

ЯВЛЕНИЕ ИНТЕРТЕКТУАЛЬНОСТИ КАК ЧЕРТА ИДИОСТИЛИЯ ЖУРНАЛИСТОВ

В современном языке газет широкое распространение получило обращение журналистов к явлению интертекстуальности. В самых общих чертах под интертекстуальностью понимается существование межтекстовых связей, межтекстового взаимодействия, когда один текст не просто соотносится с другим, но и создается на его основе, вбирая в себя намеренно или случайно все смыслы исходного текста.

В этой статье мы рассмотрим явление интертекстуальности с точки зрения автора (журналиста), выделим основные функции интертекста и особенности их реализации, определим, почему обращение к интертекстуальности становится одним из любимых приемов среди журналистов. Материалом исследования послужили заголовочные комплексы материалов А. Аронова, А. Савиных, Г. Агишевой, опубликованных в газете «Известия» (сентябрь – декабрь 2008, сентябрь – декабрь 2009 гг.).

По мнению Н. А. Фатеевой, «с точки зрения автора интертекстуальность – это способ генезиса собственного текста и постулирования собственного поэтического «Я» через сложную систему отношений оппозиций, идентификаций и маскировки с текстами других авторов (т.е. других поэтических «Я»))» [Фатеева, 2007: 20].

Создание заголовка всегда является сложным для журналиста процессом. Заголовок придает тексту законченность и во многом определяет, будет ли текст прочитан. Яркие живые заголовки помогают журналисту привлечь внимание читательской аудитории к своему тексту, заставить выделить его на газетной полосе.

Именно с этим желанием связано столь широкое обращение к явлению интертекстуальности со стороны журналистов. В случае удачного использования интертекст создает у читателя впечатление «языковой игры», вызывает интерес. Кроме того, с помощью умелого создания интертекстуального фрагмента журналисту удастся добиться эффекта наложения смыслов: на смысл прецедентного высказывания накладывается новый, только что придуманный журналистом смысл, заложенный в интертекстуальный фрагмент.

Под интертекстуальным фрагментом О.В. Фокина понимает «сегмент содержательной структуры производного (вторичного) текста, содержащий цитатный компонент, соотносимый с интертекстемой, а также включающий в ряде случаев маркеры цитации, в том числе операторы ввода» [Фокина, 2006: 40].

В нашей статье речь идет об интертекстуальных фрагментах, выступающих в роли заголовков, назовем их «интертекстуальными заголовками».

Уточним главные функции интертекстуального заголовка в современных СМИ:

- 1) привлечение внимания читательской аудитории;
 - 2) повышение экспрессии в тексте;
 - 3) вовлечение читателя в «языковую игру»;
 - 4) создание более выразительного текста;
 - 5) наделение журналистского текста дополнительным смыслом;
- б) выражение собственного отношения к проблеме.

Интертекстуальный заголовок, предложенный Анастасией Савиных к статье о продаже поп-исполнителем М. Джексонном собственного имущества, звучит: *«А король поп-музыки, оказывается, голый!»* [Изв.,13.11.08]. Это интересный пример использования интертекста, так как, во-первых, журналистка употребляет слово «король», которое часто используется, когда речь заходит об этом певце, во-вторых, читатель легко распознает прецедентное высказывание «А король-то голый!..» из сказки Г.Х. Андерсена «Голый король». В сказке оно выражало очевидную истину, обращало внимание на то, что отказывались видеть окружающие. Так и в случае с М. Джексонном, автор текста привлекает внимание к очевидному факту, который не хотели замечать люди. Таким образом, журналист и возмущается, и смеется над читателем, и удивляется.

Ср. также *«ВТО на курьих ножках»* [Изв.,18.09.08], *«Доллар упал, но обещал отжаться»* [Изв.,21.10.08], *«Место Кеннеди пусто не бывает»* [Изв.,01.09.09], *«На каждого чиновника нашлась статья»* [Изв.,11.10.09] и др., выражающие ироничное отношение авторов к поднятой ими проблеме.

Благодаря тому, что в нашем исследовании использовался метод сплошной выборки, мы смогли выделить тех журналистов, которые наиболее часто используют явление интертекстуальности при создании заголовков для своих текстов.

Обратимся к заголовкам текстов Алексея Аронова, автора «Известий», который публикует большое количество как информационных, так и аналитических материалов. Его новости чаще всего озаглавлены обычным образом, в соответствии с темой, которую он освещает. Иначе журналист относится к сложным жанрам, таким, как обозрение, комментарий. Именно для таких жанров он использует интертекстуальный заголовок. Ср. *«Чума свиней на оба ваших дома»* [Изв.,03.09.08], *«Абонент платит дважды»* [Изв.,07.10.08], *«Наша*

служба и опасна и крепка» [Изв.,13.11.08], *«Дошли до лампочки»* [Изв.,03.09.09], *«Кто разрубит «тикалёвский узел»* [Изв.,04.09.09] и др.

В основном журналист обращается к эстетическому и бытовому дискурсу как к источникам прецедентных высказываний, при этом он трансформирует исходное высказывание либо дополняя, либо заменяя в нем часть слов. Среди 140 материалов, которые были опубликованы в газете под авторством Алексея Аронова с сентября по декабрь 2008 года и с сентября по декабрь 2009 гг. в 28 были интертекстуальные заголовки. Это составляет 20% от общего числа публикаций, при этом других приемов при работе с заголовками у этого журналиста отмечено не было, кроме парцелляции, к которой он обратился несколько раз. Таким образом, мы можем говорить о том, что явление интертекстуальности стало излюбленным приемом в работе этого журналиста.

В своей работе Алексей Аронов совмещает интригу с точным указанием темы, которая будет освещена в статье. Ср. *«Молочные реки из Китая потекут»* [Изв., 02.10.08] – тема опасного для здоровья сухого китайского молока; *«Наша служба и опасна и крепка»* [Изв.,13.11.08] речь идет о новой федеральной службе по контролю над производством крепких спиртных напитков; *«Спасение автопрома - в руках правительства»* [Изв.,07.10.09] – правительство окажет меры по спасению российского автопрома.

Еще одним автором, часто использующим явление интертекстуальности, стала Анастасия Савиных, которая освещает экономику, политику и социальную жизнь. Среди 73 публикаций за исследуемый период, в 19 – интертекстуальные заголовки, что составляет 26% от общего числа публикаций. Ср. *«Отсель грозит мы будем финну»* [Изв.,20.10.09]; *«Продали квартиру? Тогда мы идем к вам!»* [Изв.,27.10.09]; *«Всем выйти из оффшора»* [Изв.,03.12.09]; *«Hasta la vista, доллар!»* [Изв.,15.12.09]

Когда мы говорили о работе Алексея Аронова, то уточняли, что в его интертекстуальных заголовках можно выделить ключевое слово, указывающее на тему статьи. Исследуя интертекстуальные заголовки Анастасии Савиных, мы можем сделать вывод, что у журналистки нет определенной схемы трансформации текста, она использует и замену одного элемента другим, и распространение, вводит отрицание: *«Невеликая депрессия»* [Изв., 15.10.08], нет и единого дискурса, который стал бы источником прецедентного текста. Аналогичная ситуация наблюдается и с заголовками остальных журналистов, чьим излюбленным приемом стало явление интертекстуальности.

Выделить единую схему трансформации прецедентного текста сложно, однако в ходе исследования стало понятно, что журналисты в большинстве своем предпочитают трансформировать текст, а не оставлять его без изменений. Журналист ощущает потребность менять что-либо в

исходном тексте в связи с тем, что заголовок должен так или иначе соотноситься с темой статьи, отсюда и возникает потребность трансформировать прецедентный текст.

Отдельно рассмотрим примеры интертекстуальных заголовков Гузели Агишевой. Всего за 8 месяцев эта журналистка прибегала к использованию интертекста в заголовке 12 раз, при том, что общее количество ее публикаций за исследуемый период меньше 50. При этом ее интертекстуальные заголовки достаточно интересны. Ср. «*Мужи зву*» [Изв.,29.09.08], «*Соло на ундервуде. Неформат*» [Изв.,02.09.08], «*Охранники на привале*» [Изв.,19.11.09]

Столь широкое обращение к интертекстуальным включениям, используемых в роли заголовков, по сравнению с остальными языковыми приемами вполне объяснимо. Сам формат заголовка предполагает четкость, ясность и законченность. Именно поэтому журналист не может использовать в заголовке языковые приемы, которые останутся непонятными читателю. У него нет возможности их «расшифровать» в пространстве заголовка, соответственно большая часть средств языкового оформления смещается вглубь текста, где журналист обладает определенным простором.

В свою очередь, интертекст не требует большого пространства, в дополнение к этому его можно трансформировать в соответствии со своей потребностью, а эффект получается, как правило, интересный. Читатель узнает прецедентное высказывание, это вызывает в его сознании определенные ассоциации, часто даже не связанные с тематикой статьи. Тем не менее, читателю текст покажется интереснее, если уже в заголовке он почувствует оригинальный подход автора. Благодаря этому явление интертекстуальности и получило столь широкое распространение в языке современных газет, став излюбленным приемом современных журналистов.

В дополнении к этому хочется отметить еще одну причину, по которой явление интертекстуальности стало столь востребованным современными газетами. Само понятие интертекст предполагает, что текст уже был сказан, нечто уже было описано, стало узнаваемо, широко знакомо читательской аудитории. Но ведь и журналистика предполагает вращение в узком круге тем, несмотря на то, что они всегда должны быть новы и актуальны, тем не менее, проблемы социальной жизни, политики, экономики, войны были и остаются в сфере интересов любого издания, любого журналиста. Именно тут и происходит соприкосновение этого явления и потребностей современной прессы. Нужно сказать определенные слова на определенную тему, но в нашем сознании уже есть слова практически обо всем, все уже сказано и часто – в очень удачной форме (например, фольклор). Это свойство интертекста делает его еще более привлекательным для журналиста, несмотря на то, что он часто

ищет новую форму, еще чаще ему приходится возвращаться к известным вещам и словам, что дает возможность ощутить некую языковую общность журналиста с читателем и наоборот.

Библиографический список

1. Фатеева Н.А. Интертекст в мире текстов: контрапункт интертекстуальности / Н.А. Фатеева. – М.: Комкнига, 2007. – 280 с.
2. Фокина О.В. Источники интертекстуальных включений в языке современных газет / О.В. Фокина. – М.: МГПУ, Ярославль, 2008. – 340 с.

Список источников

«Известия» (сентябрь – декабрь 2008, сентябрь – декабрь 2009)