

## ИНТЕРТЕКСТ КАК КРИЗИСНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Явление интертекстуальности, способности одних семиотико-риторических систем (текстов) включать в свою структуру элементы, совокупности других текстов в журналистских материалах остается мало изученным, равно как и вопросы влияния «чужого слова» на установление фатической (контактной) функции, налаживания диалогических связей в триаде «журналист – текст – читатель».

Современный журналист в условиях, когда интернет-материалы, газетные и журнальные статьи, теле- и радиопередачи представляют медиаменипею (мозаику цитаций), конкурирует с интеллектуалами блоговых, форумных, онлайн-поток.

Включенные журналистом в текст интертекстуальные единицы (цитаты, аллюзии, реминисценции) могут спровоцировать так называемый конфликт интерпретации, при котором один и тот же текст в сознании читателей (зрителей, слушателей) перцептируется в зависи-

мости от различных экстра- и интралингвистических факторов по-разному и не всегда адекватен авторскому замыслу.

За счет использования интертекстуальных вкраплений журналист может обогатить смысловую структуру статьи. При этом он, ссылаясь на прецедентные феномены (ситуации, тексты, высказывания), не только репрезентирует мировоззренческое отношение к событию, но и подталкивает реципиента информации к интеллектуальному развитию. Однако необоснованное использование интертекста, а также перенасыщение публицистического произведения «чужими текстами» может вызвать разрушение налаженных коммуникативных связей между журналистом и аудиторией.

Высокая частотность интертекста в белорусских русскоязычных и российских СМИ середины 1990-х гг. – начала XXI в. квалифицируется в методологии журналистики как кризисное явление, как следствие возникновения постмодернистской манеры письма журналиста, вобравшей в себя практику интерпретирования классических образцов, ментальных эпизодов, смысловых обертонов коммуникативной парадигмы прошлых столетий. Однако в последние один-два года намечается тенденция к установлению соразмерности соотношений интертекста и авторского элемента, например в заголовочных комплексах СМИ, что может быть свидетельством постепенного выхода из творческого кризиса в журналистике.