

изменением положения: *verfabren* в значении «действовать каким-либо способом», *verfügen* в значении «распоряжаться» – глаголы, первоначально обозначающие перемещение, метафорически перенесённое на абстрактные действия.

Как уже упоминалось, в некоторых случаях употребления *ver-* речь идёт об интенсивности. Глагол *verbitten* раньше означал *erbitten*, а сейчас сменил значение на противоположное (видимо, интенсификация предполагает движение к противоположному; к тому же, вероятно, сыграла роль семантика отрицательности, свойственная приставке *ver-*); *verhoffen* означал *stark hoffen*, затем изменил значение на специальное охотничье (*vom Wild*): *stehen bleiben, um zu lauschen, zu horchen*. Возможно, этой же природы *ver-* в *verlangen*, глаголе, семантические связи которого мало ясны. Он относится к группе *langen, gelangen, belangen*, англ. *to long* со значениями *хватать, достигать, хотеть*. Первоначальное значение трудноуловимо; возможно, оно является конкретным и связано с достижением конца, возможно также, со значением *длинный* (эту точку зрения разделяют авторы Оксфордского этимологического словаря и не разделяют авторы словаря Клюге, а авторы универсального словаря Дуден связывают *lang* именно с переносом значения – очевидно, случайным – в *verlangen*, нечто вроде «долго надеяться»). В любом случае, если *verlangen* произошло от *langen* со значением «хотеть», то *ver-* – видимо, интенсификатор, а если со значением «хватать, достигать», то *ver-* – скорее, терминатив, который при переносе в абстрактную область уже или не имеет смысла, или имеет смысл опять же как интенсификатор.

Итак, мы проследили, каким образом характерные семантические функции приставки *ver-* присутствовали в производных, изменивших своё значение в ходе истории благодаря различным, более или менее понятным, метафорическим и метонимическим переносам. Возможно, на современном этапе сознание говорящих приписывает приставке в этих производных другие, характерные – а может быть, и не характерные ей – семантические

функции. Прослеженные нами функции – это пространственное, процессуальное, качественное изменение, в большинстве случаев приводящее к концу и отрицанию предмета, действия или явления, вследствие чего это изменение понимается в том числе и как достаточно интенсивное.

1. Kluge. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin - New-York: Walter de Gruyter, 1989.

2. PC-Bibliothek Express 2.1, Revision 17. Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG, 2001 (электронная версия).

3. The Concise Oxford Dictionary of English Etymology. Oxford - New-York: Oxford University Press, 1986.

А.А. Негрышев (Россия)

ПРАГМАТИКА ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ СМИ (на материале информационных заметок)

Одним из проявлений диалога культур на уровне языка и речевой деятельности является *интертекстуальность*. Широкое распространение данного феномена наблюдается в эпоху постмодерна не только в сфере литературно-художественного творчества, но и в массовой коммуникации. «Взрыв интертекстуальности»¹ на телевидении, в прессе, в различного рода рекламных текстах открывает широкие перспективы для исследований в различных гуманитарных областях, и в первую очередь – в лингвистике.

Сам термин *интертекстуальность*, введенный, как принято считать, Ю. Кристевой и восходящий к работам М.М. Бахтина, получает различные дефиниции. В общем виде интертекстуальность определяется как «использование текстов внутри текстов»², способы и формы которого чрезвычайно разнообразны и варьируют в различных видах дискурса³. В настоящей статье мы попытаемся рассмотреть особенности интертекстуальности в *новостном дискурсе* российских печатных СМИ, уделив при

этом основное внимание коммуникативно-прагматическим аспектам.

Рассмотрение прагматики интертекстуальности на материале именно новостного дискурса продиктовано следующими соображениями. Известно, что за внешней нейтральностью и декларируемой объективностью информационных сообщений нередко скрываются оценки, имеющие заведомо направленный характер и формирующие общественное мнение в русле определенных заданных интерпретаций. Если в аналитике и художественно-публицистических жанрах механизмы коммуникативно-прагматического воздействия выражены, как правило, эксплицитно и достаточно хорошо изучены, то в новостном дискурсе помимо эксплицитно представленного информирования содержится множество механизмов импликации смысла и маскировки коммуникативного намерения. Рассмотрение интертекстуальности в ряду средств такого «воздействия через информирование» и представляет задачу нашего исследования.

1. Лингвистические аспекты интертекстуальности: общие понятия. Современные направления лингвистических исследований интертекстуальности формируются вокруг трех основных проблем: источник «чужого текста», способ его «встраивания» в авторский текст и функции интертекстуальных компонентов.

Ключевое значение при рассмотрении этих проблем имеет вопрос о **единице** интертекстуальности. В работах, затрагивающих тематику интертекста, выделяется либо несколько одноуровневых единиц (цитаты, квазичитаты, аллюзии, парафраза и др. фигуры⁴), либо одна родовая единица и ее видовые репрезентации. Так, например, А.Е. Супрун называет все «вкрапления из предшествующих текстов» текстовыми *реминисценциями*, разновидностями которых могут быть *цитаты, крылатые слова, прецедентные имена, намеки* и пр.⁵ В работах по медиалингвистике в качестве родовых встречаются термины *интертекстуальная ссылка*⁶, *воспроизводимый текст*⁷ и др. Не

вдаваясь здесь в анализ сходств и различий их понятийного содержания, обратимся к еще одному термину – *интертекстема*, введенному В.М. Мокиенко и К.П. Сидоренко. Определяя интертекстему как «межуровневый реляционный (соотносительный) сегмент содержательной структуры текста <...>, вовлеченный в межтекстовые связи», они выделяют три его категориальных признака: «1) паспортизация конкретным текстуальным источником, <...>; 2) стереотипизированность и воспроизводимость в готовом виде (не исключающая активной вариативности); 3) интертекстуальность, т.е. способность служить строевыми элементами текста <...>, маркируя его семиотически (на уровне концептов и символов) или стилистически»⁸. Именно *интертекстема* (далее – ИТ) представляется нам наиболее удачным термином для обозначения единицы интертекстуальности и используется ниже в качестве родового по отношению к понятиям цитата, аллюзия, парафраз и т.п.

Возвращаясь к обозначенным выше трем проблемам в области интертекстуальности, заметим, что наиболее исследованными на материале литературно-художественного и публицистического дискурса являются проблемы источника ИТ и способа ее включения в текст. Что касается коммуникативно-прагматического аспекта, то в большинстве известных нам работ его рассмотрение ограничивается перечислением функций ИТ безотносительно к особенностям той дискурсивной области, в которой они выступают. Представляется, что состав, содержание и иерархия функций ИТ зависят от прагматических характеристик конкретного дискурса и не совпадают в разных его типах. Именно поэтому мы более подробно остановимся на этой проблеме и попытаемся предложить вариант ее решения применительно к новостному дискурсу СМИ.

2. Прагматика новостного дискурса и функции ИТ. Прежде всего, необходимо уточнить, что новостной дискурс мы рассматриваем не просто как одну из составных частей интегрированного

медиа-дискурса. Новости, будучи источником «первичной» оперативной информации, заключают в себе в концентрированной форме признаки и функции, характерные для всего дискурса масс-медиа. Именно в новостях реализуется такой системообразующий признак СМИ, как **медиативность**, т.е. посредничество во взаимодействии индивида с миром действительности. В нашем понимании *медиацзия*⁹ представляет собой однонаправленный процесс информационного преобразования реальности, осуществляющийся, в первую очередь, в новостных жанрах. «Преломление» событийного пространства сквозь «призму» новостей в информационном поле носит социально-регуляторный направленный характер, т.е. осуществляется не спонтанно, а в интересах тех или иных социальных групп.

В русле концепции медиации мы рассматриваем коммуникативно-прагматические интенции создателей медиатекстов (в том числе и текстов новостей) как производные от медиационных параметров: социальных, культурных, коммуникативных, когнитивно-психологических. В общем смысле медиация означает воздействие: в социальном плане – это формирование общественного мнения, в культурном – выработка и закрепление исторически определенных культурных норм и стереотипов, в коммуникативном – создание и поддержание доверия к медиатору со стороны реципиента, в когнитивно-психологическом – формирование индивидуальной картины мира в единстве ее рациональных и эмоциональных компонентов. На уровне новостного текста эти параметры реализуются в интенциях по формированию информационной (рациональной) и аксиологической (ценностно-эмоциональной) картины события, а также отношения к «образу медиатора», или, иначе говоря, рейтинга субъекта медиа-рынка.

Переходя теперь к вопросу о **функциях ИТ**, отметим, что их состав и сущность определяются совокупностью вышеназванных коммуникативно-прагматических интенций отправителя

сообщения. В исследованиях по интертекстуальности на материале СМИ наблюдается заметное терминологическое разнообразие при выделении функций цитат, аллюзий, намеков и пр. Так, например, П.Б. Паршин называет следующие функции: *опознавательную* (установление отношений *своей/чужой* между автором и читателем), *поэтическую* (игровую), *референтивную* (отсылка к претексту и активация содержащейся в нем информации) и *метатекстовую* (указание на способ понимания текста, проявляющееся, в частности, «в возвышении или <...> снижении его содержания»¹⁰). Е.А. Супрун указывает на функции *наиболее четкой передачи «фрагмента сообщения»*, «оживления текста» (особенно в заголовках), *ссылки на авторитет, эстетическую функцию*¹¹. Е.А. Земская называет среди основных функций цитации в языке постсоветского общества *пародирование, травестирирование, осмеяние догм, поэтизацию, создание загадки* и др.¹² Особый подход предлагает С.И. Сметанина. Описывая проявления постмодернистской ситуации в современном медиа-тексте, она рассматривает такой прием, как «*цитатное письмо*», функционально и композиционно отличающееся от цитации. «Если традиционно цитата приводится **для** доказательства точности изложения, то здесь она появляется **вместо** прямого наименования»¹³. Тем самым цитатное письмо помимо выполнения экспрессивно-игровой функции также «вовлекает читателя в процесс формирования смысла, оценки», «снимает точность, конкретность формулировок», а журналист «перекладывает ответственность за публичное слово»¹⁴.

Как видим, разными авторами так или иначе выделяются *эстетическая* и *отсылочная* функции ИТ. На наш взгляд, эти функции присущи любым типам цитирования и встречаются во всех видах дискурса. Что же касается дискурса СМИ, то в русле концепции медиации особое значение здесь имеет функция **воздействия**, проявлениями которой можно считать среди прочих эстетическую и отсылочную функции. В ряде работ по медиалингвистике акцентируется *воздействующая функция цитат*. О том,

что именно она выходит в последние годы на первый план перед функцией информирования, делает вывод, в частности С.И. Берневага¹⁵. Механизмы суггестивно-направленного цитирования описаны во многих работах. Так, В.Г. Байков обращает внимание на «старый, излюбленный прием манипулятивной семантики» – «выдергивание цитат вперемежку с тенденциозным комментарием, их усечение (или перемещение последовательности их фрагментов)»¹⁶. На оценочность цитат, косвенных цитат или пересказа чьего-либо высказывания указывает Н.И. Клашина, отмечая при этом, что «различные принципы цитирования таят в себе большие возможности моделирования высказываний в соответствии с коммуникативным намерением говорящего»¹⁷. В.В. Варченко пишет о цитировании как об одном из способов формирования в СМИ имиджей политических деятелей¹⁸, а С. Рао – об отрицательно-оценочном использовании кавычек¹⁹.

Исследование материалов современной российской прессы позволяет нам уточнить в первом приближении состав функций ИТ, характерных для новостного дискурса и выявить их соотношение с типами источника цитирования и способами включения в текст.

3. Типы и функции ИТ в новостях: опыт выявления. Как показал анализ, функциональные особенности ИТ варьируют в новостных газетных материалах в зависимости от характера претекста, поэтому, прежде чем рассматривать функции, попытаемся выявить типы ИТ по данному критерию. Можно выделить две основные группы интертекстем, включающие новостное сообщение в межтекстовые связи различного порядка. Первый тип составляют тексты *источника информации*, со ссылкой на которые строится большинство информационных заметок. Это могут быть телетайпные ленты информагентств, пресс-конференции, блиц-интервью, публичные выступления политиков и общественных деятелей, информация «из первых уст» от «доверенных источников» и т.п. Такие тексты можно определить как *актуальные*,

или *оперативные*; через референцию к ним новость вплетается в социальный контекст и формирует у реципиента рациональное «поле значений». Соответствующую интертекстему обозначим как **актуальную (ИТА)**.

Второй тип включает в себя тексты и символы культуры, составляющие арсенал фоновых знаний представителей того или иного национально-культурного сообщества. Одним из вариантов осмысления этих явлений в плане интертекстуальных связей стала теория *прецедентности*. Вслед за В.В. Красных и Д.Б. Гудковым мы предпочитаем говорить о *прецедентных феноменах* как о родовом понятии по отношению к видовым – *прецедентным текстам, высказываниям, именам, ситуациям*²⁰. Их спектр довольно широк и разнообразен: названия литературных произведений и цитаты из них, имена персонажей и исторических личностей, высказывания видных государственных деятелей, афоризмы и пр. Прецедентные ситуации, напр., «знаменитое» выступление Н.С. Хрущева в ООН, также входят в состав фоновых знаний (в данном случае – постсоветской культурно-языковой общности) и выступают в качестве источника ИТ в форме вербальных символов данной ситуации («стучать ботинком по столу», «показать «кузькину мать»). Отсылка к прецедентным феноменам «вписывает» новостное сообщение в культурный контекст, формируя у реципиента оценочно-эмоциональное «поле смыслов». Данный тип интертекстемы обозначим как **фоновая (ИТФ)**.

Остановимся теперь подробнее на функциях выделенных типов ИТ, обращая внимание также на способы их включения в новостной текст.

3.1. ИТА. Именно данный тип является специфическим для новостного дискурса и остается наименее исследованным в медиалингвистике. Априори признается, что новость как первичный жанр СМИ должна быть максимально документирована и содержать, как правило, указание на источник информации. Однако «измерить» степень такой документированности и,

следовательно, проверить достоверность информации, практически невозможно, т.к. отбор самого материала для «цитирования» производится журналистом в «дотекстовой» плоскости. Насколько полными либо усеченными являются фрагменты высказываний «базисного субъекта», что подверглось умолчанию и с какой целью – выяснить все это «рядовой реципиент», каковым является и ученый-лингвист, может лишь по косвенным признакам. Например, компоновка цитат в тексте, их логико-семантические отношения с другими элементами, особенно с вводными авторскими словами и комментариями, могут указывать на коммуникативные интенции медиатора и, следовательно, на функции ИТА.

В «чистом виде» «документирование сведений» выступает, как правило, в форме «документирования авторитетом». В большинстве же случаев эта функция вытесняется функциями пиар-продвижения, аргументации, подмены ответственности, метасобытийности, развлечения.

• **Документирование авторитетом** осуществляется чаще всего при сообщении сведений, имеющих потенциально высокую познавательную ценность и личностную значимость для основной массы читателей. Это могут быть новые факты из области науки и здравоохранения, статистические сведения, данные социологических опросов, различного рода прогнозы и проекты. Композиционная структура таких заметок включает в себя, как правило, сообщение информации со ссылкой на источник, затем следует цитата(ы) из его высказываний, вводимые в форме прямой или косвенной речи и дополняемые пересказом. Так, в приводимой ниже заметке прагматическая интенция заключается в популяризации новых научно-медицинских достижений путем расширения поля значений читателя за счет потенциально актуальной для него информации. Функция документирования авторитетом осуществляется здесь посредством ИТА – материалов беседы с академиком, директором института.

Рак можно победить

(АиФ, 2005, №19)

Новосибирские ученые объявили о значительных успехах в создании вакцины против рака.

Как рассказал «АиФ» директор Института клинической иммунологии СО РАМН академик РАМН В. Козлов, технология лечения такова: у онкологического больного берут раковые клетки, обрабатывают их по особой технологии и вновь вводят в организм. В результате вырабатывается иммунитет к данной опухоли, рост злокачественных клеток замедляется или прекращается вовсе. Совместно с НИИ травматологии и ортопедии новосибирские специалисты пролечили более тридцати больных с опухолью мозга. Результат впечатляет – показатель пятилетней выживаемости вырос в два раза.

Сейчас ученые начали применять эту технологию против вируса герпеса и вирусного гепатита и даже взялись лечить меланому кожи и рак прямой кишки. В Новосибирске пролечено несколько десятков больных с такими диагнозами. Их наблюдают около трех лет, все живы.

Данная заметка размещена в рубрике «Панорама» в колонке «Новости, сенсации». В центре внимания здесь – сенсационное научное событие, суть которого излагается в несколько этапов: в заголовке содержится модальная информация, призванная привлечь внимание читателя; во вводе сообщается со ссылкой на новосибирских ученых «о значительных успехах в создании вакцины против рака»; затем в форме пересказа со слов академика В. Козлова приводится собственно фактологическая информация (новая технология лечения и ее результаты).

• **Функция пиар-продвижения** реализуется в рамках такого социального параметра медиации, как *формирование общественного мнения*. Продвижение может заключаться в создании имиджа политиков, общественных деятелей, партий, финансово-промышленных компаний, в скрытой рекламе торговых марок, товаров и услуг, в лоббировании (или контр-лоббировании) проектов, решений, идей и т.п. В заметке, отобранной нами в качестве иллюстрации, прослеживается

прагматическая направленность на формирование позитивного имиджа РАО «ЕЭС России» и его руководителя А. Чубайса. Информационным поводом является подписание соглашения в области энергетики между Россией и Арменией.

У России длинные провода (Россия, 23.10.03)

Россия и Армения подписали вчера соглашение в области энергетики. Для этого глава РАО «ЕЭС России» Анатолий Чубайс приехал в Ереван. «В рамках соглашения ключевые энергетические объекты Армении переходят под нашу ответственность», - пояснил Чубайс. Кроме того, в рамках своего визита Чубайс намерен достигнуть договоренности с руководством Армении о том, «чтобы ближайшую зиму республика прошла устойчиво, чтобы не повторилась тяжелая ситуация прошлой зимы», - сообщил глава РАО ЕЭС. Чубайс также обсудит с руководством Армении «стратегию выхода на энергетические рынки третьих стран».

Глава РАО ЕЭС подчеркнул, что сотрудничество России и Армении в энергетической сфере «позволит резко повысить надежность всех энергосистем Закавказья и обеспечить возможности экспорта-импорта, которых ранее не существовало».

Кроме того, напомнил Чубайс, энергосистема Армении работает синхронно с Ираном, «что тоже открывает серьезные возможности».

Как видим, основным средством пиар-продвижения являются ИТА, включаемые в текст в форме цитат из беседы с А. Чубайсом. Их компоновка и семантика акцентируют только положительные стороны соглашения, причем основной упор делается на эффективности деятельности и перспективах развития компании: *объекты Армении переходят под нашу ответственность, чтобы ближайшую зиму республика прошла устойчиво (с помощью РАО ЕЭС), стратегия выхода на энергетические рынки третьих стран, повысить надежность всех энергосистем Закавказья, обеспечить возможности экспорта-импорта, серьезные возможности (в связи с упоминанием о синхронности работы энергосистемы Армении с Ираном).*

• **Функция аргументации (контраргументации)** также подчинена параметру формирования общественного мнения. Ее отличие от функции пиар-продвижения заключается в том, что по тому или иному вопросу озвучиваются как минимум две точки зрения, одна из которых прагматически маркируется в качестве аргумента (контраргумента). Так, в нижеследующем сообщении новостная информация из области здравоохранения сопровождается комментарием авторитетного врача и общественного деятеля Л. Рошала.

Битва за детей или за деньги (АиФ, 2005, №13)

Михаил Зурабов подписал приказ, согласно которому в России появится новая медицинская специальность - семейные врачи. В их обязанности вменяют наблюдение за беременными и новорожденными. Минздравсоцразвития РФ утверждает, что они ни в коем случае не заменят педиатров. Но, как считает известный детский доктор Л. Рошаль, это - обман. Семейный врач автоматически окажется на месте педиатра - ведь дополнительных средств на расширение кадров никто не выделял. Известно, что система придумана Центром стратегических разработок Г. Грефа, где не работает ни один медик.

Противопоставление позиций закладывается в тексте уже в заголовке (союз *или*), здесь же наблюдается и экспрессивно-полемическое заострение информации с помощью лексических средств (*битва, дети - деньги*). Вводка содержит сообщение самого факта (подписание М. Зурабовым *приказа о новой медицинской специальности - семейных врачей*), комментарии вводятся посредством ИТА в форме косвенной речи и пересказа (Минздравсоцразвития РФ утверждает, что...; как считает известный детский доктор Л. Рошаль, это...). Контраргумент Рошала выглядит более весомым как в силу эмоциональной акцентировки (*обман, автоматически окажется на месте, дополнительных средств никто не выделял*), так и по причине фактологического обоснования позиции (*отсутствие выделенных средств*). Характерно установление противительных

отношений путем введения союза *но*. Последнее предложение текста заключает в себе, по сути, редакционный комментарий, содержащий имплицитно дополнительный аргумент в пользу позиции Л. Рошаля (намек на недостаточную компетентность разработчиков новой системы). Т.о., при сопоставлении семантики интертекстом с логико-семантическими и экспрессивными компонентами авторской речи обнаруживается подмена интенции информирования намеренным воздействием на общественное мнение, основным средством которого является ИТА – ссылка на авторитет. Данная ссылка переакцентирует смысловую доминанту текста с фактологической стороны события на его оценку, а формальная принадлежность этой оценки цитируемому лицу позволяет автору сохранить в некоторой степени видимость беспристрастности.

• **Подмена ответственности.**

Эта функция сопровождает функцию аргументации, как видно из предыдущего примера. Формально журналист оказывается «над событием», маскируя оценку средствами интертекстуальности²¹. Приведем пример, где эта функция проявляется особенно ярко и оценка формируется практически исключительно за счет «чужого текста», пересказываемого автором. В сообщении, на первый взгляд отвечающем всем «канонам» объективности, при специальном анализе просматривается попытка формирования у читателя образа Р. Абрамовича как «жертвы», необоснованно преследуемой государством.

Делиться надо
(МК, 2003, №46)

Британское издание Telegraph сообщило, что следующим подозреваемым в агрессивной неуплате налогов может стать компания “Сибнефть”.

Некий анонимный высокопоставленный источник в Счетной палате утверждает, что принадлежащую Роману Абрамовичу компанию в скором времени проверят государственные контролирующие органы. И хотя все предыдущие госконтроли, как отмечает издание, не выявили ничего противозаконного, государственные мужи считают, что компания успешно использует дырки в законодательстве, чтобы платить

поменьше налогов. Результатом “подозрений” станут очередные проверки, которые источник назвал актом устрашения с целью показать, кто тут хозяин.

Материалом ИТА является сообщение британского издания *Telegraph*, которое, в свою очередь, ссылается (без уточнения фамилии) на некий «высокопоставленный источник в Счетной палате». Такое усложнение интертекстуальных связей «встроенной» ссылкой сопровождается чередованием референции: и к тексту издания (*издание Telegraph сообщило, что..., как отмечает издание*), и непосредственно к высказываниям чиновника (*источник... утверждает, государственные мужи считают, что..., которые источник назвал...*). Очевидно, что при поверхностном знакомстве с заметкой читатель едва ли зафиксирует эти «тонкости», а в его сознании вероятнее всего отложится общий сюжет события в интерпретации автора сообщения.

Авторская оценка может быть эксплицирована путем сопоставления структуры и семантики ИТА с вводными словами и конструкциями. Там, где компания Абрамовича характеризуется с позиций информантства, во вводных конструкциях используются нейтральные номинации: *издание сообщило (что ... подозреваемым ... может стать компания “Сибнефть”)*, *как отмечает издание (госконтроли ... не выявили ничего противозаконного)*. Там же, где «пересказывается» источник, вводные конструкции содержат иронически коннотированные номинации: *некий источник утверждает (что компанию проверят)*, *государственные мужи считают (что компания использует дырки в законодательстве, чтобы платить поменьше налогов)*. В конце текста «источник» (один из тех самых *государственных мужей*) обнаруживает свои намерения, которые звучат, однако, не от первого лица, а в пересказе агентства: *очередные проверки источник назвал актом устрашения с целью показать, кто тут хозяин*. Кроме того, противопоставление позиций издания/источника (фигура контраста) заложено в синтаксической уступительной

связи, выраженной союзом *хотя*, и сопровождающейся в пределах одного предложения чередованием субъекта цитации: *«все предыдущие госконтроли, как отмечает издание, не выявили ничего противозаконного»* имплицитно противопоставлено: *«государственные мужчины считают, что компания успешно использует дырки в законодательстве...»*. Т.о., на уровне подтекста утверждается невиновность компании Абрамовича и при этом делается намек на неоправданное чиновничье рвение государственных мужей. В номинации *«агрессивная неуплата налогов»* просматривается ассоциация с пресловутым «делом ЮКОСа», и в таком контексте деятельность чиновников предстает как «политический заказ».

• Метасобытийная функция.

Такое предварительное название мы можем предложить для особой функции ИТА, когда сам текст «источника» становится коммуникативным событием. Чаще всего это высказывания политических деятелей, приобретающие общественный, внутригосударственный или международный резонанс. Новостной текст в таком случае сообщает одновременно и о факте такого высказывания (событийный аспект) и само высказывание (интертекстуальный аспект), причем последнее служит своего рода «достоверным и документированным изложением» первого. Факт как бы «документирует» себя сам. Текст такой заметки содержит, как правило, описание обстоятельств высказывания, реакции на него со стороны общественности и официальных лиц, а в заголовке выносится интерпретация его содержания с использованием глаголов говорения, напр.: *Кучма отказался от третьего президентского срока* (Изв., 3.02.2004), *Горбачев считает, что победа Путина - в интересах России* (Изв., 5.02.2004), *Ширак одернул Буша* (Труд-7, 1.07.2004). Текст последней заметки, как наиболее любопытный для исследования, приведем полностью:

На только что закончившемся в

Турции саммите стран — членов НАТО президент Франции Жак Ширак еще раз продемонстрировал своему американскому коллеге, что не намерен поступаться принципами и если по тому или иному вопросу он с ним не согласен, то язык за зубами держать не намерен.

Мало того, что Джордж Буш, как считают французы, «взял в заложники» стамбульскую встречу Атлантического альянса, объявив на ней за два дня до назначенного срока передачу власти в Багдаде в руки иракцев, тем самым вынудив своих союзников по НАТО сконцентрироваться исключительно на этой проблематике, он еще позволил себе давать бесплатные советы европейцам. Американский президент дважды высказался в адрес Европейского союза в том смысле, что ему следовало бы ускорить вступление Турции в эту континентальную организацию.

В то время, как прочие лидеры Старого континента, находившиеся в эти дни в Стамбуле, предпочли промолчать, Жак Ширак в достаточно резкой форме дал понять Бушу, что его попытки совать нос в чужие дела по крайней мере неуместны. «Он не только зашел слишком далеко, но еще и вторгся на чужую территорию», — заявил французский президент и добавил: «В обязанности Буша не входит советовать или предлагать что-либо Евросоюзу. Это похоже на то, как если бы я взялся объяснять США, каким образом им строить отношения с Мексикой».

(Вячеслав Сергеев. Париж).

Здесь мы видим, что само высказывание появляется в тексте дважды, причем в сильных позициях. В заголовке оно вводится в форме интерпретации «речедействия» Ж. Ширака, в конце заметки – в виде цитаты. В прочих композиционных компонентах текста сообщаются обстоятельства высказывания, предыстория, мнение французов по существу конфликта. Обращает на себя внимание наличие в тексте дополнительных комментариев события с ярко выраженной одобрительной коннотацией (*продемонстрировал ..., что не намерен поступаться принципами, язык за зубами держать не намерен, в достаточно резкой форме дал понять, что его попытки совать нос в чужие дела по крайней мере неуместны*). Усиление положительной оценки высказывания Ширака достигается также за счет фигуры контраста (*в то время, как прочие лидеры ... предпочли промолчать*) и негативной оценки действий «объекта

критики» - Дж. Буша (*мало того, что ... «взял в заложники» ..., он еще позволил себе давать бесплатные советы европейцам*). В самой цитате средством экспрессивного усиления является ироническое сравнение, иллюкативная сила которого строится на противопоставлении заведомо неравнозначных компонентов: *Буш* → *Франция* → *Евросоюз/Ширак* → *США* → *Мексика*. Все это позволяет квалифицировать общую коммуникативную интенцию медиатора как формирование позитивного общественного мнения в отношении французского, и негативно-ироничного – в отношении американского президента.

Разновидностью метасобытийной функции является, на наш взгляд, игровое «вышучивание» тех или иных высказываний известных людей. Ярким примером такого вышучивания является рубрика «Жизнеспособность политсубъектов» в еженедельнике АиФ, где намеренно «высмотренное» неудачное высказывание политика приводится в форме усеченной цитаты и подвергается ироничному или ёрническому комментарию. Однако вызывает сомнение возможность отнесения такого рода заметок к новостным жанрам, скорее можно говорить об особом жанре политической сатиры²² (ср. на телевидении передачу «Куклы»). Тем не менее и в новостных заметках высказывания знаменитостей могут становиться поводом для развлечения.

• **Развлекательная** функция ИТА пересекается с метасобытийной, но отличается от нее как «субъектами» цитации, так и характером коммуникативной направленности всего сообщения. Чаще всего эту функцию можно обнаружить в разного рода светских хрониках, где источниками цитируемых высказываний являются представители культуры, шоу-бизнеса, киноиндустрии и т.п.

Софилорен - не Шварценеггер
(Изв. 28.10.03)

На 33-й кинофестиваль «Молодость», проходящий в Киеве, прибыла Софи Лорен. Она потребовала выговаривать свою фамилию с ударением на первом слоге и заявила: «Я - не Шварценеггер. В политику не иду, для меня главное - семья, я прежде всего мама». Софи была на Украине более

30 лет назад - снималась вместе с сыном Карло в фильме «Подсолнухи». Об этом напомнил бывший министр культуры Украины и глава жюри кинофестиваля «Молодость» Богдан Ступка. Лорен подарили икону Святой Софии, в Киеве ее наградят орденом Княгини Ольги и премией «Молодости» «За личный вклад в мировое киноискусство». С украинских журналистов, пожелавших посмотреть на Софи, фестиваль взимал по 50 гривен (около 10 долларов) за аккредитацию.

(Янина Соколовская, Киев).

Цитата, экспрессивно усиленная в заголовке, не составляет самостоятельного коммуникативного события, а является одним из эпизодов пребывания С. Лорен на киевском кинофестивале. Прагматическая ценность выбранного для цитирования высказывания обусловлена неожиданностью содержащегося в нем противопоставления (собственно «развлекательный» функциональный компонент) и «откровением» кинозвезды о своих жизненных приоритетах (здесь коммуникативная функция заключается в удовлетворении любопытства публики и «интимизации» общения с ней).

Выделенные функциональные типы ИТА не всегда встречаются «в чистом виде», а могут различным образом комбинироваться, как это видно из ряда вышеприведенных примеров. В любом случае их функции отвечают параметрам медиации в СМИ, а именно: в ИТА отображаются критерии отбора новостной информации, осуществляется прагматическое усиление/ослабление ее отдельных компонентов, маскируется коммуникативное намерение в целях сохранения (или повышения) рейтинга издания.

3.2. ИТФ. На данном виде интертекстем мы не останавливаемся столь же обстоятельно, как на ИТА, по той причине, что их структура и функции подробно описаны в научной литературе²³. Уточним лишь, какова специфика использования ИТФ в новостном дискурсе.

Что касается их структуры и формы включения в текст, то, как и в других жанрах СМИ, прецедентные феномены вводятся посредством идиом и

риторических фигур – аллюзии, намек, умолчания, аппликации, парафраза. Нами не выявлены такие приемы как *травестирование* и *пастиш*: видимо, для новостных жанров это слишком пространные и «неэкономные» формы.

Характерной особенностью ИТФ в новостях является их использование преимущественно в заголовках. При этом можно выделить два аспекта их функционирования. Во-первых, ИТФ в такой позиции **подчиняются функциям заголовка**: привлечения внимания, настройки восприятия и формирования оценки²⁴. Во-вторых, они **усиливают воздействующий потенциал** других медиаторных приемов и текста в целом, выступая как дополнительные коннотирующие элементы наряду со средствами лексического, морфологосинтаксического и композиционного уровней. Это усиление достигается путем актуализации интертекстуальных связей и художественно-эстетических «ресурсов» сознания²⁵. Усиливаются могут и функции присутствующих в тексте ИТА, как мы могли наблюдать в уже приводившихся примерах: *У России длинные провода, Битва за детей или за деньги, Делиться надо*.

Представляет интерес еще одна функция ИТФ, упомянутая выше со ссылкой на П.Б. Паршина, – *опознавательная*. Суть ее заключается в установлении отношений *свой/чужой* между автором и читателем. Учитывая, что позиции *свой/чужой* маркируются относительно идеологий и культурных ценностей, можно точнее определить эту функцию как *делimitативную*. В целом, по нашим наблюдениям, она реализуется в дискурсе СМИ путем негативного коннотирования интертекстом «противника». «Чужое слово» используется как маркер «чужого» – оппонента, противника, врага. В качестве таких интертекстов могут выступать идеологические штампы, клише, фрагменты высказываний политиков, номинации текущих и исторических общественно-политических реалий. Типы и способы создания самих оценочно-маркированных номинаций в русле различных идеологических «фреймов интерпретации» достаточно подробно исследованы в

медиа-лингвистике²⁶, нам лишь остается уточнить, что в делимитативной функции эти интертексты маркируются так называемыми «ироническими кавычками», с помощью которых «автор передает, что сам он не разделяет оценку, данную в кавычках, и не рекомендует ее читателям», т.е. «дистанцируется» от нее²⁷. Набор понятий «дистанцирования» полностью зависит от идеологической ориентации издания и отражает набор «ключевых слов» политического оппонента. Очевидно, например, что заключение в иронические кавычки лексических клише *повышение качества жизни, общечеловеческие ценности, цивилизованное человечество* и т.п. более характерно для лево-оппозиционной прессы, и напротив, *антинародное правительство, олигархический режим, вымирание нации* иронически маркируются как «чужие» в официальных и либеральных изданиях. Заметим, однако, что данная функция ИТФ отчетливо выделяется для аналитических и художественно-публицистических жанров, вопрос же о ее наличии и проявлениях в новостных жанрах требует специального исследования.

4. Заключение. Как показывает анализ, продуктивное выявление функций интертекстуальности в новостных жанрах СМИ возможно в рамках дискурсивного подхода. Рассмотрение новостного дискурса с точки зрения его медиационной природы позволяет конкретизировать функции интертекстуальных компонентов в зависимости от типа их источника. Там, где интертекстема через источник информации отсылает к актуальному событию, ее функция варьирует в диапазоне от *документирования* до *подмены ответственности* за сообщаемую информацию. Там же, где посредством интертекстуальных связей новость включается в культурный контекст, функциональная нагрузка интертекстом сужается до экспрессивного усиления прагматически значимых фрагментов информации. В обоих случаях можно говорить о **суггестивных свойствах интертекстуальности**, отражающих прагматически направленный характер медиации в новостном дискурсе СМИ.

¹ Выражение П.Б.Паршина – см.: *Паршин П.Б.* Типы, функции и источники интертекста в массовой коммуникации // *Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Тез. докл. Международной научной конференции / Под общ. ред. М.Н. Володиной, М.Л. Ремневой. М., 2001. С. 84*

² *Землянова А.М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999. С. 67.

³ Содержание интертекстуальности не исчерпывается только филологическими и культурологическими аспектами. На сегодня речь идет уже о *теории интертекстуальности*, «которая оказывается не только теорией понимания, но и теорией эволюции» (*Ямпольский М.Б.* Память Тиресия. Интертекстуальность и кинематограф. М., 1993. Цит. по: *Гришкова О.Н.* Интертекст в аспекте дискурсивного понимания текста // *Русский язык: исторические судьбы и современность. II Международный конгресс исследователей русского языка: Труды и материалы / Сост. М.Л. Ремнева, О.В. Дедова, А.А. Поликарпов. М., 2004. С. 387.*

⁴ См., напр.: *Земская Е.А.* Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества // *ВЯ. №3. 1996. С. 23-31; Сковородников А.П.* Об аллюзии и смежных с нею явлениях (на материале газетно-публицистических и художественных текстов) // *Язык средств массовой информации...*, 2001. С. 116-118; *Москвин В.П.* Цитирование, аппликация, парафраз: к разграничению понятий // *ФН. №1. 2002. С. 63-70.*

⁵ *Супрун А.Е.* Реминисценции в газетных текстах // *Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 1. / Под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 1998. С. 142.* Заметим, что в других работах объем понятия реминисценция *уже* и ограничен видовым содержанием по отношению к цитации.

⁶ *Паршин П.Б.* Указ. соч.

⁷ *Литвин Ф.А.* Воспроизводимые тексты как средство речевого воздействия // *Речевое воздействие: Сб. науч. тр. / О.В. Высочина, Е.В. Маслова, Л.В. Минаева, И.А. Стернин. Воронеж-Москва, 2000. С. 58-59.*

⁸ *Мокиенко В.М., Сидоренко К.П.* Словарь крылатых слов и выражений Пушкина. СПб, 1999. Цит. по: *Гусева С.В.* Интертекстемы чеховского эпистолярия как текстообразующий фактор в зеркале современной теории текста // *Язык. Речь. Речевая деятельность: Межвуз. сб. науч. тр. Выпуск 7. / Отв. ред. М.А.Грачев. Нижний Новгород, 2004. С. 70.*

⁹ Обоснование понятия *медиация* см.: *Негрывшев А.А.* Механизмы медиации в новостийном дискурсе: Учебное пособие. Владимир, 2004.

¹⁰ *Паршин П.Б.* Указ. соч. С. 85.

¹¹ *Супрун Е.А.* Указ. соч. С. 149.

¹² *Земская Е.А.* Указ. соч. С. 36.

¹³ *Сметанина С.И.* Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб., 2002. С. 109.

¹⁴ Там же. С. 130, 136, 134.

¹⁵ *Берневега С.И.* Цитата в языке современной газеты // *Русский язык: исторические судьбы и современность. С. 426.* См. об этом также: *Литвин Ф.А.* Указ. соч.

¹⁶ *Байков В.Г.* Манипулятивная семантика и контрпропаганда // *Функционирование языка как средства идеологического воздействия / Отв. ред. Л.И. Савченко. Краснодар, 1988. С. 11.*

¹⁷ *Клушина Н.И.* Языковые механизмы формирования оценки в СМИ // <http://www.rusexpert.ru/magazine/002.htm>.

¹⁸ *Варченко В.В.* Цитата как способ создания имиджа политика // *Язык средств массовой информации...*, 2001. С. 75-76.

¹⁹ *Рао Суджата.* Оценка с помощью кавычек // *Русская речь. 1996. N.3. С. 50-52.*

²⁰ *Красных В.В.* Этнолингвистика и лингвокультурология. М., 2002, С. 42-115; *Гудков Д.Б.* Теория и практика межкультурной коммуникации. М., 2003. С. 104-110.

²¹ С.И. Сметанина пишет по этому поводу: «Журналист, получивший свободу слова, не скованный необходимостью идеологически выверять оценки, словно испуганный этим, перекалывает ответственность за публичное слово на другого автора, на другой текст, на читателя, наконец». Указ. соч. С. 134. Ср. об этом же: «Соккрытие авторского замысла с помощью кавычек все чаще появляется в современной журналистике. <...> Преимущество кавычек как скрытого средства оценки еще и в том, что <это > позволяет газетам сохранять облик объективности». *Рао Суджата.* Указ. соч. С. 52.

²² Ср.: *Дамм Т.И.* Жанр шутивого комментария к цитате в современной российской прессе (лингвостилистический аспект) // *Язык средств массовой информации...* 2001. С. 96-98.

²³ См. упомянутые выше работы Е.А. Земской, А.П. Сковородникова, А.Е. Супруна, В.П. Москвина и др. См. также статью О.И. Соколовой в настоящем выпуске журнала.

²⁴ Подробнее механизмы реализации этих функций рассмотрены нами в указанном выше пособии «Механизмы медиации...» (С. 27-56)

и в статье: О некоторых коммуникативно-прагматических преобразованиях в системе *заголовок*→*текст* (на материале новостных заметок печатных СМИ) // Язык. Речь. Речевая деятельность. С. 131-139.

²⁵ См. выше: перечни функций в работах Е.А. Земской и С.И. Сметаниной.

²⁶ См., напр.: *Шейгал Е.И.* Семиотика политического дискурса. М., Волгоград, 2000. С. 71-73; *Клушина Н.И.* Указ. соч.; *Какорина Е.В.* Стилистический облик оппозиционной прессы // Русский язык конца XX столетия. (1985-1995). М., 2000. С. 409-426.

²⁷ *Рао Суджата.* Указ. соч. С. 52.

О.И. Соколова (Россия)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ТЕКСТОВ В ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ

Специфика заглавия проявляется в том, что, занимая сильную позицию в тексте, оно, наряду с зачином и концовкой, относится к тем композиционным элементам текста, которые привлекают повышенное внимание при первом знакомстве с публикацией. Сделать заголовок легким для восприятия, информативным и одновременно интригующим – одна из труднейших задач журналиста.

Для создания такого заголовка автор нередко прибегает к использованию так называемых прецедентных текстов. Современная культура не склонна к текстопорождению. Порождаемые тексты часто ориентируются на осмысление и компиляцию ранее созданного, наполняются «разными по степени эксплицитности фрагментами и оценками чужих текстов»¹.

Формы и приемы включения прецедентных текстов в заголовки СМИ столь разнообразны, что не существует единого терминологического аппарата для описания этих явлений. У разных исследователей они получили наименование *текстовых реминисценций*², *квазицитат*³, *квазифразеологизмов*⁴, *парафраз(ы/а)*⁵, *прецедентных феноменов*⁶ и др. В тех случаях, когда весь текст пронизывает аллюзивность, принято говорить о *травестии*⁷.

Термин *прецедентный текст* был введен Ю.Н. Карауловым в 1986 г. в ходе VI конгресса МАПРЯЛ. «Назовем прецедентными – тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и окружению данной личности, включая и предшественников, и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности»⁸.

Феномен прецедентности основывается на общности социальных, культурных или языковых – фоновых знаний адресата и адресанта. Источником прецедентных текстов прежде всего являются фразеологические единицы, последние при широком подходе могут включать в себя и афоризмы, и названия фильмов, книг, песен, и фрагменты рекламных роликов, и ставшие известными высказывания общественных деятелей, политиков и так далее. Прецедентным может быть текст любой протяженности: от пословицы или афоризма до эпоса. Частые отсылки к тексту в процессе построения новых текстов в виде реминисценций есть показатель ценностного отношения к данному тексту и, следовательно, его прецедентности. Прецедентные феномены также можно разделить на: 1) социумно-прецедентные – феномены, известные любому среднему представителю того или иного социума. В журналистских текстах не используются; 2) национально-прецедентные – феномены, известные любому среднему представителю того или иного национально-лингвокультурного сообщества; 3) универсально-прецедентные – феномены, которые известны среднему современному *homo sapiens* и входят в «универсальное» когнитивное пространство.

Г.Г. Слышкин считает, что использование прецедентных текстов должно отвечать следующим условиям: 1) осознанность адресантом факта отсылки к определенному тексту; 2) знакомство адресата с исходным текстом и его способность распознать отсылку к этому тексту; 3) наличие у адресанта прагматической