

Степанова Анна Васильевна

Кандидат филологических наук, доцент,
Оренбургский государственный
педагогический университет
(Оренбург, Россия)
E-mail: ansvs@bk.ru

Stepanova Anna Vasil'evna

PhD in Philology, Associate Professor,
Orenburg State Pedagogical University
(Orenburg, Russia)
E-mail: ansvs@bk.ru

Безменова Лариса Эдуардовна

Кандидат филологических наук, доцент,
Оренбургский государственный
педагогический университет
(Оренбург, Россия)
E-mail: bezmenova.larisa@mail.ru

Bezmenova Larisa Eduardovna

PhD in Philology, Associate Professor,
Orenburg State Pedagogical University
(Orenburg, Russia)
E-mail: bezmenova.larisa@mail.ru

Рахматуллина Диляра Равильевна

Кандидат филологических наук, доцент,
Оренбургский государственный
педагогический университет
(Оренбург, Россия)
E-mail: dilyara-rakhmatullina@mail.ru

Rakhmatullina Diliara Ravil'evna

PhD in Philology, Associate Professor,
Orenburg State Pedagogical University
(Orenburg, Russia)
E-mail: dilyara-rakhmatullina@mail.ru

**ИНТЕРТЕКСТУАЛИЗАЦИЯ КАК
КЛЮЧЕВОЙ МЕХАНИЗМ СОЗДАНИЯ
ТЕКСТА ТРЕЙЛЕРА**

**INTERTEXTUALIZATION AS A KEY
MECHANISM IN CREATING THE TEXT
OF THE TRAILER**

Аннотация. В статье рассматривается явление интертекстуальности с точки зрения целенаправленного использования диалогичности текстов. Анализ рекламного креолизованного текста трейлеров позволяет выделить механизм интертекстуализации в качестве основного приема его создания. Исходя из текста-донора интертекстуально-го заимствования, выделяются три типа интертекстуализации текста трейлера: внешняя, внутренняя и смешанная. Негомогенность рекламного креолизованного текста обусловила анализ комбинаций вербальной, визуальной и аудиальной интертекстуальности в тексте трейлера, а также функций, которые выполняют поликодовые прецедентные феномены.

Ключевые слова: интертекстуальность, трейлер, креолизованный текст, интертекстуализация, прецедентный феномен, поликодовый текст

Abstract. The article considers the phenomenon of intertextuality as an intentional technique to allude to the existing texts. A thorough analysis of the creolized advertising trailer texts enables us to single out intertextualization as the key mechanism of its creation. Taking into account the donor text, intertextualisation can be classified into three types: external, internal and mixed intertextualisation. Being heterogeneous, creolized advertising texts under study determined the analysis of verbal, visual and audio intertextuality in their combination, together with the functions polycode precedent phenomena perform in trailers.

Keywords: intertextuality, trailer, creolized text, intertextualizaion, precedent phenomenon, polycode text

Введение

Вопросы интертекстуальности волнуют лингвистов уже давно, это явление вызывает научные дискуссии не одно десятилетие, начиная с работ Юлии Кристевой, которая ввела данный термин в литературоведение в 1967 г. Интертекстуальность представлена исследователем как динамичное понятие, это «транспозиция одной или нескольких знаковых систем в другую знаковую систему»¹, любой «текст строится как мозаика цитат, всякий текст есть поглощение и трансформация другого текста»². Ролан Барт, уточняя и развивая идеи Ю. Кристевой, говорит о продуктивности текста по отношению к предшествующим и последующим текстам, поскольку текст «является размытым полем анонимных “формул”, происхождение которых удается установить не всегда. Это обширное поле автоматических цитат, в оформлении которых не используется кавычек»³. Таким образом, диалогичность текстов характеризуется неосознанными заимствованиями из всей массы текстов, созданных человеком в прошлом.

Развивая теорию интертекстуальности, И. В. Арнольд, Д. Б. Гудков, Ю. Н. Караулов, В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова, А. Е. Супрун, Н. А. Фатеева и другие приходят к выводу, что интертекстуальность не есть неосознанное проявление культурной памяти автора текста, она может проявляться намеренно, с помощью готовых компонентов предтекста: прецедентных феноменов, или прецедентных единиц. Прецедентные феномены включают прецедентные высказывания (цитаты, название произведения, полное воспроизведение текста), прецедентные ситуации, выступающие как «эталон», и прецедентные имена (имя, персонаж, историческая личность)⁴. Прецедентные феномены характеризуются полифункциональностью; выделяют номинативную, экспрессивную, апеллятивную, фатическую, поэтическую, реферативную, метатекстовую, людическую (игровую), персуазивную функции⁵.

Намеренная диалогичность текстов применяется «для установления соотношения с предшествующими текстами, что активизирует процессы воспоминания, извлечения из объема общей культурной памяти индивида необходимых для понимания текста знаний»⁶. На современном этапе понимание феномена интертекстуальности осложняется в связи с появлением новых видов текстов, которые выходят за рамки линейной последовательности языковых единиц. К новым видам текста можно отнести креолизованные тексты, характеризующиеся поликодовой структурой, комбина-

¹ Пьерге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности. – Москва: ЛКИ, 2008. – С. 52.

² Kristeva J. Bachtin, das Wort, der Dialog und der Roman // *Literaturwissenschaft und Linguistik. Ergebnisse und Perspektiven.* – 1972. – Bd. 3. – S. 348.

³ Барт Р. От произведения к тексту // Барт Р. *Избранные работы: Семиотика. Поэтика.* – Москва: Прогресс; Универс, 1994. – С. 413.

⁴ Гудков Д. Б. Прецедентные феномены в языковом сознании и межкультурной коммуникации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Москва: [б. и.], 1999. – С. 14–15.

⁵ Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград: [б. и.], 1999. – 18 с.; Фатеева Н. А. *Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности.* – Москва: КомКнига, 2006. – 280 с.

⁶ Степанова А. В. *Интертекстуальная природа образа и образности (на материале образных сравнительных конструкций английской и американской литературы 19 и 20 вв.): дис. ... канд. филол. наук.* – Самара: [б. и.], 2006. – С. 87.

цией вербальной и невербальной систем: кинотекст, гипертекст, текст компьютерной игры, рекламный текст.

Современная киноиндустрия нуждается в быстрой и эффективной реализации кинотекстов, в связи с этим рекламный дискурс пополнился такой разновидностью рекламы, как киноанонс, который рассматривается как «сложное речевое произведение, представляющее собой комплекс текстов, связанных с фильмом»¹. Исследования последних лет подчеркивают полидискурсивность текста киноанонса, его принадлежность и к рекламному, и к публицистическому дискурсу². Однако полидискурсивность расширяется с распространением особого вида киноанонса – трейлера, поскольку в отличие от печатного киноанонса и кинорецензии он включает в себя и специально организованный видеоряд, что позволяет отнести его к кинодискурсу.

Трейлер можно рассматривать как «структурно оформленный, смыслозавершенный, функционально организованный текст, построенный на соединении в едином графическом пространстве семиотически гетерогенных составляющих (вербального текста в устной или письменной форме и аудиовизуального ряда), адресант которого посредством применения определенных коммуникативных стратегий ставит перед собой задачу психологического воздействия на адресата с целью привлечения к просмотру фильма»³.

Изучение структурных особенностей текста трейлера и его языкового оформления позволяет исследователям выделить особую группу средств, отсылающих реципиента к уже существующим текстам. Однако проведенный анализ текста трейлера позволяет нам прийти к выводу, что данный прием является не просто компонентом текста, а ведущим механизмом его создания, таким образом, мы можем говорить о механизме **интертекстуализации** – приеме намеренной диалогичности текстов.

Актуальность исследования обусловлена тем, что, несмотря на разнообразие работ, посвященных рекламному дискурсу, лингвисты не рассматривали интертекстуальность в качестве приема создания текста трейлера как разновидности рекламного креолизованного текста. Целью исследования является анализ и описание видов интертекстуализации в тексте трейлера, это обуславливает выполнение следующих задач:

- 1) проанализировать типы интертекстуализации;
- 2) рассмотреть функции прецедентных феноменов в тексте трейлера;
- 3) проанализировать комбинацию вербальной, визуальной и аудиальной интертекстуальности в тексте трейлера.

Основная часть

Интертекстуализация в тексте трейлера проявляется во всех компонентах этой разновидности рекламных текстов, вместе с тем особенностью данного механизма

¹ Панченко С. А. Киноанонс и его составные части // Вестник Днепропетровского национального университета. Серия Языкознание. – 2007. – № 4/2. – С. 178.

² Рогалева О. С. Современный киноанонс как тип текста: структурное и языковое оформление // Коммуникативные исследования. – 2015. – № 3 (5). – С. 76–86.

³ Сабурова Н. А., Плотникова К. А. Способы реализации оптимизирующей стратегии в трейлере // Филологические науки. Вопросы теории и практики: в 2 ч. – 2018. – № 8 (86). – Ч. 2. – С. 381.

является его разнонаправленный характер. Именно поэтому анализ негомогенного текста требует изучения как вербального, так и невербального компонентов. Рассмотрев структурные характеристики трейлеров, мы выделили три вида интертекстуализации в зависимости от текста-донора интертекстуального компонента: внутренняя интертекстуализация, внешняя интертекстуализация и смешанная интертекстуализация.

Внутренняя интертекстуализация представлена ссылками на полный текст рекламируемого фильма. Текст трейлера состоит из цитат, взятых из кинотекста; фактически создается новый текст на основе цитирования старого, образуя некое подобие мини-фильма с сюжетом и рамочной конструкцией, включающей введение со словами автора или другой вид вступления, основную часть трейлера и заключительные титры.

Внутренняя интертекстуализация образует некий тематический каркас с языковыми элементами, представляющими смысловые центры повествования; слова и реплики главных героев погружают зрителя в тему фильма, частично знакомят с его содержанием. Так, например, в тексте трейлера к фильму “Prince of Persia. The Sands of Time”¹ («Принц Персии: Пески времени», 2010) фигурируют такие слова, как “treasure” («сокровище») (здесь и далее – перевод автора статьи. – А. С.), “gods” («боги»), “destiny” («судьба»), “power” («власть»), “sand” («песок»), “time” («время»), “dagger” («кинжал»), “destroy the world” («уничтожить Землю»), “beauty” («красавица»), “guardian” («страж»), “temple” («храм»), “demon” («злой дух»), “run” («беги»). Таким образом, выстраивается тематическая матрица киноленты, по этим словам можно догадаться, что в фильме присутствует некое мистическое сокровище, есть злодей, которого нужно остановить; упоминание о богах говорит о том, что действие происходит в такие времена, когда люди верили в языческих богов; слово «судьба» воскрешает в умах людей вечный спор о ее неотвратимости и неспособности человека с ней бороться.

Выбор вербальных единиц из текста-донора зависит от жанра рекламируемого фильма. Так, трейлер к приключенческой ленте “Life of Pi” («Жизнь Пи», 2012) содержит зачин истории, которую зритель должен увидеть:

“ – I was sitting in this coffee house and this old man at the table next to me struck into the conversation. He said you had an amazing story.

– That’s true. Where to begin?

I was born and raised at one of the most beautiful places on Earth. It was a time filled with wonders that I’ll always remember. But when my family chose to move our zoo half-way around the world, *that was when my greatest journey began.*

The next part of the story you will find hard to believe”².

(« – Я сидел в кафе, и старик за соседним столиком вдруг завел разговор. Он сказал, что у вас какая-то невероятная история.

– Да. С чего начать?

¹ Prince of Persia. The Sands of Time. Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZgEt-4L3fKQ> (дата обращения: 10.11.2019).

² Life of Pi Official Trailer 2. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5GbXVo9DdZo> (дата обращения: 14.11.2019).

Я родился и вырос в одном из самых красивых месте на Земле. Это было время, наполненное чудесами, которые я буду помнить всю жизнь. Но *величайшее мое приключение началось* тогда, когда моя семья решила перевезти наш зоопарк на другой конец света.

В то, что случилось дальше, – поверить невозможно».)

Таким образом, в трейлере потенциальный зритель видит отрывок из начала фильма, его ждет захватывающее приключение; чтобы узнать развязку, необходимо посмотреть всю киноленту.

Жанр комедии также диктует правила заимствования, в тексте трейлера обязательно содержатся самые смешные шутки из полного кинотекста. Так, в тексте трейлера к фильму “Rush Hour 3”¹ («Час пик 3», 2007) представлены четыре шутки, основанные на культурных стереотипах: мужчина – любитель женщин, нелюбовь европейцев к американцам, игра слов на основе звучания китайских имен, шутка о гетеросексуальности одного из главных героев. Такой отбор материала несомненно привлекает зрителей, поскольку вызывает эмоциональный интерес уже на этапе предварительного знакомства с содержанием киноленты.

Трейлеры к триллерам, в отличие от трейлеров к фильмам других жанров, в меньшей степени заимствуют сцены, ведущие к развязке сюжета; подбор текста ведется в технике градации напряженности, тематическая матрица приводит к констатации ключевых концептов, которые выражаются в лексических единицах: концепт «страх» – “I’m *terrified*”² («Мне страшно»); “Do you know what *fear* does to the mind?”³ («Ты знаешь, как страх разъедает твоё сознание?»); “We’re all *scared*”⁴ («Нам всем страшно»); “I’m *frightened* of my own husband”⁵ («Я боюсь своего собственного мужа»); концепт «правда» – “Searching for the *truth*”⁶ («Ищет правду»); “I’ve never found it to be *true*”⁷ («И это все было неправдой»); концепт «преступление» – “It’s *manslaughter*”⁸ («Это непредумышленное убийство»).

Людическая, или игровая, функция интертекста может проявляться в игре слов, перекликающихся с текстом фильма. Например, в трейлере к фильму “The Rock” («Скала», 1996) финальная фраза “This summer get ready to rock!”⁹ («Будь готов рас-

¹ Rush Hour 3 Official Trailer 2. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FRDRWXfQyJE> (дата обращения: 11.11.2019).

² Spinning Man Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=91MWq3h2SBM> (дата обращения: 18.11.2019).

³ Shutter island Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YDGldPitxic> (дата обращения: 10.11.2019).

⁴ Gone Girl Official Trailer. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=2_-1nJf8Vg (дата обращения: 10.11.2019).

⁵ Там же.

⁶ Spinning Man Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=91MWq3h2SBM> (дата обращения: 18.11.2019).

⁷ Gone Girl Official Trailer. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=2_-1nJf8Vg (дата обращения: 10.11.2019).

⁸ Arbitrage Official Trailer 1. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UmJSV9ePx7c> (дата обращения: 14.11.2019).

⁹ The Rock Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jGVJx5mOtL8> (дата обращения: 11.11.2019).

качать это лето!») перекликается с названием киноленты и соединяет в лексической единице сленговое значение глагола “to rock” – «раскачать, потрясти» и существительного “rock” – «скала», создавая тем самым языковую игру и увеличивая впечатления от рекламы фильма.

Поскольку трейлер является поликодовым рекламным текстом к кинотексту, который, в свою очередь, также состоит из негомогенных компонентов, то внутренняя интертекстуализация может строиться на невербальных составляющих исходного текста. К нелингвистическим компонентам трейлера относятся видеоряд и аудиоряд.

Видеоряд, как правило, тесно связан с вербальным оформлением кадра, поэтому является неотъемлемым компонентом монтажной нарезки; однако существуют трейлеры, в которых видеоряд вербально не поддерживается. В качестве примера можно привести первый официальный трейлер фильма “Life of Pi”¹ («Жизнь Пи», 2012). Рекламное сообщение в нем представлено исключительно визуально – кадрами с изображением моря, крушения корабля, неба, шторма, тигра и человека, иконический компонент в данном случае максимально эксплицитен и однозначен.

Вербализованные сцены могут сменяться видеокадрами с шумовыми эффектами, особенно в боевиках и приключенческих фильмах, основным концептом которых является движение. Триллеры и фильмы ужасов представлены кадрами с приближением или удалением плана для создания атмосферы тревоги и напряженности.

Аудиоряд с внутренней интертекстуализацией является, как правило, саундтреком к фильму. Саундтрек может быть представлен как песней (например, в качестве музыкального оформления трейлера к мультипликационному фильму “Zootopia” («Зверополис», 2016) выбрана песня “Try Everything” («Попробуй все») в исполнении Шакиры²), так и мелодией без слов, звучащей в качестве основной музыкальной темы (например, в трейлере к фильму “Skyfall”³ («007: Координаты “Скайфолл”», 2012)).

Внешняя интертекстуализация подразумевает отсылки к стороннему источнику, т. е. к текстам и прецедентным феноменам, которые не фигурируют в киносценарии. Анализ данного вида интертекстуализации показал, что она может подразделяться на художественную и утилитарную.

Утилитарные отсылки необходимы как обязательный компонент данного рекламного текста и применяются либо для подтверждения качества рекламируемого продукта, либо для соблюдения авторских прав. Утилитарную функцию выполняют следующие интертекстуальные отсылки:

– *Предваряющий экран.* В самом начале трейлера зрителю показывают экран с указанием возрастной группы, для которой рекомендован данный фильм. Рекомендации сопровождаются ссылкой на Американскую Киноассоциацию, выражающую авторитетное мнение ее участников по поводу возрастных ограничений для просмотра киноленты, например: “the following preview has been approved for appropriate

¹ Life of Pi Official Trailer 1. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3mMN693-F3U> (дата обращения: 14.11.2019).

² Zootopia Official Trailer 2. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jWM0ct-OLsM> (дата обращения: 12.11.2019).

³ Skyfall Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6kw1UVovByw> (дата обращения: 16.11.2019).

audiences” («просмотр был утвержден для следующей аудитории»). Ссылка носит обязательный характер и сопровождается гиперссылками на сайты Ассоциации, где зритель может получить более подробную информацию о рейтинговой системе и рейтинге конкретного фильма.

– *Ссылка на другие известные работы режиссера или продюсера фильма.* Она необходима для придания авторитетности и значимости новому кинотексту. Вербальная отсылка может быть подкреплена визуально; так, в трейлере к фильму “Prince of Persia. The Sands of Time”¹ («Принц Персии: Пески времени», 2010) продюсер Джерри Брукхаймер представлен как один из продюсеров фильма “Pirates of the Caribbean” («Пираты Карибского моря», 2003), причем кадр с названием этой киноленты выполнен в том же стиле и графике, что и названия всех фильмов легендарной кинематографии. Данное оформление также играет важную роль в идентификации предыдущих проектов Джерри Брукхаймера, обеспечивая кинофильму заведомый успех.

– *Ссылка на источник, по мотивам которого поставлен фильм.* Она носит обязательный характер. Как правило, дается отсылка к автору книги (например, в трейлере к фильму “Forrest Gump” («Форрест Гамп», 1994) есть ссылка “Based on the Novel by Winston Groom”² («По мотивам романа Уинстона Грума»)). Однако идея фильма может возникнуть на основании других креолизованных текстов, комиксов, как в случае с фильмом “Spiderman” («Человек-паук») и многочисленными фильмами компании «Марвел» или серией видеоигр, на которой, к примеру, основан сценарий киноленты «Принц Персии: Пески времени». Подобная интертекстуализация повышает ценность кинотекста и привлекает внимание большой сложившейся группы читателей комиксов и любителей компьютерных игр.

– *Ссылка на приквел рекламируемого фильма.* Она может быть выполнена с помощью разных кодов. Чаще всего это вербальный текст, например, в трейлере “Rush Hour 3” («Час пик 3», 2007) закадровый голос сообщает зрителю: “This summer Carter and Lee are back...”³ («Ждите возвращения Картера и Ли этим летом»). Главные герои первых двух фильмов уже известны зрителю и должны вызвать интерес и желание посмотреть следующую серию комедийного боевика. Аудиальная ссылка может быть представлена прецедентной музыкальной темой или саундтреком, сопровождающим все части популярных кинотекстов. Примером этому служат знаменитые треки к бондиане или космической саге «Звездные войны», узнаваемость которых практически стопроцентна (это визитная карточка данных серий-долгожителей).

– *Ссылка на студии, принимавшие участие в создании фильма.* Зачастую она выполняется с помощью видеоклипов с логотипами студий, видеоряд сопровождается упоминанием других их успешных проектов. Так, трейлер фильма “Cop out” («Двойной КОПец», 2010) начинается со следующей надписи: “From Warner Bros.

¹ Prince of Persia. The Sands of Time. Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZgEt-4L3fKQ> (дата обращения: 10.11.2019).

² Forrest Gump Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bLvqoHBptjg> (дата обращения: 10.11.2019).

³ Rush Hour 3 Official Trailer 2. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FRDRWXfQyJE> (дата обращения: 11.11.2019).

Pictures, the studio that brought you Dirty Harry, Training day and The Departed comes the film that carries on the tradition”¹. Зрителю сообщают, что компания гарантирует качество своей продукции, доказывая это такими фильмами, как, например, «Грязный Гарри», «Тренировочный день» и «Отступники». Последний кадр трейлера всегда содержит гиперссылку на сайт студии для тех, кто хочет подробнее ознакомиться с ее творчеством.

Художественная интертекстуализация представляет огромный интерес с точки зрения творческого подхода к рекламному тексту, ведь в данном случае рекламщики не заимствуют фрагмент из текста-основы, а ищут ту прецедентную базу в фоновых знаниях зрителя, благодаря которой он может сразу откликнуться на предложенный авторами ребус. Это специально продуманные компоненты текста трейлера, фигурирующие довольно редко, однако несущие большую смысловую нагрузку и выполняющие целый комплекс функций в отличие от утилитарных отсылок. Функций прецедентных феноменов в кинотексте, а соответственно, и в тексте трейлера гораздо больше, к ним относятся людическая, эвфемистическая, аксиологическая, прагматическая, эстетическая, парольная функции и функция интенсификации².

Процесс дешифровки интертекстуального компонента в данном случае гораздо сложнее декодирования утилитарных отсылок, однако такая игра вовлекает адресата в совместную с автором процедуру формирования художественных смыслов и дает ощущение общности с другими представителями культурного сообщества, когнитивная база которых одинаково способна разгадать зашифрованное послание.

В тексте трейлера отсылки с внешней интертекстуализацией появляются только в ремарках автора рекламного сообщения, эти ремарки могут озвучиваться закадровым голосом или появляться в виде письменного текста в кадре.

Так, в фильме “The Rock” («Скала», 1996) можно увидеть игру слов в известной цитате из Библии “Abandon hope all ye who enter here” («Оставь надежду, всяк сюда входящий»):

“Secrets have a way of coming back toward you. The one you trained to defend you becomes your greatest threat. And *the one you abandoned becomes your only hope*”³ («Тайное рано или поздно становится явным. Тот, кто должен был защищать, стал настоящей угрозой. *А тот, кого оставили, стал единственной надеждой*»).

Людическая функция в данном приеме образует связку с парольной и эстетической функциями, прецедентная единица позволяет реципиентам обнаружить общность восприятия, откликаясь на пароль, названный автором, и получить эстетическое удовольствие от распознавания стилистического приема.

¹ Cop Out Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=22RvcEgrpnE> (дата обращения: 14.11.2019).

² Степанова А. В. Особенности функционирования прецедентных единиц в кинотексте // Интеллект. Инновации. Инвестиции. Специальный выпуск по материалам декабрьских научных чтений. – Оренбург: ОГИМ, 2014. – С. 145–146.

³ The Rock Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jGVJx5mOtL8> (дата обращения: 11.11.2019).

Интересен способ внешней интертекстуализации через музыкальное оформление трейлера. Так, в трейлере “Miss Perigrin’s Home for Peculiar Children”¹ («Дом странных детей мисс Перигрин», 2016) звучит песня “There’s a New World Coming”, которая была популярна в Америке в 70-е гг. XX в. Авторы рекламного текста записали отдельный саундтрек в новой музыкальной обработке, он не был включен в текст фильма. Подобный прием полностью оправдан текстом песни, строчки которой приглашают зрителей в новый мир:

There’s a new world coming, / Грядет новый мир,
And it’s just around the bend, / Он совсем недалеко, за поворотом,
There’s a new world coming, / Грядет новый мир,
This one’s coming to an end. / Этот подходит к концу.
There’s a new voice calling, / Голос нового мира зовет тебя,
You can hear it if you try, / Ты услышишь его, если попытаешься,
And it’s growing stronger, / Он становится сильнее
With each day that passes by.² / С каждым днем, что уходит в прошлое.

Данное музыкальное произведение концептуализирует основную идею фильма, повествующего о герое, открывающем для себя новый мир, в котором живут дети с необычными способностями. Фраза “There’s a new world coming” становится слоганом трейлера, а строчка “With each day that passes by” («... с каждым днем, что уходит в прошлое») символична, поскольку дети из дома мисс Перигрин остаются живы благодаря петле времени – возможности перевести часы на 24 часа назад и снова прожить тот же день, предотвращая собственную гибель в результате немецкой бомбардировки.

Смешанная интертекстуализация представляет собой симбиоз внутренней и внешней интертекстуализации, когда автор трейлера выбирает из кинотекста фрагменты, несущие внешнюю прецедентную нагрузку.

Анализ фактического материала позволяет выделить два вида смешанной интертекстуализации: 1) простой (в кадре, заимствованном из фильма, фигурирует прецедентная единица); 2) осложненный (наблюдается комбинация интертекста из фрагмента фильма и внешней интертекстуальной отсылки, вводимой автором рекламного текста).

В качестве примера **простой** интертекстуализации можно привести кадр из фильма “Prince of Persia. The Sands of Time” («Принц Персии: Пески времени», 2010) со словами главного героя: “The only way to stop this *Armageddon* is for us to take the dagger to the secret Guardian temple”³ («Единственный способ остановить *Армагеддон* – отнести кинжал в тайное святилище»). Прецедентный феномен «Армагеддон» означает гору Мегиддо в западной части Изреельской долины, где по библейским поверьям должна произойти финальная схватка добра и зла, впоследствии это имя собственное стало означать гибель мира. Таким образом, прецедентное имя несет

¹ Miss Perigrin’s Home for Peculiar Children Official Trailer. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=tV_IhWE4LP0 (дата обращения: 14.11.2019).

² There’s a New World Coming. – URL: <https://genius.com/Disa-new-world-coming-lyrics> (дата обращения: 18.11.2019).

³ Prince of Persia. The Sands of Time. Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZgEt-4L3fKQ> (дата обращения: 10.11.2019).

двойную смысловую нагрузку, указывая на древнее царство, в котором разворачиваются основные события картины, и символ битвы в день Страшного Суда, решающего боя между силами добра и зла.

В анимационном фильме “Zootopia” («Зверополис», 2016) присутствует сценародия на фильм “Godfather” («Крестный отец», 1972), она же использована в трейлере мультфильма. В данной сцене, отсылающей главным образом взрослого зрителя к известной всему мировому сообществу прецедентной единице, главные герои приходят к крестному отцу-еноту. Хриплый голос мафиози, его дочь, одетая в свадебное платье, конечно же, неизвестны маленьким детям, скорее, это прием авторов фильма, призванный привлечь и взрослую аудиторию, которая будет сопровождать детей в кинотеатр и поможет им расшифровать смысл интертекстуализма. Таким образом, взрослые помогают маленьким зрителям заполнить лакуны и опосредованно подключают детскую аудиторию к общей культурной когнитивной базе.

К простой интертекстуализации можно отнести и другие компоненты кинотекста. Вплетенная в канву фильма “Easy Virtue”¹ («Непристойное поведение», 2008) аудиальная прецедентная единица – песня “Sex Bomb”, впервые исполненная в 1999 г. Томом Джонсом, используется и в трейлере. Она контрастирует с чопорной атмосферой британского благородного дома в период после Первой мировой войны. Заводная мелодия и кадры с молодой, полной жизни американкой расставляют акценты и несомненно привлекают зрителя, который хочет понять, к чему привело противостояние двух культур.

Осложненная интертекстуализация состоит в сочетании внутренних и внешних отсылок, при этом наблюдаются их поликодовые комбинации.

Креативность авторов трейлеров может затрагивать визуальный компонент интертекста. Например, в кадр с логотипами студий, принимавших участие в съемках фильма “Prince of Persia. The Sands of Time” («Принц Персии: Пески времени», 2010), который представляет собой внешнюю отсылку, внесли изображение песка, летящего с порывами ветра. Таким образом, логотипы студии “Walt Disney Pictures” и “Jeggy Bruckheimer Films” окрасились в цвет песка, фигурирующего в названии фильма и являющегося лейтмотивом повествования.

Трейлер к комедии “Ace Ventura. Pet Detective” («Эйс Вентура: Розыск домашних животных», 1993) начинается с кадров с именами супергероев: “Rambo”, “Terminator”, “James Bond” («Рэмбо», «Терминатор», «Джеймс Бонд»), сопровождающихся голосом рассказчика: “They faced incredible odds and unbeatable enemies to earn the name Hero, but now there’s a new way to spell action”² («Они не склонялись перед лицом опасности и непобедимыми врагами, чтобы получить звание героя, но появился новый герой, который готов действовать по-другому»). Далее на экране возникает имя главного героя в доказательство вышесказанных слов – Ace Ventura. После этого зрителю предлагается фрагмент из фильма, сопровождающийся музыкальной темой из киноленты «Миссия невыполнима», исполнителем главной роли в которой является Том Круз – звезда боевиков. Затем закадровый голос под появля-

¹ Easy Virtue Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SYqtAhtcK-M> (дата обращения: 14.11.2019).

² Ace Ventura, Pet Detective Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZG1-FA-miRLw> (дата обращения: 10.11.2019).

ющиеся на экране титры называет имя исполнителя главной роли: “Jim Carrey is...”, они сменяются отрывком из фильма с Джимом Керри, который ловит пулю зубами (то же самое делал герой Арнольда Шварценеггера в фильме «Терминатор»). Закадровый голос договаривает свою фразу: “... Ace Ventura: Pet detective”. Данный прием построен на эффекте обманутого ожидания: зритель думает, что увидит боевик, но, когда в кадре появляется Джим Керри, становится ясно: это комедия. Комбинация аудиальной, вербальной и визуальной интертекстуальных отсылок дает комплексный комический эффект, основанный на фоновых знаниях зрительской аудитории.

Выводы

Подводя итог вышесказанному, необходимо подчеркнуть, что механизм интертекстуализации в тексте трейлера является ключевым. Мы доказали, что интертекстуализация может быть внутренней (отсылать зрителя к тексту фильма), внешней (отсылать аудиторию к другим прецедентным текстам) и смешанной (комбинация отсылок формирует сложное смысловое целое с опорой на когнитивную базу реципиентов).

Поскольку трейлер является одной из разновидностей рекламного текста, механизм интертекстуализации призван выполнить комплекс функций, при этом утилитарная и художественная функции равнозначны для реализации рекламной интенции создателей кинопродукта. Негомогенность текста рекламируемого продукта и рекламного ролика позволяет задействовать аудиальный, визуальный и вербальный каналы получения информации. Все это в сочетании с интертекстуальностью текста трейлера приводит к формированию рекламного текста, который во многих случаях бывает интереснее и креативнее самого кинотекста, и ведущую роль в этом играет механизм поликодовой интертекстуализации.

Литература

- Барт Р. От произведения к тексту // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – Москва: Прогресс; Универс, 1994. – С. 413–423.
- Гудков Д. Б. Прецедентные феномены в языковом сознании и межкультурной коммуникации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Москва: [б. и.], 1999. – 42 с.
- Панченко С. А. Киноанонс и его составные части // Вестник Днепропетровского национального университета. Серия Языкознание. – 2007. – № 4/2. – С. 178–183.
- Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности. – Москва: ЛКИ, 2008. – 240 с.
- Рогалева О. С. Современный киноанонс как тип текста: структурное и языковое оформление // Коммуникативные исследования. – 2015. – № 3 (5). – С. 76–86.
- Сабурова Н. А., Плотнокова К. А. Способы реализации оптимизирующей стратегии в трейлере // Филологические науки. Вопросы теории и практики: в 2 ч. – 2018. – № 8 (86). – Ч. 2. – С. 381–383.
- Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград: [б. и.], 1999. – 18 с.
- Степанова А. В. Интертекстуальная природа образа и образности (на материале образных сравнительных конструкций английской и американской литературы 19 и 20 вв.): дис. ... канд. филол. наук. – Самара: [б. и.], 2006. – 212 с.
- Степанова А. В. Особенности функционирования прецедентных единиц в кинотексте // Интеллект. Инновации. Инвестиции. Специальный выпуск по материалам декабрьских научных чтений. – Оренбург: ОГИМ, 2014. – С. 143–147.

- Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности. – Москва: КомКнига, 2006. – 280 с.
- Kristeva J. Bachtin, das Wort, der Dialog und der Roman // *Literaturwissenschaft und Linguistik. Ergebnisse und Perspektiven*, – 1972. – Bd. 3. – S. 335–375.
- Ace Ventura, Pet Detective Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZGIFAmiRLw> (дата обращения: 10.11.2019).
- Arbitrage Official Trailer 1. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UmJSV9ePx7c> (дата обращения: 14.11.2019).
- Сop Out Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=22RvcEgrpnE> (дата обращения: 14.11.2019).
- Easy Virtue Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SYqtAhtcK-M> (дата обращения: 14.11.2019).
- Forrest Gump Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bLvqoHBptjg> (дата обращения: 10.11.2019).
- Gone Girl Official Trailer. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=2_-1nJf8Vg (дата обращения: 10.11.2019).
- Life of Pi Official Trailer 1. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3mMN693-F3U> (дата обращения: 14.11.2019).
- Life of Pi Official Trailer 2. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5GbXVo9DdZo> (дата обращения: 14.11.2019).
- Miss Perigrin's Home for Peculiar Children Official Trailer. – URL: https://www.youtube.com/watch?v=tV_IhWE4LP0 (дата обращения: 14.11.2019).
- Prince of Persia. The Sands of Time. Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZgEt-4L3fKQ> (дата обращения: 10.11.2019).
- Rush Hour 3 Official Trailer 2. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FRDRWXfQyJE> (дата обращения: 11.11.2019).
- Shutter island Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YDGldPitxic> (дата обращения: 10.11.2019).
- Skyfall Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6kw1UVovByw> (дата обращения: 16.11.2019).
- Spinning Man Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=91MWq3h2SBM> (дата обращения: 18.11.2019).
- The Rock Official Trailer. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jGVJx5mOtL8> (дата обращения: 11.11.2019).
- There's a New World Coming. – URL: <https://genius.com/Disa-new-world-coming-lyrics> (дата обращения: 18.11.2019).
- Zootopia Official Trailer 2. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jWM0ct-OLsM> (дата обращения: 12.11.2019).

References

- Bart R. Ot proizvedeniia k tekstu [From the book to the text]. *Bart R. Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika* [Selected works: Semiotics. Poetics]. Moscow: Progress; Univer, 1994, pp. 413–423.
- Gudkov D. B. *Pretsedentnye fenomeny v iazykovom soznanii i mezhkul'turnoi kommunikatsii* [Precedent phenomena in language mind and intercultural communication: abstract Dr. thesis in Philology]. Moscow, 1999. 42 p.
- Panchenko S. A. Kinoanons i ego sostavnye chasti [Movie preview and its components]. *Vestnik Dnepropetrovskogo natsional'nogo universiteta. Seriya Iazykoznanie* [Bulletin of Dnepropetrovsk University. Series: Linguistics], 2007, no. 4/2, pp. 178–183.

P'ege-Gro N. *Vvedenie v teoriuu intertekstual'nosti* [Introduction to the intertextuality theory]. Moscow: LKI, 2008. 240 p.

Rogaleva O. S. *Sovremennyi kinoanons kak tip teksta: strukturnoe i iazykovoe oformlenie* [Modern movie preview as a text type: structural and linguistic features]. *Kommunikativnye issledovaniia* [Communication Studies], 2015, no. 3 (5), pp. 76–86.

Saburova N. A., Plotnikova K. A. *Sposoby realizatsii optimiziruiushchei strategii v treilere* [Ways of optimizing strategy realization in a trailer]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki: v 2 ch.* [Philological Sciences. Theory and practice issues: in 2 parts], 2018, no. 8 (86), part 2, pp. 381–383.

Slyshkin G. G. *Lingvokul'turnye kontsepty pretsedentnykh tekstov* [Linguistic and cultural concepts of precedent texts: abstract PhD thesis in Philology]. Volgograd, 1999. 18 p.

Stepanova A. V. *Intertekstual'naia priroda obraza i obraznosti (na materiale obraznykh sravnitel'nykh konstruksii angliiskoi i amerikanskoi literatury 19 i 20 vv.)* [Intertextual nature of image and imagery (based on similes from English and American literature of 19th and 20th centuries): PhD thesis in Philology]. Samara, 2006. 212 p.

Stepanova A. V. *Osobennosti funktsionirovaniia pretsedentnykh edinits v kinotekste* [Peculiarities of precedent phenomena functioning in filmtext]. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii. Spetsial'nyi vypusk po materialam dekabr'skikh nauchnykh chtenii* [Intellect. Innovations. Investments. Special issue by the materials of December scientific readings]. Orenburg: OGIM, 2014, pp.143–147.

Fateeva N. A. *Intertekst v mire tekstov: Kontrapunkt intertekstual'nosti* [Intertext in the world of texts: counterpoint to intertextuality]. Moscow: KomKniga, 2006. 280 p.

Kristeva J. *Bachtin, das Wort, der Dialog und der Roman. Literaturwissenschaft und Linguistik. Ergebnisse und Perspektiven*, 1972, Bd. 3, S. 335–375.

Ace Ventura, Pet Detective Official Trailer. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=ZGIFA-miRLw> (accessed: 10.11.2019).

Arbitrage Official Trailer 1. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=UmJSV9ePx7c> (accessed: 14.11.2019).

Cop Out Official Trailer. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=22RvcEgrpnE> (accessed: 14.11.2019).

Easy Virtue Official Trailer. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=SYqtAhtcK-M> (accessed: 14.11.2019).

Forrest Gump Official Trailer. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=bLvqoHBptjg> (accessed: 10.11.2019).

Gone Girl Official Trailer. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=2_-1nJf8Vg (accessed: 10.11.2019).

Life of Pi Official Trailer 1. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=3mMN693-F3U> (accessed: 14.11.2019).

Life of Pi Official Trailer 2. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=5GbXVo9DdZo> (accessed: 14.11.2019).

Miss Perigrin's Home for Peculiar Children Official Trailer. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=tV_IhWE4LP0 (accessed: 14.11.2019).

Prince of Persia. The Sands of Time. Official Trailer. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=ZgEt-4L3fKQ> (accessed: 10.11.2019).

Rush Hour 3 Official Trailer 2. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=FRDRWXfQyJE> (accessed: 11.11.2019).

Shutter island Official Trailer. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=YDGldPitxic> (accessed: 10.11.2019).

Skyfall Official Trailer. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=6kw1UVovByw> (accessed: 16.11.2019).

Spinning Man Official Trailer. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=91MWq3h2SBM> (accessed: 18.11.2019).

The Rock Official Trailer. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=jGVJx5mOtL8> (accessed: 11.11.2019).

There's a New World Coming. Available at: <https://genius.com/Disa-new-world-coming-lyrics> (accessed: 18.11.2019).

Zootopia Official Trailer 2. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=jWM0ct-OLsM> (accessed: 12.11.2019).

Для цитирования: Степанова А. В., Безменова Л. Э., Рахматуллина Д. Р. Интертекстуализация как ключевой механизм создания текста трейлера // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2020. – № 2 (95). – С. 92–105. DOI: 10.23859/1994-0637-2020-2-95-7

For citation: Stepanova A. V., Bezmenova L. E., Rakhmatullina D. R. Intertextualization as a key mechanism in creating the text of the trailer. *Bulletin of the Cherepovets State University*, 2020, no. 2 (95), pp. 92–105. DOI: 10.23859/1994-0637-2020-2-95-7