

А. А. Васильева – студентка кафедры иностранных языков

М. А. Чиханова (канд. филол. наук, доц.) – научный руководитель

ИНТЕРТЕКСТУАЛИЗМЫ В ПУБЛИЦИСТИКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ)

Стиль языка представляет собой совокупность языковых средств и приемов, употребляемых в зависимости от цели и содержания высказывания с учетом обстановки, где происходит общение.

Функциональные стили – это разновидности книжного языка, свойственные различным сферам человеческой деятельности и обладающие определенным своеобразием в использовании языковых средств. Их отбор происходит в зависимости от целей и задач, ставящихся и решаемых в процессе общения.

На формирование и функционирование стилей влияют разные факторы. Поскольку стиль существует в речи, то на его формирование оказывают воздействие условия, связанные с жизнью самого общества, то есть экстралингвистические факторы. Среди них выделяют:

- сферу общественной деятельности: наука (соответственно научный стиль), право (официально-деловой стиль), политика (публицистический стиль), искусство (стиль художественной литературы), бытовая сфера (разговорный стиль);
- форму речи: письменная или устная;
- вид речи: монолог, диалог, полилог;
- способ коммуникации: общественный или личный (все функциональные стили, кроме разговорного, относятся к общественному способу коммуникации);
- жанр речи (для каждого стиля речи характерно употребление определенных жанров: для научного – реферат, учебник, доклад; для официально-делового – справка, договор, указ; для публицистического – статья, репортаж, устное выступление; для стиля художественной литературы – роман, повесть, сонет);
- цель общения, соответствует функциям языка. В каждом стиле реализуются все функции языка (общение, сообщение или воздействие), но ведущей является одна. Например, для научного стиля – это сообщение, для публицистического – воздействие и т.д.

На основании перечисленных факторов традиционно выделяют следующие пять функциональных стилей: научный, официально-деловой, публицистический, разговорный, стиль художественной литературы.

Поскольку в статье речь пойдет об интертекстуализмах, используемых в публицистике, мы будем говорить о публицистическом стиле речи.

Публицистический стиль – функциональный стиль, обслуживающий широкую область общественных отношений: политических, экономических, культурных, спортивных и др. Этот стиль, прежде всего, характерен для средств массовой информации – газет, радио, телевидения. Основной функцией публицистики является сообщение информации, а также формирование общественного мнения. В публицистическом стиле сочетаются стандарт (устойчивые языковые формы выражения, типичные для политики) и экспрессия (языковые средства, которые оказывают воздействие на эмоции читающих и слушающих).

Для данного стиля характерно употребление эмоционально маркированных слов, слов и словосочетаний в переносном значении, использование перифраз, восклицательных, вопросительных и неполных предложений, т.е. таких лексических и синтаксических средств, которые вызывают определенную эмоциональную реакцию. Авторы публицистических текстов находятся в постоянном поиске новых слов и выражений, которые привлекут внимание читателя своей новизной. Если это слово удачно, то оно начинает употребляться в текстах других авторов.

Своеобразие информационно-содержательной функции, выполняемой публицистическим стилем, заключается в том, что, во-первых, информация в этой сфере общественных отношений адре-

ется не узкому кругу специалистов, как, например, в сфере науки, а широким массам, всем носителям языка; во-вторых, здесь необходима быстрота передачи информации, что не является необходимым в официально-деловом стиле (публицистика, как правило, посвящена «злобе дня»).

Как было сказано выше, основной чертой публицистического стиля является сочетание экспрессивности и стандарта, что связано с тем, что в этом стиле информационно-содержательная функция сочетается с функциями убеждения и эмоционального воздействия. Кроме того, публицистический стиль характеризуется открытой оценочностью речи, призывным и лозунгово-декларативным характером выражения, простотой и доступностью изложения, рекламностью. Здесь, помимо нейтральной, широко используется высокая, торжественная лексика и фразеология, эмоционально окрашенная лексика, риторические вопросы, восклицания, повторы и др.

В современной массовой коммуникации последовательно обнаруживаются две, казалось бы, противоположные тенденции: первая – это стремление к максимальной свободе, к обнаружению творческой индивидуальности автора, а вторая – активное использование уже зарекомендовавших себя способов выражения мысли, что позволяет хотя бы отчасти скрыть свою субъективность и соотнести свой текст с существующими традициями. В качестве одного из ярких проявлений названных тенденций можно рассматривать активное обращение к многообразным способам использования прецедентности или интертекстуальности.

Интертекстуальность является одной из характерных особенностей текстов современной художественной и публицистической литературы, языка средств массовой информации и даже повседневной речи. Этим термином обозначается мозаичность текстов, обилие в них явных и скрытых цитат, отсылок к явлениям литературы и массовой культуры. Однако именно такие текстовые вставки, придающие дополнительные выразительные оттенки, затрудняют восприятие прочитанного у иноязычного читателя, не знакомого с упоминаемыми этнокультурными реалиями.

Теория интертекстуальности сформировалась относительно недавно, широкое развитие она получила лишь во второй половине XX века и в настоящее время привлекает внимание многих исследователей. Юлия Кристева, которой принадлежит заслуга введения самого термина «интертекстуальность», определяла его как свойство любого текста вступать в диалог с другими текстами [1].

В ходе дальнейшего развития теории интертекстуальности в трудах различных исследователей появлялись новые интерпретации и определения самого понятия. Согласно определению, предложенному М.Л. Малаховской, интертекстуальность понимается как «наличие в тексте элементов, которые, вследствие целенаправленной авторской стратегии или же безотносительно его интенции, активируют в сознании читателя другие, прочитанные им ранее, тексты» [2].

Появление теории интертекстуальности стало причиной интереса отечественных и зарубежных ученых к проблемам цитаты и цитирования, поскольку цитаты являются одним из способов существования прецедентных текстов. Цитата трактуется учеными в широком и узком смыслах. Для одних цитата в узком смысле – это дословная выдержка из какого-либо произведения [3]; для других – в точности воспроизводимые чьи-либо слова (в устной речи) или дословная выдержка из какого-либо текста (в письменной речи) [4]. Часто указывают на необходимость обязательной ссылки на авторство и источник при использовании цитаты [5]. Цитата в широком смысле понимается по-разному. Некоторые авторы включают в это понятие собственно цитату как дословное воспроизведение элемента чужого текста, а также аппликацию, реминисценцию, парафразу, аллюзию и т.д. [6], т.е. любое включение фрагмента чужого текста в авторский текст. Тексты, которые отсылают к другим текстам, называют интертекстом. Как отметила Ю. Кристева, все тексты представляют собой интертексты, все они связаны между собой, любой текст строится как мозаика цитаций, любой текст есть продукт впитывания и трансформации какого-нибудь другого текста [7].

«Ein Philosoph kann sehr schnell reich werden», schrieb Aristoteles über den erfolgreichen Oliven-Spekulanten Thales, um dann einzuschränken: «Doch seine Ambition sollte woanders liegen.» [8]

«Философ может быстро разбогатеть» – писал Аристотель о разбогатевшем за счет спекуляции оливами Фалесе Милетском, и потом уточнил – «однако его амбиции должны быть другими» (перевод мой – А.В.)

Этот интертекстуализм связан с одним из анекдотов, связанных с именем и славой Фалеса:

Про Фалеса Милетского ходила следующая легенда. Фалеса из-за его бедности укоряли в бесполезности философии, однако он, по наблюдению за звездами, сделал вывод о грядущем урожае маслин и еще зимой нанял все маслодавили в Милете и на Хиосе. Конечно, нанял их он за бесценок (ведь никто не давал за них больше), а когда настала пора урожая, спрос на них внезапно возрос, и Фалес стал отдавать их внаем по своему усмотрению. Собрав много денег, он показал, что философы при желании легко могут разбогатеть, но это вовсе не то, о чем они заботятся.

Еще одним часто встречаемым интертекстуальным включением помимо цитаты является прием аллюзии. К.Р. Новожилова дает следующее определение аллюзии: «Аллюзия представляет собой риторическую фигуру, которая отсылает к предметной ситуации других текстов... Аллюзия выражается скрытой, анонимной цитатой и содержит в себе намек на литературный или общекультурный факт, входящий в тезаурус и автора, и читателя» [9]. Литературная аллюзия (наряду с таким приемом, как реминисценция) является средством создания межтекстовых связей, это не более чем прием, заключающийся в том, что аллюзия «намекает» на некое событие, бывшее в действительности либо вымышленное. Аллюзия также может функционировать как средство «расширенного переноса свойств и качеств мифологических, библейских, литературных, исторических персонажей и событий на те, о которых идет речь в данном высказывании», в таком случае «аллюзия не восстанавливает хорошо известный образ, а извлекает из него дополнительную информацию» [10].

Т.е. аллюзия предстает как заимствование некоего элемента из инородного текста, служащее отсылкой к тексту-источнику, являющееся знаком ситуации, функционирующее как средство для отождествления определенных фиксированных характеристик. Следовательно, аллюзия является интертекстом, элементом существующего текста, включаемым в создаваемый текст.

Italiens Premier Mario Monti, immerhin ein Veteran der europäischen Einigung, warnt vor antideutschen Protesten, wenn Berlin nicht Respekt vor den Sparbemühungen seines Landes zeige; beim Gipfel im streikgelähmten Brüssel galt Merkel als „eiserne Kanzlerin“, eine Wiedergängerin Otto von Bismarcks, des eisernen Kanzlers, der die Deutschen 1871 einte und zur Großmacht werden ließ. [11]

Премьер министр Италии Марио Монти, ветеран европейского союза, предупредил о возможных антинемецких протестах, в случае, если Берлин не выскажет уважения относительно мер экономии, проводимых итальянским правительством. Во время встречи на высшем уровне в парализованном забастовками Брюсселе, А. Меркель назвали «железным канцлером», современным воплощением Отто фон Бисмарка, железного канцлера, объединившего Германию в 1871 году и создавшего великую державу (*перевод мой – А.В.*)

Интертекстуализм «eiserne Kanzlerin» можно рассмотреть двояко: во-первых, как видно из самого текста и перевода, это явная аллюзия на канцлера Германии Отто фон Бисмарка, который, как и Ангела Меркель, известен своей жесткой политикой, во-вторых, первый компонент «eiserne» можно также соотнести с бывшим премьер-министром Великобритании Маргарет Тэтчер, получившей прозвище «железная леди», поскольку она проводила жесткие и непопулярные меры в экономике и социальной сфере для стабилизации экономического роста Англии.

Использование аллюзий и интертекстуализмов придает текстам публицистического стиля большую эмоциональную окраску и тем самым текст может оказать более сильное влияние на читателя. В приведенных примерах ссылки идут на довольно известные исторические личности, поэтому так или иначе можно понять, на чем автор статей особенно хочет сделать акцент и к чему привлечь внимание читателя. Но, если реципиент обладает недостаточным количеством фоновых знаний, особенно, если цитируемый источник не получил широкого распространения, то в таком случае процесс коммуникации можно считать не до конца состоявшимся. А если весь текст строится из таких цитат и отсылок и вовсе неудачным.

Библиографический список

1. Christeva J. Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman // Critique. Paris, 1967. № 23.
2. Малаховская М.Л. Интертекстуальные связи в художественном тексте в сопоставительно-переводоведческом аспекте (на материале произведений К.С. Льюиса). Автореферат канд.фил.наук. С.-Пб., 2007. С. 5.
3. Гришунин А.Л. Цитата / А.Л. Гришунин // Литературный энциклопедический словарь / под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. – М., 1987. – С. 492.
4. . Москвин В. П. Цитирование, аппликация, парафраз: к разграничению понятий / В.П. Москвин // Филологические науки. – 2002. – № 1. – С. 63–70.

5. Емельянова О.Н. Цитата / О.Н. Емельянова // Энциклопедический словарь-справочник Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты / под ред. А.П. Сковородникова. – М., 2005. – С. 350-351.
6. Михалева И. М. Типы прецедентных текстов и их цитирование / И.М. Михалева // Деятельностные аспекты языка. – М., 1988. – С. 137–143.
7. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог, роман / Ю. Кристева // Вестник МГУ. Серия 9. Филология. – 1995. – № 1. – С. 97–124.
8. Markus Zydra. Derivate als Waffen/ Markus Zydra // Süddeutsche Zeitung. 2011. 6 Oct.
9. Новожилова К.Р. Стилистика повествовательного текста. Теоретические и исторические основы. СПб., 2007. С.84.
10. Дронова Е. М.. Интертекстуальность и аллюзия: проблема соотношения// Язык, коммуникация и социальная среда. Выпуск 3. Воронеж: ВГУ, 2004// http://se2010.narod.ru/yazik_kommunikatsiya_i_sotsialnaya_sreda_vipusk_3_2004/emdronova_intertekstualnost_i_allyuziya
11. Joachim Käppner. Deutschland - europäische Macht wider Willen/ Joachim Käppner // Süddeutsche Zeitung. 2012. 1 Feb.
12. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981.2.
13. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации// Екатеринбург, 2007. С. 207. <http://www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm>.
14. <http://jurnalistedu.ru/gos1/33-ponyatie-o-funkcionalnyx-stilyax-yazyka-osobennosti-publicisticheskogo.html>.