

## ТИПОЛОГИЯ ИНТЕРТЕКСТЕМ ПО ПЕРВОИСТОЧНИКУ (на материале российских газет и журналов)

Махова Анна Алексеевна  
Национальный исследовательский  
университет «БелГУ»

*В статье предлагается классификация интертекстем по такому параметру, как первоисточник цитатного материала.*

Ключевые слова: *интертекстема, прецедентный текст, текст-первоисточник.*

*The article discusses the classification of intertextemes by such parameter as the original text for the quoted material.*

Keywords: *intertexteme, precedent text, original text.*

Интертекстуальность объясняет взаимодействие текстов в самых разных проекциях, обращаясь к содержательно-смысловым единицам текста, структурно-композиционному построению или «материи» текста, его семиотическим кодам. Анализ теорий, представленных в научной литературе, свидетельствует, что открытость текста по отношению к другим текстам является онтологическим его свойством – и в широкой и в узкой (в качестве типологической интертекстуальности) проекции.

**Массмедийная интертекстуальность свойственна текстам СМИ в целом**, которые, являясь звеном в передаче информации, функционируют как интертексты и гипертексты, создавая свою «информационную реальность» (Володина 2008: 46). «... Постоянная и бесконечная ссылка текстов друг на друга и постоянное цитирование» делает эти тексты лишь звеном в передаче информации (Артамонова, Кузнецов 2008: 110), что, в конечном счете, приводит к тому, что массово-коммуникативные тексты существуют как гипертекст или интертекст, «в перекличке в другими текстами, даже если последние явно не цитируются» (Петренко 2008: 175). Подобная всеохватность массмедийной интертекстуальности делает ее мощным инструментом воздействия на аудиторию.

В современных исследованиях подчеркивается весомость и значимость фактора *адресатности* в печатных и электронных СМИ, поскольку журналисты зависят от аудитории. Избирая целевую аудиторию, конкретные издания моделируют своего типового адресата по гендерному, возрастному, национальному, социальному, религиозному и другим признакам. Создавая образ читателя, автор моделирует и

свой собственный образ, ставит себя на место читателя, прогнозируя реакцию читателя на материал.

«Интертекстема» как сигнал инотекстового присутствия или знак «чужого» голоса в смысловом пространстве нового текста, апеллирующий к культурной памяти носителя русского языка, соотносится с понятием «прецедентный текст». Предпочтение термина «интертекстема» другим обозначениям исследуемого явления (например, *прагморелекс, речевые клише, цитация, текстовая реминисценция, культурный знак, логоэтистема* и др.) связано с тем, что своей внутренней формой избираемый термин отражает наличие межтекстовых отношений: протекста (прототекста) и принимающего текста.

Знание интертекстем и оперирование интертекстами, безусловно, можно рассматривать как некий «культурный срез» носителей языка и показатель принадлежности человека к определенной эпохе и культуре, в то время как незнание культурных знаков есть своего рода отторжение от существующей культуры. Интертекстуальный фонд, находясь в полной зависимости от времени и места, мировоззрения, кругозора и культурной памяти социума и индивида, со временем эволюционирует, изменяется: то, что было общим для одного поколения, становится иным в течение нескольких десятилетий. В этих условиях интертекст превращается «в орудие селекции», с помощью которого проводится граница между читателями, способными распознать интертекст (т.е. образованными читателями), и читателями обычными, которые не замечают интертекстуальные следы в тексте.

Исследователи отмечают, что многие прецеденты, используемые журналистами, агнонимичны для аудитории, особенно молодой. Уходят из коллективной памяти цитаты, принадлежащие классической литературе, истории, искусству, поэтому многие интертекстемы перестают выполнять свое знаковое предназначение в текстах массовой коммуникации. Приведем два примера:

(1) *Наша эпоха породила фигуру гуру, т.е. признанного, а равно и самозваного эксперта, который производит пророчества касательно валютных курсов, движимый в основном стремлением к самоутверждению. Когда грядущее сокрыто мглой, приятно чувствовать себя пифией* (Известия, 25 декабря, 2008).

(2) *Вице-спикер верхней палаты А.П. Трошин, понимая, что ходить бывает склизко по камушкам иным, о том, что было близко, мы лучше умолчим, предпочел рассуждать о политической культуре соседей* (Известия, 7 июля, 2008).

В первом тексте прецедентное имя «пифия», отсылающее к мифам Древней Греции (Пифия – жрица-прорицательница Дельфийского оракула при храме Аполлона в Дельфах) и заключающее в себе значение «предсказатель будущего», «прорицатель», «пророк», тонирует текст

ироническим звучанием, которое неподготовленная аудитория может не уловить или вовсе не понять референтного значения. Более того, молодое поколение соотнесет имя «пифия» скорее с персонажем нашумевшего фильма «Матрица».

Перлокутивный эффект второго текста базируется на понимании текста-первоисточника («Ходить бывает склизко/По камешкам иным,/Итак, о том, что близко,/Мы лучше умолчим») из «Истории государства Российского от Гостомысла до Тимашева» А.Н. Толстого, спроецированного на отображение бесславной деятельности министров, которые плохо закончили свое правление. Отметим, что иронический подтекст в анализируемом тексте (2) все же улавливается и без апелляции к первоисточнику, и этому способствует построение фразы, контекст, очевидный смысл стихотворных строк, однако глубинного понимания текста все же не происходит.

Обращаясь к проблеме систематизации интертекстом, функционирующих в массовой коммуникации, мы разделили их по первоисточнику на пять групп, где первую группу образуют интертексты, апеллирующие к классической литературе (отечественной и зарубежной), вторая – к мифам, сказкам, былинам, сказаниям, третья представляет собой библейские тексты, четвертая состоит крылатых выражений, афоризмов, популярных фраз людей современности, пятая – это цитатный материал, источником которого является массовая культура.

Первая группа включает в себя несколько подгрупп, из которых наиболее многочисленную образуют интертексты, отсылающие к произведениям, которые проходили в школе (читали, заучивали наизусть, анализировали на уроках, писали сочинения). Это хрестоматийные произведения А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова, А.С. Грибоедова, Н.А. Некрасова, Л.Н. Толстого, М.А. Булгакова, М. Горького: *В Америке и рукописи горят* (Новая газета, 10 января 2008 г.); *После бала* (Новая газета, 17 января 2008 г.); *А папы кто?* (Огонек, № 7, 2007 г.); *«Да, он не Байрон, он другой»* (Независимая газета 21 июля 2008 г.); *А «ящик» просто закрывался* (Огонек, № 14 2008); *Гринева и Швабрины* (Литературная газета, 7 октября 2009 г.); *Поднимите мне веки* (Литературная газета, 8 апреля 2009 г.); *Например, а судьбы кто были?* (Литературная газета, 16 апреля 2008 г. «Властители и думы»); *Не общим аришином* (Литературная газета, 26 марта 2008 г. «Код “Евгения Онегина”»); *Я вас любил...* (Литературная газета, 6 февраля 2008 г.) *Война и мир – в клипах?* (Литературная газета, 27 февраля 2008 г.); *Без слез, без жизни, без любви* (Литературная газета, 20 февраля 2008 г.); *Эх, баржа, птица-баржа! Куда ж несешься ты? Дай ответ. Не дает ответа...* (Литературная газета, 20 февраля 2008 г. «Как корабль назовешь...»); *Свое суждение иметь?..* (Литературная газета, 14 мая 2008 г.); *Привет, немытая Россия* (Огонек, № 8, 2007 г.); *Герой нашего безвременья* (Огонек, № 18, 2007 г.) и др.

Например, заголовок *Герой нашего безвременья* (Огонек, № 18, 2007 г.) отсылает нас к роману М.Ю. Лермонтова «Герой нашего времени». Вместе с тем содержание публикации вычленяет в первотексте один смысловой аспект – «лишний человек», которым оказывается герой спектакля, «олигарх с человеческим лицом». Заголовок *А папы кто?* (Огонек, № 7, 2007 г.) активизирует в памяти читателя монолог Чацкого, но лишь на этапе знакомства с публикацией, поскольку статья обращается к роли отца в литературе, который зачастую только упоминается в произведении. Содержательное наполнение публикации не только не поддерживает апелляции к произведению А.С. Грибоедова, но уводит к другому культурному фону: Кабанихе из «Грозы» А.Н. Островского, барыне из «Му-му» И.С. Тургенева, матери семейства Головлевых М.Е. Салтыкова-Щедрина.

Следующая подгруппа – интертекстемы, источником которых являются произведения отечественных классиков, которые или не изучаются в школьном курсе, или находятся на периферии: *Девушка пела в церковном хоре* (Огонек, №, 2008 г.); *Ночной дозор* (Огонек, №6, 2008 г.); *Голод названье ему* (Литературная газета, 18 июня 2008 г.); *Папы разные нужны* (Литературная газета, 18 июня 2008 г.); *Мы с Тамарой спели парой* (Литературная газета, 16 апреля 2008 г.); *«Галкин сберег, типа, русскую речь»* (Известия, 4 июля 2008 г.); *Очарованный странник на берегу утопии* (Российская газета, 10 января 2008 г.) *Палата № 5* (Российская газета, 16 мая 2008 г.); *Хождение по мукам за свои деньги* (Российская газета, 6 мая 2008 г.); *А государство им «и не друг, и не враг, а так»* (Независимая газета, 1 июня 2010 г. «Не рожденные в неволе») и др.

Например, в статье под заголовком *Хождение по мукам за свои деньги* (Российская газета, 6 мая 2008 г.) говорится о том, что строительная компания обанкротилась, оставив обманутых дольщиков без обещанного жилья. Не случайно, у читателя возникают ассоциации с романом А.Н. Толстого «Хождение по мукам», но с одним отличием: герои А.Н. Толстого в конце обретают покой, а у обманутых дольщиков «хождение» за своими деньгами только начинаются. Или заголовок *Палата №6* (Российская газета, 16 мая 2008 г.) не имеет ничего общего с рассказом А.П. Чехова «Палата № 6». У читателей даже может возникнуть минус-эффект коммуникации из-за сопоставления сюжета рассказа с содержанием статьи. В статье говорится о Каннском фестивале, на котором был представлен фильм «Слепота» Фернандо Мейреллеша, снятого по роману Жозе Сарамаго.

В последней подгруппе представлена интертекстемами, апеллирующими к зарубежной литературе: *Похабицина в шагреневои коже* (Литературная газета, 30 июля 2008 г.); *Как стыдно быть неуспешным* (Независимая газета, 1 июня 2010 г.); *На Западном фронте без перемен* (Российская газета, 25 апреля 2008 г.); *Прости, оружие* (Российская газета, 15 июля 2008 г.); *Пять мушкетеров* (Российская газета, 15 июля 2008 г.); *Гаврош, вернись домой* (Российская газета, 20 августа

2008 г.); *Партийный сон в летнюю ночь* (Независимая газета, 5 августа 2008 г.); Любимая героиня американцев, помнится, действовала по принципу: *«Я подумаю об этом завтра»* (Литературная газета, «Беспризорный переворот») и др. Например, заголовок *Как стыдно быть неуспешным* (Независимая газета, 1 июня 2010 г.) привлекает внимание читателя, у которого могут возникнуть ассоциации с пьесой О. Уайльда «Как важно быть серьезным». Но на самом же деле автор публикации использовал только схему построения: как + наречие + быть + прилагательное, которая может быть использована для построения заголовка. Само же содержание статьи не соприкасается с публикацией, в которой говорится о том, что когда мы выезжаем за границу, перестаем быть патриотами и всячески стараемся не выделяться своей «русскостью», потому что отчасти стыдимся неуспешности нашей родины.

**Вторая группа** апеллирует к сказкам, мифам, былинам. Можно сказать, что данные первоисточники не очень популярны у журналистов. Например, *Молочные реки* (Огонек, № 6, 2008); *«Я от бабушки ушел»* (Литературная газета, 23 июля 2008 г.); *Волк и семеро козлят* (Независимая газета, 4 августа 2008 г.); Вообще же сравнительное наблюдение над вожжами трех финно-угорских государств замечательно подтверждает закономерность, отмеченную в сказке «Конек-горбунок» – «У старинушки три сына, // старший умный был детина, // Средний сын и так, и сяк, // Младший вовсе был борец за свободу» (Известия, 4 июля 2008 г. («Галкин сберег, типа, русскую речь»)); Как бы подхватывая последнюю мысль, Н. Лазарев заключает, что «снова и снова наша интеллигенция будет отдаваться во власть прекраснородушной утопии и сидеть у *разбитого корыта* несбывшихся надежд и чаяний» (Литературная газета, № 8); *Кладбище раздора* (Огонек, № 33, 2007 г.); *Ящик раздора* (Литературная газета, 25 февраля 2009 г.).

Рассмотрим две публикации с заголовками, отсылающими нас к известному мифу о яблоке раздора: *Кладбище раздора* (Кладбище раздора (Огонек, № 33, 2007 г.) и *Ящик раздора* (Литературная газета, 25 февраля 2009 г.). Данные названия вполне соотносятся с содержанием мифа: в том и в другом случае есть что-то, что является предметом разногласий и споров. В первом случае – это деревенское кладбище, которое незаконно православный священник сделал платным, и теперь смерть для жителей деревни является роскошью, потому что люди не в состоянии оплатить место на кладбище. Во втором тексте отсылка к мифу более явственная, т.к. заголовок сопровождается картинкой – на человеческой руке лежит необычное яблоко в виде телевизора. Таким образом, ящик раздора – это телевизор, который в просторечье называют ящиком. Автор данной публикации пишет о том, что современное телевидение показывает только лишь насилие, разврат, поэтому правительство многих стран ввело законы, ограничивающие «бесстыдство телепроизводителей». Тем самым телевидение стало предметом борьбы правительства и телепроизводителями.

Третья группа первоисточников интертекстом – библейские тексты. В основном употребляются не в заголовках, а в тексте статьи: *Деревня как полнокровный живой организм (а только такая она может быть названа деревней в полном смысле слова) в наибольшей степени соответствует евангельской формуле «не хлебом единым жив человек»* (Литературная газета, 25 февраля 2009 г. «Совсем иная жизнь»); Кто придумал этот слоган, разошедшийся по Сети, как *те самые пять хлебов, которые накормили толпу, неизвестно* (Огонек, № 14, 2008 г. «А «ящик» просто закрывался»).

Четвертая группа включает в себя крылатые выражения, афоризмы, популярные фразы людей современности: *В депутате все должно быть красиво* (Новая газета, 14 января 2008 г.); *Все-таки она вертится!..* (Литературная газета, 18 июня 2008 г.); *Даже обидно за Вечный город. Именно здесь начали вроде бы серьезно обсуждать наши «продовольственные грехи», но получилось «как всегда»* (Литературная газета, 18 июня 2008 г. «Голод название ему»); *Театр начинается с книжной полки* (Огонек, № 17, 2007 г.) и др.

Пятая группа – это цитатный материал, источником которого является массовая культура. Использование строк из песен, рекламных слоганов, названий фильмов и фраз из них является наиболее распространенным в современной журналистике. Это группа состоит из нескольких подгрупп:

– названия и фразы из мультипликационных и художественных фильмов: *Очень приятно, царь* (Новая газета, 10 января 2008 г.); *Крепкий орешек* (Огонек, № 5, 2008); *Болен по собственному желанию* (Огонек, № 20, 2008); *Как корабль назовешь...* (Литературная газета, 20 февраля 2008 г.); *Триста чукотских спартанцев* (Независимая газета, 7 августа 2008 г.); *Табор не уходит* (Огонек, № 17, 2007 г.);

– рекламные слоганы: *Вы еще умеете грамоте? Тогда мы идем к вам!* (Новая газета, 10 января 2008 г.); Собственно, Юлий Гусман и Владимир Жириновский – только эти двое были живыми и страстными. Гусман *не давал себе засахнуть* упражнениями в остроумии – когда прямого случая связать не представлялось, он точил инструмент о случайных прохожих (Известия, 19 октября 2009 г. «Смешались в «Эхе» кони, лани...»); Югославия, Чехословакия, СССР были похоронены *сладкой парочкой* – демократией да национализмом (Литературная газета, 26 марта 2008 г. Код «Евгения Онегина»);

– строчки из знаменитых песен: *«Мгновения, мгновения, мгновения...»* (Литературная газета, 2 июля 2008 г.); *То ли девочка, то ли виденье* (Независимая газета, 21 июля 2008 г.); *Взовьются ли кострами синие ночи?* (Литературная газета, 23 апреля 2008 г.); *Вечерний звон* (Огонек, № 45, 2007 г.); *Упала шляпа* (Огонек, № 30, 2007 г.), *Новый год под крылом самолета* (Российская газета, 11 января 2008 г.).

Например, публикация под заголовком *Упала шляпа* (Огонек, № 30, 2007 г.) отсылает нас к известной в 90-е годы песне группы На-На «Шляпа» (Упала на пол. И ветром шляпу, шляпу унесло!). В статье

говорится о том, что был закрыт театр Михаила Боярского «Бенефис». Название статьи содержит иронически подтекст: неизменный атрибут Михаила Боярского – это шляпа, без которой его невозможно представить и увидеть. Таким образом, упавшая шляпа – закрытый театр.

Итак, мы привели классификацию интертекстем по такому параметру, как первоисточник цитатного материала, разделили интертекстемы по первоисточнику на пять больших групп: 1) интертекстемы, апеллирующие к классической литературе (отечественной и зарубежной), 2) мифы, сказки, былины, сказания; 3) библейские тексты; 4) крылатые выражения, афоризмы, популярные фразы людей современности; 5) цитатный материал, источником которого является массовая культура. Можно сделать вывод о том, что многочисленны использования материала из классических произведений русской и зарубежной литературы, цитатного материала массовой культуры, реже – библейские фразы, афоризмы, крылатые выражения и фразы из мифов, сказок.

### *Литература*

1. Артамонова Ю.Д., Кузнецов В.Г. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык средств массовой информации. – М.: Академический Проспект; Альма Матер, 2008.

2. Володина М.Н. Язык массовой коммуникации – особый язык социального воздействия // Язык средств массовой информации. – М.: Академический Проспект; Альма Матер, 2008.

3. Петренко В.Ф. Психосемантика массовых коммуникаций // Язык средств массовой информации. – М.: Академический Проспект; Альма Матер, 2008.

## **НОВООБРАЗОВАНИЯ В ЯЗЫКЕ ГАЗЕТЫ: КАНОНИЧЕСКИЕ И НЕКАНОНИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ**

**Бекетова Наталья Александровна**  
**Национальный исследовательский**  
**университет «БелГУ»**

*В данной статье газетные новообразования, составляющие область словообразовательных экспрессивов, структурируются по узואальным и неузואальным моделям, а также по функциям и способам образования.*

*Ключевые слова: словообразовательные экспрессивы, канонические, неканонические модели, окказионализмы.*

*The article claims that press innovations which compose the area of word-formative expressive are structured by usual and non-usual models, and also by functions and methods of formation.*