуникативно-прагматической оси «автор–адресат», отражающей интерактивный и предписывающий характер эпистолярного диалогизма;

– обязательной ориентации на личность конкретного адресата в постановке целей и выборе тем общения в рамках эпистолярного цикла;

– необходимой и достаточной самопрезентации адресанта, обусловленной опосредованным и дистанцированным характером эпистолярного контакта.

**2. Закон соответствия структурного построения текста эпистолярному композиционному канону**, в частности, находящий свое воплощение в принципе полной / частичной экспликации позиций коммуникантов посредством использования традиционной эпистолярной композиционной рамки.

**3. Закон соответствия текстовых единиц реализации авторского замысла перечню эпистолярных инвариантных средств**, реализующийся в принципах:

– эпистолярно обусловленной функциональной значимости речевых средств выражения авторской интенции;

– намеренной акцентуации графических элементов эпистолярного произведения как разновидности креолизованного текста.

**4. Закон соответствия стилевой разновидности эпистолярного произведения его жанровому канону**, репрезентирующийся в принципах:

– сохранения первичной (аутентичной) разговорной стилистической основы ЭТ как отражения соответствующей интенциональной направленности коммуникации;

– потенциальной стилистической трансформации эпистолярного жанрового канона (создание неаутентичных ЭТ) в зависимости от коммуникативной ситуации.

Продемонстрируем особенности реализации выделенных нами эпистолярных коммуникативных универсалий на примере современной переписки, фигурирующей в разных сферах речевого межличностного взаимодействия: маргинальной, официальной, публицистической, художественной, политической, рекламной и PR. Выбор материала обусловлен его структурно-типологической и жанрово-стилистической разноплановостью. Современный эпистолярный жанр переживает сегодня свое второе рождение, претерпевая при этом значительные изменения: письма пишутся по новым когнитивным сценариям, характеризуются специфичным «набором» речевых средств выражения и особенностями структурного, функционального, типологического и прагматического свойства.

### **1. Закон соответствия текстовой информации требованию «эпистолярного бинорма»**

Коммуникативное звено «автор–адресат» интересным образом представлено в современном ЭД, особенно в такой его составляющей, как *электронная переписка*.

Электронное общение *интерактивно* по своей природе: оно предполагает активный содержательный и речевой диалог сторон. Возможность вступать в коммуникацию как с одним, так и со множеством адресатов (пользователей се-

ти) одновременно (в режиме *on-line*) позволяет считать Интернет-общение разновидностью *массовой коммуникации* как одной из самых распространенных на сегодня форм бытования национального языка.

Под натиском *нетикета* – системы правил поведения в сфере Интернет-коммуникации – трансформируется «классическая» модель этикетных национальных традиций. В электронном общении отменены многие условности этикета: поддерживается нейтральное отношение к формулам приветствия и прощания, распространенным считается обращение ко всем на «ты» и пр.

В современных ЭТ коммуникативно-прагматический вектор «автор– адресат» может иметь не только *вероятностную*, но и *предписывающую* направленность в плане получения отклика. В этих случаях следует говорить о манипулятивно-воздействующей функции ЭТ как ключевой. Приведем примеры из «писем счастья»: *«Только попробуй не отослать это новогоднее поздравление своим друзьям!»*, *«Не игнорируй, случится плохое»*, *«Если эта цепь писем оборвется, ты столкнешься с 10 проблемами в последующие 10 лет»*, *«Обратно нельзя»*, *«Если ты прервешь цепь, то ты будишь всегда неудачлив(а). Тот человек полюбит другого»*, *«Более того, если ты решишь не обращать внимания на это письмо, произойдет обратное тому, что ты желаешь или это не исполнится никогда! Все зависит от того, что ты сделаешь с этим письмом. Выбор перед тобой»*<sup>1</sup>.

Манипулятивный потенциал ЭТ, используемых в *политическом дискурсе*, также очевиден. Здесь чрезвычайно уместным выглядит сам формат письма, приобретающий в условиях политической коммуникации статус манипулятивного средства. Пример: осенью 2005 года предвыборный штаб кандидата в депутаты Тимура Хисматуллина выпустил агитпакет, включающий тексты под условными названиями *«Что можно сделать за один месяц»*, *«Что можно сделать за один день»*, каждый – в конверте, на котором указан конкретный почтовый адрес отправителя («634029, г. Томск, а/я № 3676, Тимуру Хисматуллину»). Подобный креативный подход обуславливает высокую степень прагматичности данных ЭТ. Общий пафос текстов отражает умело найденный вариант установления диалога с потенциальными избирателями: *«Прошу все материалы ... направлять мне по адресу ... Вы можете отправить ответы на вопросы по почте или передать ... сотрудникам предвыборного штаба. В случае отправки по почте вложите социальную карту в конверт и опустите в ближайший почтовый ящик, марку наклеивать не нужно»* (подчеркнуто мною – А.К.).

*Фактор адресата* также является одним из определяющих специфику эпистолярного типа общения. Характер адресата в современной эпистолярной не сводится к какому-либо одному своему проявлению и может быть *конкретным*, *массовым* или *виртуальным*. Например, в *политических*, в том числе *PR-текстах*, имеющих формат письма, адресат параметризуется как *массовый* и *целевой*, которому сообщаемая информация доносится осознанно, с установкой на ее необходимость. Даже письма, адресованные одному человеку, в условиях общественно-политической коммуникации начинают обладать свойством массовой адресации, так как их может прочесть любой человек. Поэтому основным в ориентации на адресата становится акцент на такой составляющей его образа, как социально-ролевое поведение. Например, в приводимом ниже тексте превалирует такой параметризующий целевого адресата (на конверте указан точный почтовый адрес, фамилия, имя, отчество адресата) признак, как выполняемая им роль родителя ученика одной из школ города: *«Уважаемые родители! Забота о детях – это наша совместная обязанность. Но заключается она не только в том, чтобы накормить, одеть и дать детям определенные знания. Мы, взрослые, имея право гражданского голоса, должны решать – в каком обществе и по каким законам*

---

<sup>1</sup> Здесь и далее в текстах сохранена авторская орфография, пунктуация и графика.

*жить нашим детям... Призываю вас 9 октября прийти на избирательные участки и отдать свой голос за достойного человека. ВЫБОР НАШЕГО КОЛЛЕКТИВА – Евгений Валерьянович Парицто ... С уважением, директор школы № 51 Богданова Наталья Анатольевна» (выделено в тексте мной – А.К.).*

Ориентация на адресата присутствует и в сфере *маргинально-эпистолярной* коммуникации. В рамках «писем счастья», например, присутствует четкая установка на адресата, характер которого можно определить как *синкретичный*: текст приходит на имя конкретного лица, предполагает пересылку другим адресатам, претендуя на место в массовой коммуникации. Если данный ЭТ попадает в сферу электронного общения, образы коммуникантов приобретают *виртуальный* статус.

Особым образом в современном ЭД реализуется принцип *самопрезентации* автора. Так, в рамках электронной коммуникации ведущими выступают факторы физической непредставленности и абсолютной анонимности субъектов общения и как следствие – сознательно проводимые тактики укрывания или презентации ложной информации. Получаемые сведения анкетного характера или даже фотография бывают недостаточны для реального и адекватного восприятия личности собеседников, что может как способствовать, так и мешать общению. В пространстве веб-общения теряют свою значимость целый ряд барьеров общения, что обуславливает свободу личностного проявления участников общения, доходящую порой до состояния безответственности и аффективной раскрепощенности.

С другой стороны, возникает возможность конструирования виртуального образа в процессе самопрезентации каждого из участников веб-общения. Зачастую пользователи позиционируют себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы. Ролевое поведение позволяет переносить на виртуального двойника «нереальные» качества, «проигрывать» их. Одним из средств самовыражения в Интернет-коммуникации является выбор «*ника*» (от англ. *nickname*) – своеобразного «виртуального имени», в которое человек старается вложить как можно больше смысла и индивидуальности. «Ник» выступает мощным регулятивным средством, при помощи которого человек настраивает собеседника на восприятие определенных качеств своей виртуальной личности.

Коммуникативная установка на самопрезентацию как способ реализации универсального для ЭТ требования диалогизма в современном эпистолярном общении может превалировать над другими иллюзиями. Так, в политических текстах, имеющих формат письма, средства речевого этикета, помимо своей основной функции, участвуют в решении коммуникативной задачи создания положительного *имиджа* автора текста в глазах адресата: *«Уважаемая Галина Андреевна (имя и отчество вписано от руки – А.К.)! Выражаю Вам свою сердечную благодарность за поддержку моей кандидатуры на выборах в Думу города Томска. Очень важно, что Вы вместе со мной разделяете озабоченность положением дел в городе и так же хотите изменить ситуацию к лучшему. После оказанного Вами доверия, считаю своим долгом продолжить работу на нашем округе и при- дать новый импульс его развитию! Спасибо за то, что в день голосования, я могу на Вас рассчитывать! (подпись / ВЛАДИМИР РЕЗНИКОВ, 25.11.2007г. »).*

Итак, категория диалогизма квалифицируется нами в качестве эпистолярной коммуникативной универсалии, репрезентирующей себя на структурно-композиционном, тематическом, прагматическом, речевом уровнях текста при помощи принципов: обязательности коммуникативной оси «автор-адресат», ориентации на адресата, самопрезентации адресанта. В зависимости от коммуникативной ситуации, однако в рамках жанрового канона, происходит индивидуальное-авторское «насыщение» понятия «установка на диалог».

## 2. Закон соответствия структурного построения текста эпистолярному композиционному канону

Эпистолярный композиционный канон предусматривает наличие *композиционной рамки*. Ее образуют, с одной стороны, *начальное обращение* и *приветственная формула*, а с другой, – *концовка письма*, включающая следующие компоненты: *пожелание, установку на получение ответа, выражение отношения к адресату, подпись*. Появление данных структур факультативно и зависит от тематико-ситуативного контекста, возраста коммуникантов, их социального положения, степени знакомства.

Современная эпистолярная коммуникация в большинстве своем представлена неаутентичными ЭТ, принадлежащими разным сферам коммуникации. Изменение сферы функционирования жанра во многом обуславливает отклонение от инвариантной модели «классического» ЭТ, в том числе, и в отношении композиционного построения.

В электронной корреспонденции, например, может наблюдаться «смещение стилей» (делового и разговорного) в формулировке начальной фразы: приветствия типа *«добрый день, привет, здравствуйте»* могут сосуществовать с обращениями *«уважаемый, дорогой»*. Границы системы этикетных формул размываются, форма письма становится более свободной. Большая скорость обмена письмами влияет на частотность переписки. В связи с этим часто наблюдается усечение структуры электронного письма: «потеря» обращения, приветствия, подписи, сокращение повторяющихся элементов, этикетных формул вежливости. Современные электронные ЭТ – модифицированный вариант текстов эпистолярного жанра, особенности которого обусловлены спецификой современной коммуникации. Метаморфозы жанра обнаруживают себя на разных уровнях современного ЭТ, в том числе, – структурно-композиционном.

Ярким своеобразием с точки зрения структурно-композиционных особенностей обладают эпистолярно-маргинальные тексты – так называемые, «письма счастья». Здесь очевидны параллели с фольклорной и религиозной традицией одновременно: при сохранении формата и релевантных показателей ЭТ, данные тексты характеризуются «фольклорной» структурой (имеют зачин, эпическую часть и концовку). Важной составляющей любого «письма счастья» выступает предписывающая часть, касающаяся переписывания и рассылки писем. Здесь также явно ощутима фольклорная традиция, проявляющаяся в формульности суждений (*«это письмо обошло весь свет», «обратите внимание через 36 дней», «аминь»* и т.п.), отчасти сопоставимых с заговорной «закрепкой».

Наиболее точно следование композиционному жанровому канону прослеживается в сфере деловой корреспонденции. Приведем пример рамочного композита из письма-уведомления: *«Уведомление. **Уважаемая Елена Васильевна!** Администрация РГСУ уведомляет Вас, что 30.06.2010г. истекает срок Вашего трудового договора. Для продолжения трудовых отношений с РГСУ Вы вправе подать документы на конкурс в установленном порядке. В случае неизбрания по конкурсу Вы будете уволены в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 77 Трудового кодекса РФ. Просим Вас явиться в день увольнения в филиал РГСУ в г. Томск для получения трудовой книжки и расчета по заработной плате. Вы вправе дать письменное согласие на отправку филиалом трудовой книжки по почте. **Начальник Управления кадровой политики / А.И. Рыбакова / подпись / дата»*** (выделено мной – А.К.).

Современные письма все в большей степени становятся принадлежностью массовой коммуникации. В связи с этим, например, в политических ЭТ полностью редуцируются адресатные начальные обращения. При этом акцент делается на такой составляющей концовки письма, как подпись автора. Делается это, исходя из авторских целей самопрезентации и создания положительного имиджа

в глазах широкой общественности: *«С Днем матери! ...Этот праздник – лучший повод еще раз признаться в любви и выразить искреннюю благодарность вам, несущим самое светлое имя на земле – имя Матери... Желаю всем матерям крепкого здоровья, мира и семейного благополучия! ... Алексей Диденко, лидер Томского областного отделения ЛДПР, депутат Государственной думы Томской области»* («ЛДПР в Томской области» от 23.11.2007 г.).

Подобная установка характерна и для текстовой деятельности автора / составителя рекламного текста в формате письма, например: *«Уважаемые выпускники! Близится выпускной бал – завершающий аккорд беззаботных школьных лет. Пусть полученные в школе знания позволят Вам реализовать все самые смелые мечты, а надежные школьные друзья будут рядом долгие годы. От всей души желаем Вам быть счастливыми и успешными. **НОВЭКС**. Товары для Вас и Вашего дома. Мы рады предоставить Вам СКИДКУ 10 % на весь ассортимент магазинов **“НОВЭКС”**. Вы можете получить скидку, предъявив кассиру эту открытку с 20 по 30 июня 2010 года в магазинах **“НОВЭКС”**».*

Таким образом, в инвариантной модели находит свое текстовое воплощение такая эпистолярная коммуникативная универсалия, как соответствие структуры ЭТ жанровому канону, предполагающему наличие клишированного рамочного композита (построения). В полной мере данный универсальный закон, свойственный ЭТ разной жанрово-стилевой и временной принадлежности, реализуют аутентичные (функционирующие в письменно разговорной сфере коммуникации) письма. В стилистически модифицированных, неаутентичных ЭТ сохраняется ориентация на композиционный жанровый канон. При этом возможна его трансформация, обусловленная экстралингвистическими / лингвистическими факторами.

### ***3. Закон соответствия текстовых единиц реализации авторского замысла перечню эпистолярных инвариантных средств***

Эпистолярное общение не дает возможности осуществления визуального контакта между собеседниками. Это затрудняет эмоциональный компонент коммуникации и создает особые «нагрузки» на эпистолярное слово, которое вынуждено восполнять за свой счет отсутствие невербальных средств.

Эпистолярная манера общения сегодня стремится к сокращениям и компактности: так можно общаться сразу с несколькими людьми, затрачивая при этом минимум усилий. Язык современных ЭТ, будучи письменным выражением мыслей и эмоций, стремится к тому, чтобы копировать разговорную, а точнее, устно-разговорную речь, демонстрируя тенденцию «оживления» («он-лайнности») речи.

Несмотря на то, что современная эпистолярная речь представляет разновидность письменной речи, ей становятся «чужды» некоторые нормы, в частности, орфографические. Критерием написания становится фактор экономии времени и материальных средств с учетом относительной ориентации на понимание со стороны адресата. В результате такого подхода становится возможным отсутствие знаков препинания, заглавных букв, сокращение слов, наличие орфографических ошибок и технических опечаток, появление транслита.

В ЭТ, фигурирующих в политическом и рекламном дискурсах, активно используются стандартные эпистолярные клише, а также эпистолярный метасловарь. Так, в одном из текстов политического письма кандидата в депутаты Тимура Хисматуллина к избирателям присутствует характерный для текстов эпистолярного жанра компонент «P.S.», содержание и графический способ презентации (особый размер и цвет шрифта) которого непосредственно «работает» на создание положительного имиджа автора в глазах читателей: *«P.S. К настоящему времени участие в проекте “Социальная карта” приняли более 9 000 жителей округа».*

В этом же тексте используются также специфичные для ЭТ способы создания диалогичности – категории, релевантной для писем разных видов: *«Прошу все материалы, касающиеся проекта “Социальная карта”, направлять: 1. Мне по адресу, указанному в карточке...2. Мне по другому адресу...3. Для публикации в газету... С уважением, Тимур Хисматуллин»* (выделено в тексте – А.К.).

Отсутствие невербальных компонентов в сфере эпистолярной коммуникации придает статус смыслообразующих *графическим* средствам ЭТ, что позволяет квалифицировать письмо как сложное текстовое образование, в котором вербальные и иконические элементы образуют единое структурное, смысловое и функциональное единство (*«креолизованный»* текст, по определению Ю.А. Сорокина). «На помощь» современной лаконичной эпистолярной речи приходят графические изображения, символически репрезентирующие определенные эмоциональные состояния или чувства – *смайлики*. Например, символы :( или ☹ передают негативные эмоции, а :) или ☺ – означают радость, хорошее настроение.

Чрезвычайно актуально создание графического образа текста в сфере политической и рекламной коммуникации. Например, в предвыборном агитационном тексте фракции ЛДПР от 15 сентября 2005 года, имеющем формат письма, центральная часть, наиболее информативно значимая, представляет перечень ключевых моментов, касающихся вопросов жизнедеятельности г. Томска. Об этом свидетельствует выбор шрифта и нумерация, облегчающие читателю процесс восприятия текста, делающие информацию наиболее запоминаемой: *«... Считаю, что для Вашего города наиболее актуальными проблемами действительно являются: 1. Необоснованное повышение жилищно-коммунальных тарифов, связанное с бесконтрольными тратами коммунальных служб; 2. Беспредел в сфере пассажирских перевозок маршрутным транспортом; 3. Экологическая безопасность Томска должна стать объектом пристального внимания со стороны депутатов городской Думы; 4. Благоустройство придомовых и межквартальных территорий в Томске станет задачей № 1; 5. Целевая программа по капитальному ремонту “хрущевок” должна быть скорее воплощена в жизнь»* (выделено в тексте – А.К.).

В «письмах счастья» разновидностью графической информации, воспринимаемой визуально, можно считать обилие количественных и порядковых числительных в виде цифр: *«Пошли это 30 людям не позже, чем через час, после прочтения», «В 2009 году желаю тебе 12 месяцев без болезней, 53 недели всего хорошего, 365 дней счастья, 8760 часов успеха, 525600 минут любви, и 315360000 секунд приятных моментов. Только попробуй не отослать это новогоднее поздравление своим друзьям!»*.

Итак, в виду отсутствия непосредственного контакта между коммуникантами в условиях эпистолярного взаимодействия, особая роль в ЭТ отводится языковым (в первую очередь – лексическим) и паралингвистическим (графическим) средствам. Какие-либо «предпочтения» в выборе данных средств зависят от коммуникативной ситуации, жанрово-типологических свойств ЭТ и особенностей идиостиля того или иного автора.

#### **4. Закон соответствия стилевой разновидности эпистолярного произведения его жанровому канону**

Частная переписка в традиционном понимании реализует *разговорный* стиль речи. Этому способствует обусловленность эпистолярного типа общения такими экстралингвистическими факторами, как неофициальность и непринужденность диалога, неподготовленность эпистолярной речи, ее автоматизм, спонтанность.

На протяжении XX века «классический» эпистолярный претерпевает серьезные изменения. В первую очередь это касается процентного соотношения между функционально-стилевыми разновидностями «внутри» эпистолярного жанра.



В частности, ослабевает поток частной переписки, вместе с этим наблюдается возникновение новых разновидностей ЭТ, появление которых обусловлено изменившимися историческими, политическими, экономическими и общественными условиями жизни. В значительной мере сужает и даже вытесняет другие формы общения, включая «классические» способы его осуществления посредством почтовой корреспонденции, *электронная коммуникация*.

Типологическая характеристика современного ЭД предполагает выделение в нем таких *разновидностей аутентичных ЭТ*, как:

1. **Почтовая корреспонденция:** частные и деловые письма, открытки, телеграммы.

2. **Тексты, передаваемые посредством телефонной связи:** факсимильная переписка, сообщения на пейджер, SMS-сообщения.

3. **Электронные послания:** тексты, передаваемые по электронной почте, а также другие, фигурирующие в рамках Интернет-коммуникации на страницах чатов, сайтов, форумов, мессенджеров.

Изначально характеризуясь принадлежностью к зоне разговорной речи, эпистолярный жанр способен переходить из стиля в стиль, из одной сферы коммуникации в другую, при этом трансформироваться и «приспосабливаться» к требованиям «неродной» для него дискурсивной ситуации. Смена сферы функционирования жанра рождает вторичные жанры, являющиеся онтологически производными от первичного, репрезентированного в разговорной коммуникации. В подобных случаях наблюдаются процессы «обработанности» жанра письма в соответствии с требованиями «вторичного» дискурса и появления в результате такого «стилистического редактирования» аутентичного текста речевого продукта иной жанрово-стилевой маркированности и природы – неаутентичного ЭТ с явными следами модификации.

Так, в рамках *официально-делового* стиля письмо – один из важных, наиболее часто встречающихся типов текста. Все виды деловой корреспонденции имеют свои особенности, обусловленные социокультурными традициями написания частных деловых писем, которые строго регламентированы на социальном уровне. Сегодня увеличивается число жанровых разновидностей деловой корреспонденции и поводов для составления и отправления деловых писем. Однако надо заметить также, что с точки зрения диахронии деловая корреспонденция насчитывает уже достаточно долгую историю своего существования и является для ЭД генетически исходной, поскольку и зародился эпистолярный в недрах именно делового типа текста в виде *формулярников* и *титулярников* как особого рода писемников.

ЭТ, функционирующий в рамках *политического* дискурса, в полной мере отвечает требованиям коммуникативной целесообразности и эффективности, предъявляемым соответствующей дискурсивной ситуацией к текстам подобного рода. Однако, попадая в рамки «вторичного» дискурса, ЭТ претерпевает смещение акцентов в своей *целевой программе* с установок фатического свойства в сторону агитационности. Агитационно-манипулятивная функция представляет собой саму суть создания текстов подобного рода и получает статус над-функции. Формат письма способствует созданию эффекта достоверности сообщаемой информации (использование конверта, часто – со штемпелями об отправке и получении, придает письму статус некоего артефакта), что повышает силу прагматического воздействия текста.

Современный ЭД *рекламного* и *PR* типа, представленный неаутентичным, стилистически модифицированным вариантом ЭТ, реализует волюнтаривную коммуникативную стратегию. В данном случае объектом рассмотрения являются *тексты коммерческой и социальной рекламы*, имеющие формат *электронных* или *печатных писем*. Жанрово-стилевой особенностью такого рода ЭТ выступает вы-

сокая степень их прагматического потенциала, обусловленная коммуникативной авторской установкой.

Попадая в *публицистическую* сферу коммуникации, письмо перестает быть просто средством общения, становясь инструментом эффективного воздействия на широкий круг читателей, побуждения к определенной модели поведения. Неаутентичный эпистолярно-публицистический текст обретает новое «звучание», поскольку начинает подчиняться задачам публицистической коммуникации, главной из которых является оценка явлений действительности с социально-политических позиций, что проявляется в такой текстовой категории, как *социальная оценочность*.

В рамках *литературно-художественного* дискурса ЭТ может рассматриваться как неаутентичный стилистический вариант узуальной эпистолярной модели, который «благодаря литературной стилизации изложения в эпистолярной форме от первого лица психологически убедительно, изнутри показывает духовную жизнь героев, способствует интимизации повествования, проявлению личного начала» [Протопопова, 2003, с. 634].

В свете вышесказанного представляется целесообразным рассматривать письмо как устойчивый узуальный жанр, функционирующий в разных сферах бытования языка и сохраняющий при этом свои инвариантные признаки. Стилиевая «гибкость», с одной стороны, и дискурсивная «гибридность», с другой, позволяют письму быть вовлеченным в сферы как межличностной (разговорной), так и массовой коммуникации (политической, рекламной, PR, публицистической). Это составляет яркую специфичную черту ЭД как особой коммуникативной практики на современном этапе развития нации и является показателем определенной степени сформированности жанра как в синхронии, так и диахронии.

В русле настоящего исследования актуально выделение инвариантной модели текстовой реализации эпистолярного канона, что позволяет судить об эпистолярности как динамической системе, подвергающейся на разных этапах своего развития жанрово-стилевым, языковым, структурным, функционально-прагматическим трансформациям. Данный подход позволяет сформировать целостное и системное представление о русской эпистолярной культуре как неотъемлемой составляющей национальной ментальности с учетом широкого социально-политического и культурного контекста. При этом анализ динамичного развертывания ЭД осуществляется с учетом лингвистических и экстралингвистических факторов, обуславливающих специфику его функционирования. В этом плане проблема изучения коммуникативных эпистолярных универсалий является актуальной и требующей дальнейшего анализа.

## Литература

Антонова Л.Г. Классические законы коммуникации и современное информативное пространство // Русский язык в школе. 2009. № 4. С. 22–25.

Болотнова Н.С. Коммуникативные универсалии // Коммуникативная стилистика текста: Словарь-тезаурус. Томск, 2008. С. 62–63.

Протопопова О.В. Эпистолярный жанр // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М., 2003. С. 627–631.

Стернин И.А. Основы речевого воздействия. Воронеж, 2009.