

**СУБЪЕКТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА  
(НА МАТЕРИАЛЕ РАЗНОТИПНЫХ ЦИТАТ)**

В статье рассматривается способ построения журналистского текста через цитатный материал. Разные типы цитат соотносят текст с реальной действительностью и с культурой, организуя особый способ представления авторской и чужой речи и делая медиатекст полифоничным.

*Ключевые слова:* медиатекст, интертекстуальность, актуальные интертекстемы, культурологические интертекстемы, интенции, функции.

**Казак М.Ю., Махова А.А. Суб'єктна організація журналістського тексту (на матеріалі різнотипних цитат)** У статті розглядається спосіб побудови журналістського тексту через цитатний матеріал. Різні типи цитат співвідносять текст з реальною дійсністю і з культурою, організовуючи особливий спосіб представлення авторської і чужої мови і роблячи медиатекст поліфонічним.

*Ключові слова:* медіатекст, інтертекстуальність, актуальні інтертекстемі, культурологічні інтертекстемі, інтенції, функції.

**Kazak M.Yu., Mahova A.A./ SUBJECT ORGANIZATION OF JOURNALISTIC TEXTS (ON THE MATERIAL OF CITATIONS OF VARIOUS TYPES).** The paper discusses the way to construct the journalistic text through citations. Various types of citations refer the text to the reality and culture in order to represent specifically the addressee's and other agents' speech and to make the text more polyphonic.

*Key words:* media text, intertextuality, actual intertextemes, cultural intertextemes, intentions, functions.

Теория интертекстуальности оказывается эффективным инструментом исследования содержательно-смысловой, структурно-композиционной и знаковой специфики современных медиатекстов. Разные модели интертекстуальности позволяют многоаспектно характеризовать журналистский текст – с позиции его включенности в общее информационное пространство и как корреляцию между конкретными текстами; в аспекте внутренней разложимости текста или критически-оценочного обращения одного текста к другому; в ракурсе воспроизводимости однотипных текстовых образцов и в качестве сложного поликодового феномена. Не случайно термин «интертекстуальность» называют тем волшебным словом, которым ученые пытаются открыть «все двери, ведущие в “текстовый универсум”» [Чернявская 2009, с. 178].

На содержательном уровне интертекстуальность предстает как открытость текста по отношению к действительности и другим текстам, отражающая сосуществование в журналистском тексте разнотипных цитат, или интертекстем. Авторы термина, В.М. Мокиенко и К.П. Сидоренко, относят к интертекстемам такие строевые элементы текста («реляционные сегменты»), которые соотносены с другими текстами, обладают стереотипизированностью, воспроизводимостью, стилистической маркированностью [Мокиенко, Сидоренко 1999, с. 22]. Для нас интертекстема является более широким понятием, выступающим в качестве родового определения (1) по отношению к традиционным цитатам, вовлекающим в текстовое пространство высказывания, мнения и оценки наших современников, и (2) по отношению к культурным знакам, отсылающим к широкому мировому и национальному культурному фонду. Первый тип цитат именуется актуальными интертекстемами, второй тип – культурологическими интертекстемами.

Актуальные интертекстемы представляют собой цитаты из выступлений политиков, общественных деятелей, представителей шоу-бизнеса, произнесенных накануне, отсылают к мнениям экспертов, профессионалов, дают отсылки к источникам информации (*по словам, как считают, по мнению, говорят, как сообщают пресс-службы, влиятельный (некий) источник утверждает, по проверенным (непроверенным) источникам (слухам)* и т. п.). Одно из главных предназначений таких цитат – точное воспроизведение чьих-либо слов из устной речи или дословная выдержка из текстов в письменной форме с целью подтверждения каких-либо доводов или соображений и с уважением к источнику информации. «Чужая речь» вводится в журналистский текст путем прямого и косвенного цитирования, пересказа чужой

речи, фрагментарного и обобщенного цитирования, полупрямой речи (*сказал, добавил, воскликнул, заявил, похвалил, усмехнулся, оговорился, уточнил, рассказал, напомнил* и др.). Соотношение голосов автора и персонажей усложняют медиатекст, делая его полифоничным.

Культурологические интертексты представляют собой разнородный материал из разных культурных пластов и различных эпох (художественная литература, искусство, исторические события и социальный опыт человечества), обладают различной степенью воспроизводимости и узнаваемости целевой аудиторией. Эти культурные знаки вводятся в журналистский текст путем перифраз и скрытого цитирования, аллюзий и реминисценций, включения исторических лиц, персонажей, авторов и названий произведений, привлечения узнаваемых ситуативных коллизий. Так, высокий индекс обращения к культурологическому материалу имеют современные заголовки. На сайте «Что читать в печатных СМИ» ([www.zagolovki.ru](http://www.zagolovki.ru)) проводится рейтинг заголовков. Обращаясь к материалам российской печати, редакция ежедневно публикует по четыре-пять лучших заголовков, в составе которых абсолютно преобладают прецедентные заглавия. Так, по дате обращения к рубрике «Лучшие заголовки» (16.08.2014) все пять заголовков содержат отсылки к ранее созданным текстам: *Вай-фай, мы подошли из-за угла* (Новая газ., 15.08.2014) / «Гоп-стоп, мы подошли из-за угла», текст песни А. Розенбаума; *И в блог, и в глаз* (Коммерсант Деньги, 11.08.2014) / Не в бровь, а в глаз; *Коммандос молодости нашей* (Коммерсант Деньги, 11.08.2014) / «Команда молодости нашей», текст песни Н. Добронравова; *Обложение следует* (Коммерсант Власть, 11.08.2014) / Продолжение следует; *Что посеешь, то и пошьешь* (Коммерсант Деньги, 11.08.2014) / *Что посеешь, то и пожнешь*.

В ходе исследования выявлены смысловые роли, которые выполняют функционирующие интертексты обоих типов. Результаты наблюдения представлены в таблице.

**Таблица 1. Функции актуальных и культурологических интертекстов**

Функция	Актуальные интертексты	Культурологические интертексты
Информативная функция	+	+
Апеллятивная функция	+	+
Аргументативная функция	+	+
Метасобытийная функция	+	+
Функция акцентирования внимания	+	+
Экспрессивно-оценочная функция (экспрессивная функция, оценочная функция)	+	+
Лингвокреативная (развлекательная) функция	+	+
Парольная функция	-	+
Фатическая функция	-	+
Функция пиар-продвижения	+	-
Функция подмены ответственности	+	-

Сопоставление функционального диапазона актуальных и культурологических интертекстов показывает, что и те, и другие способны выполнять самые разные роли, начиная от информативной и заканчивая эстетической, игровой, развлекательной функцией, и лишь некоторые из них закреплены за определенным типом цитат.

**Функции, которые выполняют лишь актуальные интертексты.**

**Функция пиар-продвижения** реализуется через тщательно отобранный цитатный материал, в позитивном свете представляющий государственные и коммерческие структуры, партии и общественные организации, политиков и руководителей организаций. Например, в публикации «С 2014 года дети будут болеть меньше» (Московский комсомолец, 15.05.2014) говорится о том, что с 2014 года детей будут вакцинировать против пневмококковой

инфекции, представляющий серьезную угрозу для детей первых пяти лет жизни. В публикации прослеживается прагматическая направленность на формирование позитивного имиджа Владимира Потанина и его предприятия. Выпускать вакцину будет Российский производственный фармацевтический комплекс «НПО Петровакс Фарм» Владимира Потанина. В тексте создается положительное отношение не только и не столько к процедуре вакцинации, сколько к фирме, изготавливающей этот препарат, ее владельцу и руководителям: *Как сообщил Генеральный директор «НПО Петровакс Фарм» Аркадий Некрасов: «Наше предприятие является одним из первых российских предприятий, взявших за решение задачи такой категории сложности и меры ответственности. <...> Аналогичное производство вакцин такого класса на территории РФ в настоящее время отсутствует».*

**Функция подмены ответственности** соотнесена в нашей работе с особой ролью журналиста в тексте – ролью ретранслятора, при которой адресант, воспроизводя этически шокирующие смыслы или сниженные выражения, произнесенные политиками и др. известными людьми, как бы маскируется, защищается чужим именем, перекладывая ответственность на другой текст. Как справедливо отмечает Т.И. Сурикова, роль ретранслятора дает журналисту «наибольшую этическую свободу», поскольку он руководствуется принципом «из чужой песни слова не выкинешь, даже если оно не совсем приличное» [Сурикова 2012, с. 208]. Актуальные интертекстемы, выполняющие функцию подмены ответственности, часто встречаются в массовых изданиях, «желтых» журналах и газетах. Несомненно, эпатирующий эффект могут произвести и культурологические интертекстемы, однако в этом случае работают, по-видимому, другие функции цитаты (экспрессивная, эмоционально-оценочная и др.).

#### **Функции, которые выполняют лишь культурологические интертекстемы.**

**Парольная и фатическая** функции очень тесно связаны между собой, перетекают одна в другую, маркируя отношения «свой – чужой» и устанавливая коммуникативное сотрудничество между создателем текста и его аудиторией. Так, тексты Максима Соколова, обозревателя газеты «Известия», представляют собой сложноструктурированное интертекстуальное пространство, которое базируется на знаках из различных слоев культуры и не ограничивается цитатами, хорошо знакомыми среднему читателю. Обращаясь к различным временным пластам мировой культуры, мифологии, религии, журналист усложняет свои тексты изречениями из французского, немецкого, греческого, латинского языков и т.д. В публикации «Цезарь и его счастье» (Изв., 22.03.2011) автор приводит усеченное латинское изречение *Quid timeas? Caesarem vehis!* (*Quid timeas? Caesarem vehis Caesarisque fortunam / Чего тебе бояться? Ты везешь Цезаря и его судьбу*). Интерпретация заголовков публикаций требует от читателя особой эрудиции. Например, *Посрамленный Орвелл* (Изв., 25.12.2009), *Посрамленные Виттельсбахи* (Изв., 19.03.2010), *Бабка Параска и дидько Вюрцельбахер* (Изв., 24.10.2008); *Ave, Caesar, imperator* (Изв., 26.08.2014); *Владимир Кунктатор* (Изв., 18.08.2014) и др. При отсутствии интертекстуальной компетентности читатель не способен адекватно декодировать культурные знаки, тексты остаются для него непонятными, зашифрованными.

**Фатическая функция** нацелена на установление контакта и упрочение отношений между собеседниками. Еще недавно считалось, что фатическая функция не свойственна медийной речи (И.В. Арнольд, Т.Г. Винокур), в настоящее же время исследователи не только признают наличие фатики в массмедиа, но и расширяют аспекты ее предназначения [Корнилова 2013; Чернышова 2007]. Контакт с аудиторией устанавливается в СМИ через создание доверительной и комфортной ситуации неофициального общения, через круг близких и понятных тем, сближение смысловых позиций коммуникантов. Вполне очевидно, что фатическая и парольная функция сближаются тогда, когда устанавливается диалог между создателями и потребителями информации. Ведущей интенцией в данном случае является интенция установления контакта, доверительных отношений между автором и его читателем.

Можно предположить, что свой набор прецедентных феноменов существует в молодежной прессе, оппозиционных и демократических изданиях, «желтых» газетах или

глянцевых журналах. Так, в левоопозиционной печати постоянно актуализируются лозунги, девизы, воззвания, характерные для советской эпохи. Так, в газете «Советская Россия» многие заголовки базируются на традиционных для советского периода прецедентных именах и фразах: *Островский и Корчагин* (Советская Россия, 25.09.2014); *Скорей возвращайся на вечную вахту, Аврора* (Советская Россия 23.09.2014); *Вы не встречали Павку в Новороссии?* (Советская Россия 23.09.2014) – статья о том, современен ли в настоящее время Н. Островский и его герои; *Пули Каплан и кувалды бандеровцев* (Советская Россия, 25.02.2014); *Хотят ли русские войны?* (Советская Россия, 15.05.2014).

Отметим, непреодолимых преград между разнотипными интертекстами не существует, поскольку использование «чужих голосов» зависит в конечном счете от общих и частных коммуникативных стратегий. Немаловажным является и то, что актуальные цитаты, обладающие афористичностью, экспрессивностью, парадоксальностью и технически поддерживаемые СМИ, легко сдвигаются в область воспроизводимых и узнаваемых текстов. Например, по-прежнему популярны т. н. «черномырдинки», т. е. речевые обороты российского политика и государственного деятеля В.С. Черномырдина, которые стали афоризмами: *Хотели как лучше..., Я далек от мысли; Лучшие водки хуже нет; Учителя и врачи тоже хотят есть* и др.

Рассмотрим подробнее использование интертекстом с совпадающими функциями.

**Информативная функция.** Если рассмотреть цитатный материал на шкале частотности, то следует отметить, что информативная функция является одной из главных в предназначении актуальных интертекстов, в то же время реализация этой функции культурологическими интертекстами требует особых условий и не относится к основным.

Для актуальных цитат эта функция связана с оперированием информацией, отражающей актуальные, злободневные события сегодняшнего дня, она нацелена на передачу достоверной информации. Маркерами интенции сообщения выступают глаголы *сказал, сообщил, дополнил, объяснил, пояснил, подтвердил* и т.п., а также логико-семантическое взаимодействие авторского и цитатного текста.

Культурологические интертексты могут номинировать события – исторические, имевшие место, или современные, соответствующие текущему моменту, ср.: *Шалипин, Бунин, Цветаева, Набоков* всей душой любили Россию, подышали от ностальгии... (Московский комсомолец, 01.10.2014); *Первое, что бросилось в глаза, – восторженные строки... Вот последний куплет: «Имя Сталина в веках будет жить...»* (Московский комсомолец, 01.10.2014). Однако очень часто сообщение новых сведений, иллюстрирование мыслей, пояснение, дополнение или расширение тезисов через культурные знаки сопровождается различными коннотациями. Например: *Среда стала важным днем для советского интеллигента. По средам выходила «Литературка». Но... Пришли иные времена. Взойшли иные имена. И «Литературка» постепенно стала исчезать* (Московский комсомолец, 01.10.2014).

**Апеллятивная функция,** которая осуществляется через обращение к авторитетным источникам/авторам, представлена в пространстве как актуальных, так и культурологических интертекстов. И если техника предъявления авторитетных мнений в них совпадает, то разными оказываются сами источники. Актуальные цитаты-апеллятивы отсылают к реальным людям: представителям власти, экспертам, очевидцам, участникам событий и т.п. В интертекстах-апеллятивах часто используется обобщенная форма предъявления чужой речи: *эксперты считают, Министерство энергетики вводит режим предоплаты, США не признают итоги референдумов на востоке Украины* (Независимая газета, 11.05.2014); *Прокуратура Швейцарской конфедерации в Берне сообщила на прошлой неделе, что заблокировала активы на сумму 170 миллионов ...* (Новая газ., 12.05.2014).

Культурологические цитаты-апеллятивы обращаются к высказываниям великих мыслителей, Библии, фольклору, народному эпосу, художественной литературе, историческим событиям и др. Например: *И почему-то одолевают черные мысли... Как быть? Кто посоветует? А Пушкин на что? .... Открываю наугад, читаю: «Как мысли*

*черные к тебе придут – Откупори шампанского бутылку Иль перечти «Женильбу Фигаро!»*» (Московский комсомолец, 06.06.2014). Использование цитат как ссылки на авторитетное мнение одинаково востребовано в обоих типах интертекстем.

**Аргументативная функция** является одной из ведущих в составе всех типов интертекстем. Обосновывая свои тезисы, взгляды, оценки, журналисты нередко вводят в качестве доказательства актуальный и культурологический материал. Наиболее ярко эта функция предстает тогда, когда сталкиваются разные точки зрения и через комбинацию интертекстем они вступают в конфронтацию или, напротив, дополняют друг друга. Так, доказательная структура статьи «СУПЕРСТАР. Возрастная дискриминация становится социальной проблемой» (Российская газета, 14.05.2008) выстраивается с опорой на многочисленные «чужие голоса» и различные точки зрения: *На сайтах компаний и газетных полосах в разделе «Вакансии» то и дело можно прочесть: «Требуются специалисты, опыт работы от года, возраст от 20 до 25 лет»; По словам начальника Отдела информации Госслужбы занятости населения; Одной из причин негативного отношения к пожилым людям, убежден ... американский геронтолог Роберт Батлер, является неосознанный страх перед болезнями, старостью, беспомощностью и смертью; Проректор Высшей школы экономики Татьяна Четвернина убеждена, что в старшем поколении сконцентрирована значительная часть квалифицированной рабочей силы; говорит ведущий специалист Центра социально-трудовых прав Петр Бизюков; Юрий Иванович обратился в суд; Суд постановил взыскать с ответчика материальный вред; часть специалистов убеждена, что без повышения пенсионного возраста в России не обойтись; юристы рекомендуют записывать беседу с кадровиком на диктофон; в московской городской Думе готовится новый закон о занятости; На вопрос корреспондента, ответили...* Текст построен таким образом, что каждый новый абзац вводит нового персонажа или предлагает иной взгляд на проблему занятости старшего поколения через цитаты, каждая из которых либо противоречит предыдущей, либо служит аргументом для другой цитаты.

Действие аргументативной функции культурологических интертекстем мы связываем с усилением доказательной составляющей текста, с использованием контраргументов при столкновении мнений. Так, информационным поводом публикации «Визит на выходные к бабушке» (Известия, 03.07.2014) стало заявление Госдепартамента США о том, что «В заявлении УВКБ ООН не было сказано, что 110 тыс. украинских беженцев бежали с Украины в Россию. Там сказано, что это число людей, которые в какой-то момент пересекли границу. Может статься, что они навещают бабушку и едут обратно». Статья ставит целью опровергнуть заявление официальных инстанций США, для реализации которой автор прибегает к использованию культурологических интертекстем. Например, на аргумент Белого дома, что украинские беженцы – это туристы, автор публикации приводит свой контраргумент и предполагает, что вскоре Белый дом может объявить немецко-фашистское наступление летней миграцией: *«Они доехали, а многие убиты. // По беженцам стреляли мессершмитты // И юнкерсы бомбили поезда» – тоже было лишь идиллической поездкой к бабушке на пироги, а всякие выдумки – это советская пропаганда. Совести хватит. Точнее – ее полного отсутствия.*

**Метасобытийная функция** реализуется как в одном, так и в другом типе цитат, однако, по нашим наблюдениям, эта функция имеет больший вес и значимость в кругу актуальных интертекстем, так как резонансные события и тексты всегда находят своего комментатора и критика в лице журналиста. Информационным поводом публикации «Обама уличил Россию в «темной тактике» на востоке Украины» (Московский комсомолец, 04.06.2014) стало выступление Барака Обамы перед поляками на праздновании 25-летия со дня первых «полусвободных выборов» в социалистической Польше. Высказывание президента США «темная тактика» появляется в тексте дважды: в заголовке и в начале публикации: *«После того, как было пролито столько крови, чтобы объединить Европу, как мы можем позволить темной тактике XX века устанавливаться в новом веке?» – заявил*

президент США Барак Обама. Выступление американского лидера вводится предикатами речи (*заявив, вещал*) и чувства (*грозить*), которые, с одной стороны, характеризуют отношение президента США к России, но, с другой стороны, формируют оценочное восприятие аудитории: *Обама пригрозил Москве: «Наши свободные нации будут едины, так что будущие российские провокации могут означать для России лишь еще большую изоляцию и потери»; ... вещал Барак Обама, решивший, очевидно, не вспоминать, как его страна тоже навязывает свою волю другим суверенным государствам...».*

В составе культурологических цитат метасобытийная функция начинает работать, когда журналист объясняет смыслы вовлеченных в текст интертекстом. Ср.: *Высоцкого теперь надо переводить на современный русский. Или точнее – для молодых русских. Объяснять, например, что такое «времена культа личности». Объяснять, что «отдыхал я в раю»! – это горькая ирония, и речь идет о ГУЛАГе – о каторге. Это там валили лес и теряли веру, что там глотали слезы, а если повезет – сырец (неочищенный спирт из опилок). «Получилось, я зря им клеймен» – надо ли переводить? «Зря» – это напрасно; всего лишь досадная ошибка. Но «клеймен» – такое сильное слово, что не допускает ласковых толкований... (Московский комсомолец, 01.10.2014).*

**Функция акцентирования внимания** имеет разный удельный вес в пространстве цитат: для культурологических интертекстов она является доминантной, поскольку интертекстуальные включения практически всегда привлекают к себе внимание аудитории. Например, *В строй идут одни «старики»* (Российская газета, 04.08.2014); *По ком звенит Капелло?* (Московский комсомолец, 30.07.2014); *Худой, еще худее* (Московский комсомолец, 27.06.2014); *Бонд. Евробонд* (Российская газета, 19.06.2014); *США не сдается французский «Мистраль»* (Российская газета, 06.06.2014); *А я Мэрилин узнаю по походке* (Комсомольская правда, 31.05.2014).

Для актуальных интертекстов данная функция «заключается в фокусировке тех или иных высказываний, мнений, «вербальных» поступков политиков» [Негрышев 2009, с. 67]. В отличие от сатирической или шутливой реплики, нацеленной на языковую игру, основная интенция подобной цитации – сообщить, вычленив из целого выступления какие-то ключевые фразы, обещающие общественный резонанс.

**Экспрессивно-оценочная функция** является ведущей для культурных знаков, которые привносят в тексты различные эмотивные оттенки и оценки. В составе актуальных интертекстов мы посчитали возможным выделить экспрессивную и оценочную функции в самостоятельные позиции, поскольку цитаты включаются не только в эмоционально-оценочный контекст, но и в речевое окружение с рациональными оценками. Например, в особом жанре «Письма президенту», принадлежащем перу обозревателя «Московского комсомольца» Александра Минкина, предлагается развернутый комментарий к одной из пресс-конференций Владимира Путина. Журналист выделяет жирным шрифтом фрагменты выступления президента, которые привлекли его внимание, и затем вводит оценочный комментарий: ***Ответ блестящий. Что тут возразишь? Ведь журналисты ничего не понимают в ирландских биржах и английском праве, сидят, кивают; Не слишком удачный ответ. Получается, что наши министры и депутаты совершенно не патриоты; Из ваших слов следует, будто вы находите министров на рынке труда...; Сказали вы и про оппозиционеров, которые пытаются «куснуть главного»; Ответ, г-н президент, тянет на целую диссертацию*** и др. (Московский комсомолец, 19.12.2013).

Вместе с тем нельзя не признать, что оценочная функция интертекстом сопровождает многие другие функции, формируя с ними комплексную социальную оценку.

При характеристике актуальных интертекстов была выделена **развлекательная функция**, которая проявляется в языковой игре и представлена в «желтых изданиях», светских хрониках, развлекательных рубриках. Ср.: *Александр Ширвиндт: «Перестав строить дома, моя жена стала строить меня»;* *Анджелина Джоли: «Я по-прежнему плохая девчонка. Озорница и шалунья!»;* *Жанна Эппле: «Я полюбила свой день рождения»;* *Наталья Воротникова: «Певица Нюша выйдет замуж за продюсера»;* *Наталья*

Воротникова: «У Брандеса начался кризис среднего возраста» (из светской рубрики журнала «7 дней»).

Характеризуя культурологические интертексты, мы предпочитаем говорить о **лингвокреативной функции**, которая вбирает в себя игровую и развлекательную, но оказывается шире предыдущих ролей, поскольку может быть направлена на создание публицистических образов. Лингвокреативную функцию можно признать одной из главных в предназначении культурных знаков, теснейшим образом связанную с экспрессивно-оценочной. В заголовке «Кришито крыто» (Российская газета, 30.05.2012), напоминающим разговорное выражение *шито-крыто*, зашифрована фамилия защитника «Зенита» Доменико Кришито, которого обвинили в мошенничестве. Ср. приемы контаминации: 1) соединение прецедентных имен: *Достоевский, дополненный Горьким* (Изв., 02.06.2014); *Асса Каренина* (РГ, 05.06.2009); *Годзилла и Малефисента на страже семейных устоев* (Изв., 17.06.2014); 2) соединение прецедентного имени с цитатой из другого источника/автора: *Гоголь и гений чистой красоты* (Российская газета, 26.03.2009); *Хотелось как у Ленина, а получился капитализм* (Комсомольская правда, 09.01.2014); *Итак, они сошлись – Лермонтов и Шаламов* (Изв., 08.06.2007); *И целого Шерлока мало* (КП, 13.01.2014) и др.; 3) объединение разных культурологических интертекстем: *Благородное семейство и героические коты на фоне «Времени»* (Изв., 23.10.2009); *На холмах Грузии – немытая Россия* (Новая газ., 14.01.2009) и др.

Нельзя не заметить, что даже при номинальном совпадении функций, они имеют разный удельный вес и значимость в кругу актуальных и культурологических интертекстем, обладают своей спецификой и отдельными нюансами. Ведущими для актуальных цитат следует признать информативную, апеллятивную, аргументативную, метаязыковую функции. В составе культурологических интертекстем доминантными являются апеллятивная, аргументативная, функция акцентирования внимания, экспрессивно-оценочная и лингвокреативная. При этом лидируют последние две смысловые роли. Парольная и фатическая функции более характерны для культурологических интертекстем, в то время как функции пиар-продвижения и подмены ответственности типичны для актуальных цитат.

Вместе с тем под пером известных журналистов и публицистов актуальные и культурологические цитаты могут полностью изменять описанные выше свойства. Решая творческие задачи, автор способен перемешать цитатный фонд, заставить современников заговорить словами былинных героев, художественных персонажей, и напротив, приписать современные высказывания историческим или мифическим героям. В одной из публикаций телеобозревателя Ирины Петровской обсуждается конфликт оппозиционного телеканала «Дождь» с арендодателем, который отказался продлевать аренду и потребовал освободить занимаемые площади. Это противостояние представлено через сцену из культового кинофильма «Белое солнце пустыни», а противоборствующие стороны говорят голосами товарища Сухова и главаря басмачей Абдуллы: *А ведь и правда – редкой живучести оказался этот маленький, но гордый канал. «Тебя так убить, или желаешь помучиться?» – словно спрашивают «дождевики» сильные мира сего, изгаляясь, подобно главарю басмачей Абдулле из легендарного «Белого солнца пустыни». «Лучше, конечно, помучиться», – словно отвечают «дождевики», ухмыляясь, подобно красноармейцу Сухову. Сила, конечно, пока на стороне условного Абдуллы, обложившего условного товарища Сухова со всех сторон. Но как говаривали герои другого фильма: «В чем сила, брат? Сила – в правде». Ощущая за собой эту силу, вопреки всем сложившимся обстоятельствам, и живет «Дождь»* (Новая газета, 11.07.2014). Аргументом «живучести» опального телеканала выступает фраза из другого культового фильма «Брат 2»: *Сила – в правде*. Подобные тексты доказывают, что в действительности цитатные пласты в журналистском тексте тесно взаимодействуют, пересекаются, налагаются друг на друга, выполняя одновременно множество функций. Поэтому интертексты любого типа – актуальные и культурологические – оказываются полифункциональным феноменом, подчиненным иерархии коммуникативных интенций в медиасфере.

Итак, субъектная организация журналистского текста формируется через отработанную систему отсылок к источникам информации и цитатный материал, который предстает в двух качественно разнородных группах: актуальных интертекстах и культурологических интертекстах. Если актуальные интертексты формируют документальную основу текста путем цитирования речей политиков, общественных деятелей, известных и неизвестных людей нашего времени, то культурологические интертексты участвуют в создании экспрессивно-оценочных наслоений через апелляцию к культурным кодам. Особый способ субъектного построения журналистского текста закрепляет его на оси действительности и на оси культуры.

#### Литература

Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: учебник / И.В. Арнольд. – 7-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 384 с. Артамонова Ю.Д. Герменевтический аспект языка СМИ / Ю.Д. Артамонова, В.Г. Кузнецов // Язык средств массовой информации: учеб пособие / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. Винокур Т.Г. О содержании некоторых стилистических понятий / Т.Г. Винокур. – 2-е изд. – М.: URSS, 2009. – 104 с. Володина М.Н. Язык средств массовой коммуникации – особый язык социального воздействия // Язык средств массовой информации: учеб пособие / под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – 760 с. Корнилова Н.А. Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы / Н.А. Корнилова: дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 2013. – 229 с. Негрышев А.А. Аспекты речевого воздействия в новостях СМИ : учеб. пособие / А.А. Негрышев. – Владимир: ВГГУ, 2009. – 144 с. Сурикова Т.И. Журналист, аудитория и власть: лингвостилевые аспекты взаимодействия в политическом дискурсе СМИ / Т.Г. Сурикова // Язык СМИ и политика / под ред. Г.Я. Солганика. – М.: Изд-во Московского ун-та; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – С. 199-246. Чернышова Т.В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России / Т.В. Чернышова. – 2-е изд., перераб. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007.– 296 с. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. – М., 2009. – 248 с.

УДК 81'1:316.642.3

КАЧМАР О. Ю.

(Ужгородський національний університет)

### КОМУНІКАТИВНИЙ АКТ ЯК ОДИНИЦЯ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглянуто основні підходи до визначення комунікативного акту. Особлива увага приділена його структурі. Описано основні моделі комунікації.

*Ключові слова:* комунікація, комунікативний акт, модель комунікації, концептуалізація, когнітивна структура.

**Качмар О. Ю. Коммуникативный акт как единица коммуникации.** В статье рассмотрены основные подходы к определению коммуникативного акта. Особое внимание уделено его структуре. Описаны основные модели коммуникации.

*Ключевые слова:* коммуникация, коммуникативный акт, модель коммуникации, концептуализация, когнитивная структура.

**Kachmar O. Yu. Communicative Act as the Unit of Communication.** The article deals with the main approaches to determine the communicative act. Special attention is paid to its structure. The basic model of communication are described in it.

*Keywords:* communication, communicative act, communication model, conceptualization, cognitive structure.

**Актуальність** теми статті зумовлена посиленням розвитком пріоритетних антропоцентричних тенденцій сучасного мовознавства, орієнтованого на дослідження комунікації як діяльності й засобу регуляції соціальної поведінки людини. Саме тому когнітивно-дискурсивна парадигма розгляду мовних явищ у гуманітарних науках сприяє зосередженню уваги лінгвістів на аналізі когнітивних структур, що забезпечують та регулюють діяльність людини, частиною якої є комунікативна діяльність.

**Мета статті** – конкретизувати визначення мовленнєвого / комунікативного акту та описати його структуру.

Досягнення мети передбачає здійснення таких завдань:

- визначити основні моделі комунікації;
- описати кожну із зазначених моделей із позицій тлумачення інтерсуб'єктивності;
- розглянути різнобічне тлумачення комунікативного акту як одиниці комунікації;
- проаналізувати структуру комунікативного акту.