

ПРАГНАЗАВАННЕ ЎЗАЕМАДЗЕЙННЯ ІНТЭРТЭКСТУ І МЕДЫЯТЭКСТУ

Апошнім этапам правядзення рэдактарска-канцэптуальнага аналізу ўключэння ў структуру публіцыстычнага твора інтэртэксту [6] з'яўляецца фармулёўка гіпотэзы верагоднаснага механізму ўзаемадзеяння інтэртэксту і медыятэксту і наступная, пры неабходнасці, карэкціроўка журналісцкага тэксту [7]. Працэдура засноўваецца на выніках аналізу арганічнасці/неарганічнасці карцін свету донара і рэцыпіента інфармацыі, на падставе чаго вызначаецца ступень адпаведнасці/неадпаведнасці інтэнцый журналіста пры выбары канкрэтных інтэртэкстуальных адзінак або адмове ад іх выкарыстання пэўным схемам, сцэнарыям, чаканням і патэнцыйным ведам рэцыпіента інфармацыі.

Асноўная функцыя СМІ – збор і распаўсюджванне інфармацыі на максімальна магчымую колькасць спажыўцоў [4, с. 139–140]. Пры гэтым, як адзначае прафесар Р. Салганік, «газетна-публіцыстычнае маўленне заклікана ўздзейнічаць на масы, заклікана максімальна ўлічваць інтарэсы і запыты аўдыторыі» [17, с. 15]. Гэта магчыма толькі пры камунікатыўнай роўнасці (агульнай маўленчай кампетэнтнасці) адрасата і адрасанта паведамлення, наяўнасці ў суб'ек-

таў камунікацыі агульнага кагнітыўнага фону маўлення, які апа-сродкуе правільную інтэрпрэтацыю зместу медыятэксту. На гэтую акалічнасць звяртае ўвагу прафесар М. Цікоцікі: «У тэорыі сродкаў масавай камунікацыі вылучаюць прынцып публічнасці, сутнасць якога ў тым, што змест, які перадаецца ў ходзе масавай камуні-кацыі, павінен быць даступным усім членам грамадства без якіх-не-будзь абмежаванняў. Гэты прынцып у многім вызначае характар ад-бору моўных сродкаў. <...> Выключаюцца крайнасці – усё, што можа ўскладніць, абцяжарыць разуменне тэксту» [19, с. 267]. Прафесар В. Іўчанкаў сведчыць, што структурнай адзінкай медыятэксту, якая можа паўплываць на яго асэнсаванне і інтэрпрэтацыю адрасатам ін-фармацыі, з’яўляецца інтэртэкст [10].

Любы інтэртэкстуальны элемент, які ўключаны ў структуру медыятэксту, абавязкова карэлюе з ім, уступае ў складаныя полі-лагічныя змястоўна-сэнсавыя адносіны ўжо толькі з-за факта ўбу-доўвання «чужога» тэксту ў журналісцкі твор, ператварэння прэ-тэксту або асобнай яго часткі ў структурна-кампазіцыйную адзінку іншага тэксту: «Тэкст суадносіцца з папярэднімі тэкстамі як з пад-ставай і прэсупазіцыяй свайго ўзнікнення» [1, с. 267]. Каэфіцыент карэляцыі (умоўны паказальнік шчыльнасці ўзаемаадпаведнасці інтэртэксту і медыятэксту) пры гэтым можа быць як станоўчым, так і адмоўным.

Станоўчы каэфіцыент карэляцыі забяспечваецца інтэграцы-яй журналісцкага тэксту і інтэртэксту, пры гэтым інтэртэкст праз рэалізацыю сэнсавага і эмацыянальна-вобразнага патэнцыялу ў публіцыстычным маўленні ўзбагачае сэнсавую сруктуру артыкула, дапамагае стваральніку тэксту не толькі рэпрэзентаваць аўдыторыі сваю канцэптуалізацыю рэчаіснасці, светапогляднае стаўленне да падзеі, суб’екта або аб’екта публікацыі, але і падштурхоўвае чыта-ча да інтэлектуальнага развіцця за кошт стымулявання пашырэн-ня інтэртэкстуальнага тэзаўруса. Падобны прыклад выкарыстання інтэртэкстуальнай адзінкі назіраем у артыкуле *«Почему соотече-ственники забыли “белорусского Теслу”?»* (Об., 05.11.2010), у якім распавядаецца пра жыццё і навуковую дзейнасць беларускага вучо-нага Якуба Наркевіча-Ёдкі. У загаловак артыкула ўключаецца ан-трапанімічная алюзія (прозвішча амерыканскага даследчыка Ніко-лы Тэсла), якая, бяспрэчна, павінна звярнуць на сябе ўвагу чытача з-за сваёй некагерэнтнасці. Па-першае, яна маркіравана двукоссем,

па-другое, прэцэдэнтнае імя дапаўняецца тапанімічным указальнікам-азначэннем «*белорусскага*», які з прэцэдэнтным імем не мае відавочных сувязей, што апасродкуе яго анамальнасць у кантэксте артыкула і засяроджвае чытацкую ўвагу. Гэта інтэртэкстуальная адзінка выкарыстоўваецца зноў і ў самім артыкуле разам са згаданнем яшчэ аднаго прэцэдэнтнага імя – прозвішча амерыканскага вынаходцы Томаса Эдысана: «*Современники ставили Наркевича-Ёдку на одну планку с Тесла и Эдисоном*». Падобныя апеляцыі да прэцэдэнтных феноменаў адразу ўключаюць адрасата інфармацыі ў інтэртэкстуальную гульню, падштурхоўваюць да пошуку культурна-гістарычных паралелей і адпаведнасцей паміж лёсамі героя публікацыі і азначаных у артыкуле навукоўцаў, верагодна, садзейнічаюць пашырэнню інтэртэкстуальнага тэзаўруса аўдыторыі (*пошук дадатковых звестак пра Эдысана, Тэсла і Наркевіча-Ёдку*), дапамагаюць журналісту ў станоўчай характарыстыцы героя матэрыялу, спараджаюць у чытача неабходныя для грунтоўнага і паўнаватарскага ўспрымання матэрыялу і звязаныя са згаданымі ў медыятэксте прэцэдэнтнымі імёнамі асацыяцыі – *слынныя вучоныя, сусветна вядомыя вынаходцы*, якія экстрапаляюцца на асобу Я. Наркевіча-Ёдкі. З вялікай доляй упэўненасці можна меркаваць, што нават у непадрыхтаванага чытача (асобы, якая дакладна не ведае, у якіх галінах навукі працавалі Т. Эдысан і Н. Тэсла) прэцэдэнтныя імёны, згаданыя ў публікацыі, павінны б выклікаць асацыяцыю *знакаміты вучоны*, што ўжо дастаткова для агульнага разумення сэнсу артыкула. Тая ж частка аўдыторыі, канцэптуальная карціна свету якой мае пэўныя пункты судакранання з канцэптуальнай карцінай свету журналіста, павінна атрымаць адпаведную яго інтэнцыям і сваім верагоднасным уяўленням пра змест публікацыі інфармацыю. Іншымі словамі, у разгледжаным прыкладзе ілакутыўны акт (камунікатыўная мэта журналіста па інфармаванні аўдыторыі), які засноўваецца на апеляцыі да рэпрэзентатываў – *Эдысан, Тэсла*, безумоўна спараджае перлакутыўны эфект – станоўчую характарыстыку героя публікацыі.

Дэзынтэграцыя медыятэксту і інтэртэксту, калі апошні сэнсава, лагічна і сюжэтна-кампазіцыйна аддалены ад журналісцкага тэксту, абумоўлівае наяўнасць адмоўнага каэфіцыента іх карэляцыі, які назіраецца пры бяздумным і неабгрунтаваным стварэнні клішыраваных інтэртэкстуальных загалоўкаў да журналісцкіх тэк-

стаў; уключэнні ў структуру медыятэксту спасылка на прэцэдэнтныя феномены, якія з’яўляюцца канцэптуальна важнымі для разумення паведамлення, але пры гэтым могуць быць распазнаны невялікай колькасцю адрасатаў інфармацыі; пры выкарыстанні інтэртэкстуальных адзінак без уліку іх сэнсавага і эмацыянальнага патэнцыялу ўздзеяння на аўдыторыю; а таксама пры памылковым ужыванні пэўных інтэртэкстуальных сродкаў. Паколькі ў такім выпадку выкарыстання інтэртэкстуальных адзінак можа назірацца скасаванне міжтэкставых (міждыкурсных) сувязей паміж прэтэкставай крыніцай інтэртэкстуальнага запазычання (прэцэдэнтным тэкстам) і самой інтэртэкстуальнай адзінкай, якая з’яўляецца структурна-кампазіцыйным і сэнсавым элементам журналісцкага твора, можна казаць пра пераўтварэнне інтэртэкстаў у сімулякры, якія, паводле Ф. Джэймісана, з’яўляюцца «дакладнымі копіямі, арыгіналаў якіх ніколі не існавала» [3, с. 550]. Інтэртэкст-сімулякр пры сваім знешнім (фармальным) падабенстве да арыгінальнага першаснага тэксту не ўтрымлівае ў сабе яго ўнутраных змястоўна-сэнсавых характарыстык, у выніку чаго не здольны наладзіць з акалячым кантэкстам (медыятэкстам, які яго прымае) унутрытэкставых і пазатэкставых (міжтэкставых і міждыкурсных) сувязей і адпаведна перадаць рэцыпіенту (нават пры распазнаванні інтэртэкстуальнай адзінкі) імпліцытнага значэння прэтэксту. Падобную сітуацыю можна назіраць у артыкуле «*A и B сидели на “трубе”*» (СБ, 16.12.2004), у загалолак якога выносіцца цытата з дзіцячага верша-загадкі. Лексема «*труба*» звяртае на сябе ўвагу за кошт маркёра-двукося, які патрабуе ад чытача пераноснай інтэрпрэтацыі яе значэння – «*телефонная трубка*», што пацвярджаецца і тэкстам артыкула пра выкарыстанне мабільных тэлефонаў вучнямі ў школе (чытач суадносіць літары «*A*» і «*B*» з пазначэннем класаў). Праз пераасэнсаванне інтэртэксту, парадзіраванне і нейтралізацыю сэнсу прэцэдэнтнага выказвання журналіст спрабуе змястоўна ўзбагаціць публіцыстычны твор. Але ў новай кантэкстуальнай сітуацыі (у складзе інтэртэкстуальнай адзінкі) лексема «*сидели*» набывае адмоўную канатацыю, бо можа нагадаць пэўнай частцы чытацкай аўдыторыі даволі вядомы выраз «*сидеть на игле*» – *быць наркаманам* (параўн. «*подсесть – привыкать к чему-л., приобретать зависимость от чего-л.*») [5, с. 344]. У выніку падобнай мадыфікацыі цытата набывае статус сімулякра, таму што цалкам губляе сувязь з прэтэкстам, у чы-

тача пры рэцэпцыі журналісцкага тэксту могуць узнікнуць пачуцці незадаволенасці і раздражнёнасці (эфект падманутага чакання) з-за неразумення інтэнцый журналіста пры ўключэнні інтэртэкстуальнай адзінкі ў тэкст, якая можа быць успрынята як семантычна анамальная і недарэчная ў кантэксце журналісцкага паведамлення, як «камунікатыўны збой» [21, с. 265]. Падобныя выпадкі выкарыстання інтэртэкстуальных адзінак у адпаведнасці з метадыкай рэдагавання тэкстаў СМІ ўказваюць на неабходнасць карэціроўкі стылістычнага рэгістра медыятэксту на падставе высоў рэдактарска-канцэптуальнага аналізу ўключэння ў структуру публіцыстычнага тэксту інтэртэксту. Як справядліва пісаў прафесар К. Былінскі, «рэдактару, што апрацоўвае тэкст, у якім выкарыстоўваюцца цытаты і мастацкія вобразы з літаратурных твораў, неабходна ўлічваць, што злоўжыванне гэтымі прыёмамі прыводзіць да адваротнага выніку: чытач губляе ўсялякую цікавасць да тэксту як да твора, які не ўтрымлівае нічога арыгінальнага» [2, с. 262].

Яшчэ адным фактарам, які можа адмоўна паўплываць на асэнсаванне медыятэксту адрасатам інфармацыі, з'яўляецца няведанне апошнім тых прэцэдэнтных імёнаў, выказванняў, тэкстаў і сітуацый, да якіх апелюе журналіст. Так, расійскі лінгвіст Т. Чарнышова адзначае, што «для паспяховага ўзаемадзеяння аўтара і адрасата ў газетна-публіцыстычнай сферы недастаткова толькі «перакрыжаванне» канцэптуальных сістэм рэцыпіента і тэксту, неабходна таксама «перакрыжаванне» канцэптуальных сістэм аўтара і адрасата праз тэкст» [20, с. 41]. Такім чынам, наяўнасць агульнага кагнітыўнага фону маўлення, блізкасць ментальных карцін свету – першарадная ўмова ўзаемапаразумення журналіста і адрасата інфармацыі.

Можна адзначыць, што на адэкватнае задуме журналіста (донар інфармацыі – D) чытачом, слухачом, глядачом (рэцыпіент інфармацыі – R) асэнсаванне медыяпаведамлення (паведамленне^D), што знайшло сваё адлюстраванне ў публіцыстычным тэксце, які быў створаны ў пэўных кантэкстуальных умовах (кантэкст^D) і ўтрымлівае інтэртэкстуальную(ыя) адзінку(і) (код^D), можна разлічваць толькі пры ўмове распазнавання і абавязковага дэкадзіравання інтэртэксту (код^D = код^R) у іншых кантэкстуальных абставінах (кантэкст^R), падчас чаго адбываецца інтэрпрэтацыя медыятэксту адрасатам інфармацыі, а ў яго свядомасці з'яўляецца новае паведамленне (паведамленне^R), сэнс (S) якога прыкладна роўны сэнсу паведамлення,

спароджанага СМІ ($S_{\text{паведамленне}}^D \approx S_{\text{паведамленне}}^R$). На гэты конт прафесар І. Ухванава-Шмыгава адзначае, што «чытач падвяргае знакавы матэрыял, у які ператварылася падзея, уласнай інтэрпрэтацыі. У выніку з'яўляецца не «сама падзея» і не «падзея аўтара», а «падзея чытача». Гэта значыць, можна казаць не толькі пра тое, што адна падзея спараджае мноства самых розных тэкстаў (кожны аўтар яе бачыць па-свойму), але і пра тое, што адзін і той жа тэкст адлюстроўвае мноства падзей (кожны чытач бачыць у ім сваю падзею)» [18 с. 187].

Як падкрэслівалася, нераспазнаванне адрасатам інтэртэкстуальнай адзінкі з-за няведання прэтэксту можа не адбіцца на разуменні агульнага зместу публіцыстычнага артыкула (маем на ўвазе прафанае, лінейнае прачытванне медыятэксту, падчас якога адбываецца рэцэпцыя толькі экспліцытнай інфармацыі), але імпліцытная інфармацыя, якую журналіст, кіруючыся пэўнымі матывамі (напрыклад, выкарыстанне інтэртэксту ў якасці эўфемізму), намагаўся перадаць праз спасылку на «чужы» тэкст, апелячыю да пэўнага прэцэдэнтнага феномену, застанецца па-за ўвагай рэцыпіента: «... недарэчнасць, неапраўданасць выбара (як і трансфармацыя) прэцэдэнтнага феномена абавязкова прывядзе да камунікатыўнай няўдачы» [8, с. 228]. У такім разе нельга казаць пра паўнаўтарскі дыялог паміж журналістам і аўдыторыяй: «без разумення прапагандыстаў аўтарскага тэксту камунікацыя не можа адбыцца» [12, с. 21]. Такім чынам, у постмадэрнісцкім дыскурсе, які рэгламентуе сэнна і тэкстабудаванне і тэкстаўспрыманне, г. зн. і аўтарскую і чытацкую дзейнасць па стварэнні тэксту, вытворца (донар) інфармацыі павінен дакладна ацэньваць і суадносіць сродкі, якія ён выкарыстоўвае для перадачы інфармацыі, з ментальнымі ўласцівасцямі і магчымасцямі чытача: «індывід павінен мець ключ для апазнавання разнастайных груп сістэмных знакаў, таму што інакш ён будзе ўспрымаць іх як абсалютна бяссэнсавую з'яву і не здолее ўключыць механізм працэсу апазнавання» [13, с. 57]. У сваю чаргу, як падкрэслівае доктар філалогіі Н. Пеге-Гро, «інтэртэкстуальнасць у поўнай меры прадугледжвае актыўнага чытача; менавіта ён павінен не толькі распазнаць наяўнасць інтэртэксту, але і ідэнтыфікаваць яго, а затым і даць яму сваё вытлумачэнне» [14, с. 132]. Інакш навукоўцам прыйдзецца канстатаваць пасля «смерці аўтара» (тэрмін Р. Барта) і «смерць чытача» як раўнапраўнага ўдзельніка працэсу стварэння і вытлумачэння тэксту.

Несупадзенне моўных карцін свету журналіста і рэцыпіента інфармацыі таксама можа адмоўна паўплываць на карэляцыю медыятэксту і інтэртэксту, паколькі «тэкст валодае значэннем толькі ў адпаведнасці з умовамі яго вытворчасці, а таксама і ў адпаведнасці з умовамі яго тлумачэння» [15, с. 552]. Калі пагадзіцца з Ю. Каравулавым, што моўная карціна свету – гэта вынік узаемадзеяння сістэмы каштоўнасцей пэўнай асобы з яе жыццёвымі мэтамі, матывамі паводзін, інтэнцыямі і ўстаноўкамі, якія праяўляюцца ў тэкстах, што стварае гэта асоба, а таксама ў асаблівасцях успрымання чужых тэкстаў [11, с. 207], то можна меркаваць, што ментальна-кагнітыўную канфрантацыю паміж суб'ектамі камунікацыі, якая перашкаджае дасягненню перлакутыўнага эфекту журналісцкай дзейнасці, здольна спарадзіць, напрыклад, густавае непрыняцце адрасатам інфармацыі манеры журналісцкага пісьма, яго стылістычнай танальнасці. В. Іўчанкаў слушна заўважае, што пры асістэмным уключэнні ў журналісцкі тэкст інтэртэкстуальных адзінак можа быць спароджана парадаксальная сітуацыя, калі «вынік журналісцкай дзейнасці – тэкст – не суадносіцца з пэўнымі густамі, нават разумовымі здольнасцямі рэцыпіента» [9, с. 95]. Напрыклад, артыкул «*Пришел невод с... “травкой”*» (ЗЮ, 19.11.2004) беспадстаўна, на наш погляд, перанасычаецца інтэрлексемамі (эмацыянальна афарбаваныя моўныя адзінкі абмежаванай сферы выкарыстання (жарганізмы, аргатызмы, ненарматыўна-лаянкавыя і субстандартна-абсцэнныя лексемы), якія ўжываюцца замест агульнапрынятых для адлюстравання ў медыятэксце пэўнай рэальнай сітуацыі) і інтэрстылёвымі ўкрапінамі (лексічныя адзінкі аднаго стылю, якія ўключаюцца ў медыятэкст з мэтамі стварэння пэўнага каларыту і спараджэння ў чытацкай аўдыторыі адпаведных спецыфіцы публікацыі асацыяцый): «*среди потребителей зелья сбытчица наркотиков*», «*сильнодействующая отрава афганского происхождения*», «*девушка продавала “кайф” за бесплатную “дозу”*», «*переключилась на героин, которого в столице было хоть завались*», «*дури было в избытке*», «*а тут вдобавок сотрудники УПНОна буквально озверели: то и дело они перекрывали каналы поступления “дури”, один за одним поставщики оказывались в местах не столь отдаленных*», «*в разговоре с “коробейницей” “оптовик” сказал, что готов купить крупную партию наркотиков за солидные бабки*», «*убедившись, что покупатель “чист”*»,

он предложил *“упакованному” клиенту 350 граммов героина*, *«дельцы решили встретиться»*, *«оценщик» захотел убедиться»*, *«торговалась братва долго»*, *«сам же “сделал ноги”*, *«напоследок попытался выпендриться»*, *«остаток героина “затырили менты”*», *«окончательно загрузил он уже в ходе следствия»*, *«сотрудники милиции блокировали “Опель” с азиатом»*, *«опера нашли еще 221,1 грамма героина»*, *«“белая смерть” попала в силки»*. Подобную масштабную апелляцию да прыёму інтэрстылёвага ганіравання можна кваліфікаваць як парушэнне норм чысціні маўлення. Прафесар В. Сірацініна, аналізуючы літаратурна-жаргонны тып маўленчай культуры, адзначае, што характарызуецца ён наўмыснай жарганізацыяй маўлення (выбарам з сінанімічнага раду не літаратурнага слова, а яго прастамоўнага, дыялектнага, лаянкавага сэнсавага адпаведніка) і «назіраецца ў журналістаў не самай высокай культуры» [16, с. 345]. Дастаткова сумніўным уяўляецца той факт, што журналісту для стварэння адпаведных тэме публікацыі кантэксту і стылістычнага каларыту, наладжвання з маладзёжнай аўдыторыяй кантакту за кошт выкарыстання «пануючай», як, напэўна, лічыць журналіст, у маладзёжным асяроддзі лексікі спатрэбілася такая значная колькасць маўленчых адзінак абмежаванай сферы выкарыстання. Прадэманстраваны прыклад з’яўляецца, на наш погляд, яскравым узорам прафесійнай недапрацоўкі аўтарам публікацыі, а таксама недастатковай кампетэнтнасці літаратурнага і стылістычнага рэдактараў канкрэтнага СМІ.

Такім чынам, аналіз маўленчых карцін свету журналіста і рэцыпіента інфармацыі, вызначэнне адпаведнасці намераў журналіста пры ўключэнні інтэртэксту ў медыятэкст (адмове ад яго выкарыстання) фрэймавай характарыстыцы аўдыторыі (ментальны партрэт гіпатэтычнага чытача) пры прагназаванні верагоднаснага ўзаемадзеяння журналісцкага тэксту і інтэртэксту дазваляюць як аўтару артыкула, так і рэдактару, які закліканы ўдасканаліць тэкст, папярэдзіць неабгрунтаваную інтэртэкстуалізацыю публіцыстычнага маўлення, якая ў пэўных выпадках можа прывесці да стварэння не закладзеных у тэксте сэнсавых структур і псеўдарэалій, перашкодзіць спажыўцу інфармацыі зразумець пададзены факт або падштурхнуць да памылковай інтэрпрэтацыі яго ці нават прафанацыі.

Літаратура

1. Бразговская, Е. Е. Текст культуры: от события – к событию (логико-семиотический анализ межтекстовых взаимодействий) / Е. Е. Бразговская. – Пермь : ПГПУ, 2004. – 284 с.
2. Былинский, К. И. Язык газеты / К. И. Былинский. – М. : Изд-во МГУ, 1996. – 304 с.
3. Грицанов, А. А. Симулякр / А. А. Грицанов // Новейший философский словарь. Постмодернизм. – Минск : Современный литератор, 2007. – С. 550–553.
4. Дубовік, С. В. Даведнік журналіста / С. В. Дубовік. – Мінск : БДУ, 2006. – 222 с.
5. Елистратов, В. С. Словарь русского арго / В. С. Елистратов. – М. : Русские словари, 2000. – 694 с.
6. Зелянко, С. В. Рэдактарска-канцэптуальны аналіз інтэртэксту ў СМІ / С. В. Зелянко // Журналістыка-2010: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 12-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 8–9 снеж. 2010 г. / Бел. дзярж. ун-т; рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2010. – Вып. 10. — С. 179–182.
7. Зеленко, С. В. Интертекст в публицистической речи: проблема коррективки стилистического регистра медиа-текста / С. В. Зеленко // II Кодуховские чтения : межвузовский сб. науч. и науч.-методических статей. – Ишим : ИГПИ им. П. П. Ершова, 2010. – С. 101–102.
8. Ильясова, С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М. : Флинта, 2009. – 296 с.
9. Іўчанкаў, В. І. Дыскусія беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту / В. І. Іўчанкаў. – Мінск : БДУ, 2003. – 258 с.
10. Іўчанкаў, В. І. Інтэртэкстуальнасць у сучасным публіцыстычным маўленні / В. І. Іўчанкаў // Текст в лингвистической теории и в методике преподавания филологических дисциплин : материалы III Междунар. науч. конф., Мозырь, 12–13 мая 2005 г. : в 2 ч. / Мозыр. гос. пед. ун-т.; редкол. : С. Б. Кураш [и др.]. – Мозырь : МГПУ, 2005. – Ч. 1. – С. 135–136.
11. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : URSS : ЛКИ, 2007. – 261 с.
12. Клушина, Н. И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000–2008 гг.) : автореф. дис. ... д-ра. филол. наук : 10.01.10 / Н. И. Клушина; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2008. – 56 с.
13. Мисонжников, Б. Я. Феноменология текста (соотношение содержательных и формальных структур печатного издания) / Б. Я. Мисонжников. – СПб. : СПбГУ, 2001. – 490 с.

14. Пьеге-Гро, Н. Введение в теорию интертекстуальности / Н. Пьеге-Гро; пер. с фр. ; общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М. : ЛКИ, 2008. – 240 с.

15. Серио, П. Дискурс и интердискурс / П. Серио // Семиотика : антология. – М. : Академический проект; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – С. 549–562.

16. Сиротинина, О. Б. Речевая культура / О. Б. Сиротинина // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под. ред. М. Н. Кожинной. – М. : Флинта : Наука, 2003. – С. 343–347.

17. Солганик, Г. Я. Выразительные ресурсы лексики публицистики / Г. Я. Солганик // Поэтика публицистики : сб. науч. ст. – М. : МГУ, 1990. – С. 10–20.

18. Ухванова-Шмыгова, И. Ф. Газета – аудитория: типология речевого взаимодействия / И. Ф. Ухванова-Шмыгова // Методология исследований политического дискурса : актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. – Минск : БГУ, 1998. — Вып. 1. – С. 186–200.

19. Цікоцкі, М. Я. Стылістыка беларускай мовы / М. Я. Цікоцкі. – Мінск : Універсітэцкае, 1995. – 294 с.

20. Чернышова, Т. В. Современный публицистический дискурс (коммуникативно-стилистический аспект) / Т. В. Чернышова. – Барнаул : Алтай. ун-т, 2003. – 178 с.

21. Шестерина, А. М. Прецедентные тексты в полемических публикациях современной российской прессы / А. М. Шестерина // Феномен прецедентности и преемственность культур. – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2004. – С. 264–272.