

УДК 81'42

<https://doi.org/10.23951/1609-624X-2025-4-25-32>

Интертекст как элемент внутренней организации кинотекста (на материале французского кинодискурса)

Владислав Евгеньевич Анисимов

Московский государственный институт международных отношений (университет)

*Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Россия, anisimov.vladislav.95@mail.ru,
0000-0002-6006-3965*

Аннотация

Теория интертекстуальности, возникшая в работах французских постструктуралистов и первоначально использовавшаяся в русле анализа произведений художественной литературы, в настоящее время используется для изучения текстов иных дискурсов, в числе которых особое место отводится, в частности, научному, политическому, медиа- и рекламному дискурсам. Не является исключением и рассматриваемый в данной работе кинодискурс. В фокусе данного исследования находится анализ интертекста как одного из элементов внутренней организации кинотекста в рамках французского кинодискурса. Цель статьи заключается в выявлении ключевых особенностей интертекста как элемента внутренней организации кинотекста и определении и систематизации функций, которые интертекст выполняет во французском кинодискурсе. Эмпирическим материалом исследования послужили 250 современных французских кинофильмов периода 2010–2024 гг. Были использованы методы теоретического анализа и обобщения, метод сплошной выборки, методы контент- и дискурс-анализа, описательно-аналитический метод. Проведенный анализ позволил прийти к следующим выводам: рассматривая интертекст в качестве элементов текста одного дискурса, которые присутствуют в форме реализации другого дискурса, и принимая во внимание креативный и мультимодальный формат кинодискурса, представляется возможным выявить реальные или искусственные элементы других видов дискурса, в частности рекламного, художественного, медиа- и интернет-дискурсов, присутствующих в кинофильме как его основной форме реализации. Данные элементы были классифицированы на «реальные», т. е. принадлежащие реальному миру, и «искусственные» – специально созданные для функционирования (полностью, частично и в качестве отсылок) в рамках сюжета определенного кинопроизведения. Подобная двойственная природа позволяет интертексту выступать в качестве элемента внутренней организации кинотекста. Определены основные функции интертекста в кинофильме, к которым относятся интегративная, сюжетообразующая и имитирующая. В качестве дополнительных функций интертекста выявлены эстетическая и комическая. Отдельно рассмотрены случаи использования самого кинотекста, т. е. элементов других кинофильмов, в качестве интертекста при конструировании нового кинопроизведения. Перспективы дальнейших исследований лежат в области изучения проявления интертекста в кинодискурсе, а также рассмотрения природы и функций интертекста в других дискурсах.

Ключевые слова: кинодискурс, кинотекст, интертекстуальность, интертекст, внутренняя организация

Для цитирования: Анисимов В.Е. Интертекст как элемент внутренней организации кинотекста (на материале французского кинодискурса) // Вестник Томского государственного педагогического университета (TSPU Bulletin). 2025. Вып. 4 (240). С. 25–32. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2025-4-25-32>

Intertext as an element of the film text internal organization (based on the French film discourse)

Vladislav E. Anisimov

MGIMO University, Moscow, Russian Federation, anisimov.vladislav.95@mail.ru, 0000-0002-6006-3965

Abstract

The theory of intertextuality that arose among French poststructuralists and was initially used in the analysis of fiction, is now implemented to study the texts of other discourses, such as scientific, political, media and advertising discourses. The film discourse is no exception. The focus of this study is analysis of the intertext as one of the elements of the film text internal organization in the framework of the French film discourse. The purpose of the article is to identify the key features of the intertext as an element of the film text internal organization and to identify and systematize the functions that the intertext performs in the French film discourse. The research material was 250

modern French films from the period 2010–2024. In the course of the study we used a set of methods, especially the methods of theoretical analysis and generalization, the continuous sampling method, the methods of content and discourse analysis, and the descriptive analytical method were used. The results of the study made it possible to come to the following conclusions: considering intertext as elements of the text of one discourse that are present in the object of another discourse and taking into account the creative and multimodal format of film discourse, we identified real or artificial elements of other discourse types, in particular, advertising, artistic, media and Internet discourses presented in the film as the main object of film discourse. We classified these elements into real ones, i.e. belonging to the real world, and artificial ones that are specially created for functioning (fully, partially and as references) within the framework of the plot of a certain film production. This dual nature allows the intertext to act as an element of the film text internal organization. As main functions of the intertext in a film we defined integrative, plot-forming and imitating ones. Aesthetic and comic features are identified as additional functions of the intertext. The cases of using the film text itself, i.e. elements of other films, as an intertext in the construction of a new film production are considered separately. The prospects for further research lie in the field of studying the manifestation of intertext in film discourse, as well as considering the intertext nature and functions in other discourses.

Keywords: *film discourse, film text, intertextuality, intertext, internal organization*

For citation: AAnisimov V.E. Intertekst kak element vnutrenney organizatsii kinoteksta (na materiale frantsuzskogo kinodiskursa) [Intertext as an element of the film text internal organization (based on the French film discourse)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2025, vol. 4 (240), pp. 25–32 (in Russian). <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2025-4-25-32>

Введение

В фокусе данного исследования находится феномен интертекста и его функционирование в качестве элемента внутренней организации кинотекста.

Цель работы – выявить особенности интертекста как элемента внутренней организации кинотекста, определить и систематизировать функции, выполняемые интертекстом во французском кинодискурсе. Актуальность представленной проблемы обусловлена, с одной стороны, повышенным интересом исследователей к теории интертекстуальности и интертексту и, с другой стороны, необходимостью определения роли интертекста в современном французском кинодискурсе, в частности в его основной форме реализации – кинофильме. Объектом исследования являются элементы текстов различных дискурсов – медиа-, интернет-, художественного, рекламного и самого кинодискурса – в кинотексте. Научная новизна работы заключается в том, что впервые на материале французского кинодискурса выявлены особенности интертекста как элемента внутренней организации кинотекста, определены его функции в семиотическом пространстве кинофильма. Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных материалов специалистами в области лингвистики, семиотики и кинематографа при подготовке практических и теоретических курсов по дискурс-анализу, лингвокультуре страны изучаемого языка и интертекстуальности кинодискурса.

Материал и методы

Материалом исследования послужили 250 современных французских кинофильмов периода 2010–2024 гг. В работе использовались методы теоретического анализа и обобщения при рассмотрении истории анализируемой проблемы; метод

сплошной выборки для отбора кинофильмов и элементов интертекста; методы контент- и дискурс-анализа в части анализа элементов различных дискурсов, выступающих в кинотексте в качестве интертекста; описательно-аналитический метод в части рассмотрения и описания функций интертекста в кинотексте.

Теория интертекстуальности берет свое начало в трудах представителей постструктурализма, а основное обоснование данному феномену, «существовавшему безымянно еще со времен Сократа и Аристотеля» [1, с. 52], было дано в коллективной работе М. Фуко, Р. Барта, Ж. Дерриды, Ф. Соллерса и Ю. Кристевой «Общая теория» (Théorie d'ensemble) и исследовании Ю. Кристевой «Семиотика. Исследования по семаанализу» (Séméiotikè. Recherches pour une sémanalyse), объединившим собой серию работ ученого в период с 1966 по 1969 г.

Выдвинув положение о том, что «всякий текст представляет собой пермутацию других текстов, интертекстуальность: в пространстве каждого текста перекрещиваются и нейтрализуют друг друга несколько высказываний, взятых из других текстов» ([Le texte] est une permutation de textes, une intertextualité: dans l'espace d'un texte plusieurs énoncés, pris à d'autres textes, se croisent et se neutralisent) [2, p. 52], Ю. Кристева определила границы исследуемого феномена, рассмотрев его в рамках художественного дискурса.

Несмотря на то, что как интертекстуальность, так и интертекст «представляют собой текстуальный обмен, т. е. проникновение двух и более текстов друг в друга [1, с. 176], важным является разграничение данных понятий. Так, отечественными и зарубежными исследователями предложены разнообразные трактовки интертекстуальности.

В.П. Москвин рассматривает данный феномен как ассоциативное взаимодействие ряда текстов [1], что соотносится с определением Ю. Кристевой. Французский исследователь Н. Пьеге-Гро видит в феномене интертекстуальности «устройство, с помощью которого один текст перезаписывает другой текст» [3, с. 48], утверждая, что с помощью интертекстуальности происходит осмысление формы эксплицитного и имплицитного пересечения двух текстов. В свою очередь, Ж. Женетт пишет об интертекстуальности как отношении соприсутствия между двумя и более текстами, т. е. фактическом присутствии одного текста в другом, рассматривает феномен интертекстуальности как одну из категорий более широкого понятия «транстекстуальности» [4]. О соприсутствии ряда текстов в одном тексте как основном свойстве интертекстуальности также говорят Р. Лахманн и Х.Ф. Плетт [5, 6].

Интертекст, в свою очередь, понимается как все тексты, отражаемые в анализируемом тексте, вне зависимости от их взаимодействия [3, с. 48], и как пространство «схождения всевозможных цитаций, принадлежащих разнообразным дискурсам, из которых и состоит культура как способность любого текста быть переходным звеном от одного текста к другому в некотором едином языковом пространстве с неограниченной возможностью связей...» [7, с. 214]. Радикальным в данном случае можно считать утверждение Р. Барта о том, что любой текст может быть интертекстом, поскольку в нем присутствуют другие тексты в более или менее опознаваемой форме [8].

Если ранее интертекстуальность и интертекст изучались в рамках художественного дискурса, то на сегодняшний день их рассмотрение вышло далеко за его пределы: данные феномены являются предметом анализа, например, политического [9, 10], научного [11], музыкального [12], медиа- [13] и рекламного [14, 15] дискурсов. Интертекстуальность рассматривается как одна из категорий перевода [16], феномен живописи [17] и бизнес-коммуникации [18].

Обращаясь к кинодискурсу, отметим, что исследователями подчеркивается важная роль интертекстуальности в формировании и восприятии кинофильма зрителем. Отмечается, что при отсутствии установления интертекстуальной связи между кинотекстом и его претекстом могут возникнуть серьезные смысловые проблемы и даже непонимание самого кинофильма зрителем [19], а их применение позволяет «не только воссоздать картину происходящего, но и лучше понять замысел режиссера» [20, с. 201].

Таким образом, исследователями подчеркивается процессуальность феномена интертекстуальности как собственно феномена и «предметность»

интертекста, воспринимаемого в качестве статического объекта – текста, присутствующего в другом тексте. В нашем понимании интертекстуальность представляет собой *свойство и способность текстов различных дискурсов к взаимодействию между собой, воплощенное в рамках конкретного текста конкретного дискурса*. Интертекст, в свою очередь, трактуется нами как *элементы текста одного дискурса, присутствующие в тексте другого дискурса*. При этом в случае с креативными видами дискурса, такими как кинодискурс, данные элементы могут быть как реальными (цитата из существующей книги), так и искусственными (реклама в кинофильме, специально созданная в рамках его сюжета). Подчеркнем, что в данном исследовании мы не оперируем термином *интердискурсивность*, понимаемым как «способность дискурса манифестировать свои базовые системообразующие признаки в нетипичной для данного типа дискурса ситуации» [21], поскольку в фокусе нашего внимания находится рассмотрение конкретных текстов или типов текстов одного дискурса в другом, а не взаимодействие дискурсов между собой.

Результаты исследования

Анализ интертекста в качестве структурного компонента кинотекста потребует необходимости определиться с терминологией. Кинодискурс включает в себя ряд гипонимических компонентов, таких как кинотекст и его элементы, кинофильм, кинодиалог и др. Кинотекст понимается нами как гипоним по отношению к кинодискурсу как гиперонимической категории и рассматривается в качестве его основной составляющей, выступающей базисом для создания кинофильма и взаимодействующей с адресатом-зрителем [22]. Исследователи также отождествляют кинотекст с самим кинофильмом, определяя его как «связное, цельное, завершенное сообщение, выраженное при помощи вербальных (лингвистических) и невербальных (иконических и/или индексальных) знаков, организованное в соответствии с замыслом коллективного функционально дифференцированного автора при помощи кинематографических кодов, зафиксированное на материальном носителе и предназначенное для воспроизведения на экране и аудиовизуального восприятия кинозрителями» [23]. Принимая во внимание подобное утверждение и наше видение кинотекста, считаем правомерным рассмотреть интертекст в качестве структурного компонента кинотекста. В данном случае целесообразно провести анализ элементов интертекста в полноформатных текстах кинодискурса – кинофильмах.

В качестве основных элементов интертекста, фигурирующих в кинофильме, правомерно выделить элементы текстов других дискурсов, в частно-

сти медиа-, интернет-, рекламного и литературного. Данные элементы органично встроены в канву повествования и сюжет кинофильма, функционируя в качестве интертекста как посредством своего содержания, так и формы.

Элементы рекламного текста, выполняющие роль интертекста в кинофильме, могут быть представлены рекламными афишами, объявлениями, листовками, анонсами по ТВ и радио и т. д. При этом важной характеристикой данных элементов является их двойственная природа с точки зрения содержания: они могут быть как элементами реального мира, включенными в кинофильм, так и «искусственными», т. е. специально придуманными для сюжета кинопроизведения его авторами. Элементы второго типа структурно полностью соответствуют «реальным» объектам рекламы. Отметим, что в рамках рассмотрения интертекста мы сознательно не рассматриваем так называемые элементы *product placement* как целенаправленное размещение рекламной продукции в кинофильме. К элементам рекламного дискурса, функционирующим в качестве интертекста к кинофильмам, мы относим объекты как коммерческой, так и социальной рекламы.



Рис. 1. Пример реального рекламного объекта в кинофильме *Le sens de la famille*

В качестве примера (рис. 1), иллюстрирующего размещение рекламных элементов, не относящихся к формату *product placement*, является фигурирующий в одном из кадров кинофильма *Le sens de la famille* (дословный перевод – «Чувство семьи», российская локализация – «Махнемся телами»; 2020, реж. Ж.-П. Бенес) плакат *Soigner c'est un métier, respectons les infirmières/infirmiers* («Ухаживать за больными – это профессия, давайте уважать медсестер/медбратьев» (здесь и далее перевод наш. – В.А.)). В большинстве случаев элементы коммерческой и социальной рекламы оказываются в кадре ситуативно: представленный рекламный плакат мог находиться в медицинском учреждении, где проходили съемки кинофильма. Кроме того, прием использования реального элемента рекламного текста в кинофильме позволяет приблизить происходящие в нем события к действительности. Подчеркнем, что рекламные элементы ре-

ального мира, появляющиеся в кинопроизведении, в большинстве случаев не влияют на его сюжетную линию, а являются фоном происходящего действия.



Рис. 2. Пример функционирования искусственных рекламных объектов в кинофильме *Alibi.com*

Примером искусственного рекламного элемента, специально созданного для развития сюжета кинофильма, является баннер *Vous voulez la récupérer?* («Хотите завоевать ее вновь?») для кинофильма *Alibi.com* (дословный перевод – «Алиби. com», российская локализация – «SuperАлиби»; 2017, реж. Филипп Лашо) (рис. 2), представляющий рекламу вымышленной компании, в которой работают друзья главного героя *SOS-Couples*.

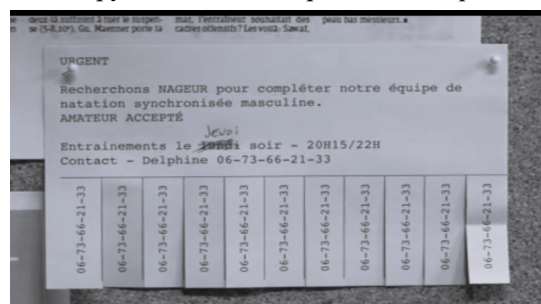


Рис. 3. Пример функционирования искусственных рекламных объектов в кинофильме *Le grand bain*

Другим примером рекламного текста, созданным для кинопроизведения, может служить объявление о наборе пловцов в мужскую команду по синхронному плаванию (рис. 3), которая является центральным элементом кинофильма *Le grand bain* (дословный перевод – «Большое купание», российская локализация – «Непотопляемые»; 2018, реж. Жиль Леллуш). Данный искусственный рекламный объект выполняет схожие функции в развитии сюжета и создает обоснование для дальнейших действий персонажа.

Основными функциями рекламного текста в кинофильме являются интегративная – соединение и связывание воедино сюжетных линий кинофильма или развитие основной сюжетной линии, а также имитирующая, связанная с воссозданием для зрителя сходства происходящего в кинофильме с объ-

ективной реальностью или создание «новой реальности» (для фильмов, снятых в жанре кинофантастики). Реже внедрение специально созданных для кинопроизведения элементов рекламного текста или дискурса может способствовать выполнению сюжетообразующей функции при условии, что тот или иной элемент рекламного текста или дискурса является важной частью сюжета кинофильма.

Элементами художественного дискурса, присутствующими в кинофильмах в качестве интертекста, являются названия художественных произведений и отрывки из них, в том числе цитаты. Иногда они могут быть полноценно введены в канву повествования. Так, в уже упомянутом кинофильме *Le grand bain* тренер команды по синхронному плаванию во время тренировок читает стихотворения Поля Верлена (Paul Verlaine) и Райнера Марию Рильке (Rainer Maria Rilke) для поддержания ритма выполнения упражнений. Как и в случае с рекламными текстами, авторами кинофильма могут искусственно создаваться тексты художественной литературы для функционирования в сюжете кинофильма. В качестве примера подобных искусственных произведений представляется возможным привести роман *Galerie des égares*, написанный главной героиней кинофильма *Le Bonheur des uns...* (дословный перевод – «Счастье одних», основанный на французской поговорке *le bonheur des uns fait le malheur des autres* – «счастье одних – несчастье других», российская локализация – «Друзья на всю голову»; 2020, реж. Даниэль Коэн) Леей, – центральная деталь сюжета кинопроизведения, публикация которого в престижном издательстве радикально меняет жизнь женщины. Как и в случае с рекламным текстом, художественный текст, помещенный в кинотекст, выполняет интегративную, имитирующую и сюжетообразующие функции. Дополнительной функцией художественных произведений как интертекста в кинофильме является эстетическая.

К элементам медиатекста, которые выступают в кинофильмах в качестве интертекста, можно отнести газеты, журналы, телепередачи. Как и в случае с вышеописанными элементами текстов других дискурсов, элементы медиатекста, фигурирующие в кинофильме, подразделяются на принадлежащие реальному миру и вымышленные, созданные специально для конкретного кинопроизведения. Например, кинофильм *Une année difficile* (дословный перевод – «Трудный год», российская локализация – «Шопоголики»; 2023, реж. О. Накаш, Э. Толедано) начинается с новогодних выступлений президентов Франции с 1974 по 2013 г., органично встроенных в сюжет: из каждого выступления взят фрагмент с фразой о том, что уходящий год был трудным или что наступающий год также будет

трудным для страны. Данные отрывки выступлений, кроме того, обладают интертекстуальной связью с заголовком кинофильма, дословный перевод которого – «Тяжелый год». Использование реальных элементов медиатекста в рассматриваемом кинофильме позволяет его авторам проиллюстрировать основную сюжетную идею: главные герои переживают тяжелые времена в своей жизни, а само сюжетное действие длится в течение календарного года. В свою очередь, в кинофильме *La Ch'tite Famille* (дословный перевод – «Семья шти/Штитная семья», основан на прозвище жителей северной Франции, говорящих на пикардском диалекте), российская локализация – «От семьи не убежишь»; 2018, реж. Дани Бун) для иллюстрации успеха в индустрии дизайна главных героев Валентина и Констанса используется искусственный элемент медиатекста – интервью с персонажами, помещенное на обложку французского еженедельника Paris Match. Подобный ход помогает авторам кинофильма охарактеризовать героев, их положение в обществе и нежелание Валентина общаться с семьей, от которой он уехал сразу после окончания школы (в интервью дизайнер признается, что он сирота, несмотря на то, что у него есть родители и брат). Таким образом, элементы медиатекста, присутствующие в кинотексте, выполняют интегративную, имитирующую и сюжетообразующую функции.

Роль интертекста во французских кинофильмах могут выполнять элементы текстов дискурса социальных сетей и шире интернет-дискурса, основными из которых являются социальные сети и мессенджеры, интернет-сайты, приложения для смартфонов и хакерские программы. Ярким примером, иллюстрирующим интеграцию элементов интернет-дискурса в кинофильме, может служить поиск различной информации в браузере Гугл Хром главным героем кинофильма *Inséparables* (дословный перевод – «Неразлучные», российская локализация – «Дружить по-русски»; 2018, реж. В. Суджян) Микой. Наиболее широко элементы интернет-дискурса представлены в специализированных кинофильмах. Например, во французском триллере *Aux yeux de tous* (дословный перевод – «На глазах у всех», российская локализация – «Тайна в их глазах»; 2011, реж. Седрик Жименес, Арно Дюпрей), одним из основных персонажей которого является хакер, ведущий собственное расследование произошедшего теракта на вокзале Аустерлиц в Париже, представлена переписка хакера в интернете, его работа и взлом камер видеонаблюдения города. В кинокомедии *Selfie* («Селфи»; 2020, реж. Тристан Оруэт, Тома Бидеген, Марк Фитусси и др.), являющейся пародией на современного Номо Numericus, также присутствуют многочисленные

элементы интернет-дискурса, например, съемки видеороликов для видеохостингов и переговоры по видеосвязи при помощи программы Skype. Как показал проведенный нами анализ, чаще всего во французском кинематографе применяются отсылки к реально существующим социальным сетям, приложениям и видеохостингам, что приближает действие фильма к материальному миру. Однако существуют и случаи использования персонажами кинофильма специально созданных для произведения инструментов индустрии массовой культуры. Так, герои фильма *Iris et les hommes* (дословный перевод – «Ирис и мужчины», российская локализация – «Дождь из мужчин»; 2023, реж. К. Виньяль) активно пользуются вымышленным приложением онлайн-знакомств Deelove. В свою очередь, размещение в них видео и сообщений, создаваемых персонажами кинофильма, можно классифицировать как специально созданный для кинофильма элемент интернет-дискурса, играющий роль интертекста. Помимо основных функций интертекста (интегративной, имитирующей, сюжетообразующей), элементы интернет-дискурса, выступающие в качестве интертекста, выполняют также комическую функцию, направленную на создание комического эффекта кинопроизведения.

Роль интертекста в кинофильме также может выполнять и сам кинотекст. Классифицировать кинотекст в качестве интертекста представляется возможным в случае, если речь идет о подражании культовому и хорошо узнаваемому для широкой или целевой аудитории зрителей кинофильму в части копирования и разыгрывания известных сцен в рамках сюжета другого кинофильма или функционировании отрывков одного кинофильма в другом. В данном случае интертекст представляется в качестве включенных в произведение текстов, которые «хоть и ощущаются, но с трудом поддаются формализации» [3, с. 48]. Так, в кинофильме *Superhéros malgré lui* (дословный перевод – «Супергерой поневоле», российская локализация – «Суперчел»; 2022, реж. Филипп Лашо) присутствуют сцены, апеллирующие к фильмам киновселенной «Марвел» (Marvel), посвященным супергероям, а также к кинофильму «Человек-паук» (Spider-man, 2002, реж. С. Рейми). Подобные сцены пародийного характера позволяют провести параллели между кинофильмами, в том числе их жанрами, и провоцируют у зрителя эмоциональный отклик, связанный с узнаваемостью сцены. Отметим, что в большинстве случаев авторы кинопроизведения прибегают к подражанию сценам культового кино, которое легко узнается зрителем. Дополнительными

элементами кинотекста, которые могут присутствовать в кинофильме в качестве интертекста, являются телепрограммы, постеры и отрывки из фильмов, которые смотрят персонажи или на которые они идут в кинотеатры. Элементы кинотекста, выступающие в качестве интертекста в другом кинофильме, в основном выполняют имитирующую функцию.

Таким образом, в качестве интертекста в основной форме реализации кинодискурса – кинофильме и, соответственно, кинотексте, выступают элементы рекламного, художественного (литературного), медиа-, интернет-дискурсов и самого кинодискурса. Данные элементы преимущественно выполняют интегративную, имитирующую и сюжетообразующую функции в кинопроизведении. Дополнительными функциями элементов интертекста в кинофильме могут являться эстетическая и комическая.

Заключение

Понимание интертекста как элементов текста одного дискурса, присутствующих в тексте другого дискурса, и обращение к кинодискурсу как мультимодальному виду дискурса позволяет выявить особенности интертекста в качестве элемента внутренней организации кинотекста, определить и систематизировать выполняемые интертекстом в кинотексте функции.

В качестве интертекста выступают элементы текстов рекламного, художественного, медиа-, интернет-дискурса. Двойственная природа содержания вышеперечисленных элементов (элементы реального мира, включенные в кинофильм, и специально созданные элементы дискурса, с точки зрения формы повторяющие реальные объекты) позволяет интертексту выступать в качестве структурного компонента кинотекста и элемента его внутренней организации. Интегрированный в сюжет кинофильма интертекст участвует в развитии сюжета, характеристике и становлении персонажей. В качестве основных функций интертекста в кинофильме и, соответственно, кинодискурсе, правомерно выделить интегративную, сюжетообразующую и имитирующую функции.

В качестве перспектив исследования представляется возможным расширение изучения проявления интертекста в кинодискурсе не только на уровне кинопроизведения, но и его структурных элементов – сценария, трейлера, постера кинофильма. Целесообразным также является рассмотрение интертекста в текстах других дискурсов и основных формах реализации дискурсов в качестве элемента внутренней организации.

Список источников

1. Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах различных типов / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, В.П. Москвин. 4-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2021. 352 с.
2. Kristeva J. *Sémiotikè-Recherches pour une sémanalyse*. Seuil; Paris, 1969. 384 p.
3. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности / пер. с фр.; общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 240 с.
4. Genette G. *Palimpsestes, La littérature au second degré*. Seuil; Paris, 1982. 480 p.
5. Lachmann R. *Gedächtnis und Literatur: Intertextualität in der russischen Moderne*. Frankfurt am Mein: Suhrkamp, 1990. 350 p.
6. Plett H.F. *Intertextuality // Research in Text Theory*. Berlin, New York: De Gruyter, 1991. P. 3–29.
7. Красина Е.А., Чеснокова О.С. «Сюжет» Х.Л. Борхеса: опыт интертекстуального прочтения // Вестник Томского государственного университета. Филология, 2019. № 57. С. 206–223.
8. Barthes R. *Texte (théorie du) // Encyclopaedia universalis*. 1973. Т. 22. P. 370–374.
9. Светонослова Т.А. Интертекстуальность как риторический прием инаугурационных речей американских политиков (функционально-лингвистический анализ) // Дискурс профессиональной коммуникации, 2022. Т. 4, № 2. С. 18–30. doi: 10.24833/2687-0126-2022-4-2-18-30.
10. Baranova M.I., Pavlina S.Yu. Intertextuality as a Driver of Multimodal Creativity in Political Advertising // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. 2024. Vol. 17, № 5. P. 950–962.
11. Боднарук Е.В., Астахова Т.Н. Эвиденциальные маркеры в немецкоязычном научном и научно-популярном дискурсе: сравнительный анализ // Научный диалог. 2023. Т. 12, № 3. С. 28–46. doi: 10.24224/2227-1295-2023-12-3-28-46
12. Абрамичева Е.Н., Петраков А.А. Реализация интертекста в современном рок-дискурсе (на материале английского и испанского языков) // Вестник Удмуртского университета. Серия: История и филология. 2021. Т. 31, № 2. С. 236–245. doi: 10.35634/2412-9534-2021-31-2-236-245
13. Kryachkov D. Intertextuality in media texts // *Lege Artis*. 2023. P. 62–78. doi: 10.34135/10.34135/lartis.23.8.1.05
14. Opran E. Elements of intertextuality in advertising discourse // *Social Sciences And Education Research Review*. 2022. № 9 (1). P. 200–203. doi: 10.5281/zenodo.6795785
15. Xing C., Feng D. Multimodal intertextuality and persuasion in advertising discourse // *Discourse & Communication*, 2023. № 17 (5). P. 613–629. doi: 10.1177/175048132311170
16. Ezeafulukwe O. Traduction et Intertextualite // *International Journal of Arts and Humanities (IJAH)*. 2019. Vol. 8 (3), № 30. P. 61–70.
17. Лукичева К.Л. Актуальность и интертекстуальность в живописи Эдуарда Мане // *Academia*, 2020. № 1. С. 15–32. doi: 10.37953/2079-0341-2020-1-1-15-32
18. Aleksandrova O.V., Sibul V. Manipulative Potential of Intertextual References in Business Discourse: Functional Analysis of Business Documents // *Forum for Linguistic Studies*. 2024. № 6(6). P. 702–712. doi: 10.30564/fls.v6i6.7521
19. Иванова Е.Б. Интертекстуальные связи в художественных фильмах: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2001. 178 с.
20. Гаврилова А.В. Реализация категории интертекстуальности в кинодискурсе (на материале американского телесериала «Декстер») // VIII Международная научная конференция «Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом, культурологическом аспектах». Челябинск, 2016. С. 200–205.
21. Олизько Н.С. Интердискурсивность постмодернистского письма. Челябинск: Челябинский государственный университет, 2009. 162 с.
22. Анисимов В.Е. Интертекстуальные параметры малоформатных текстов французского кинодискурса: дис. ... канд. филол. наук. М., 2021. 311 с.
23. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст: опыт лингвокультурологического анализа. М.: Водолей Publishers, 2004. 153 с.

References

1. *Intertekstual'nost' i figury interteksta v diskursakh razlichnykh tipov* [Intertextuality and the figures of the intertext in different discourses]. Ed. T.N. Kolokol'tseva, V.P. Moskvina. Moscow, FLINTA Publ., 2021. 352 p. (in Russian).
2. Kristeva J. *Sémiotikè-Recherches pour une sémanalyse*. Seuil, Paris, 1969. 384 p.
3. Piegue-Gros N. *Vvedeniye v teoriyu intertekstua'lnosti* [Introduction to the theory of intertextuality]. Translation from French, ed. G.K. Kosikova. Moscow, LKI Publ., 2008. 240 p. (in Russian).
4. Genette G. *Palimpsestes, La littérature au second degré*. Seuil, Paris, 1982. 480 p.
5. Lachmann R. *Gedächtnis und Literatur: Intertextualität in der russischen Moderne*. Frankfurt am Mein, Suhrkamp, 1990. 350 p.
6. Plett H.F. *Intertextuality. Research in Text Theory*. Berlin, New York: De Gruyter, 1991. P. 3–29.
7. Krasina E.A., Chesnokova O.S. «Syuzhet» H.L. Borhesa: opyt intertekstualnogo prochteniya ['Plot' by J.L. Borges: the experience of intertextual reading]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Bulletin. Philology*, 2019, no. 57, pp. 206–223 (in Russian).

8. Barthes R. Texte (théorie du). *Encyclopaedia universalis*, 1973. T. 22. P. 370–374.
9. Svetonosova T.A. Intertekstual'nost' kak ritoricheskiy priem inauguratsionnykh rechey amerikanskikh politikov (funktsiona'no-lingvisticheskiy analiz) [Intertextuality as a rhetorical device in inaugural speeches of American politicians (functional-linguistic analysis)]. *Diskurs professional'noy kommunikatsii – Discours of Professional Communication*, 2022, vol. 4, no. 2, pp. 18–30. doi: 10.24833/2687-0126-2022-4-2-18-30 (in Russian).
10. Baranova M.I., Pavlina S.Yu. Intertextuality as a Driver of Multimodal Creativity in Political Advertising. *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 2024, vol. 17, no. 5, pp. 950–962.
11. Bodnaruk E.V., Astakhova T.N. Evidentsial'nye markery v nemetskoyazychnom nauchnom i nauchno-populyarnom diskurse: sravnitel'nyy analiz [Evidential markers in German-language scientific and popular scientific discourse: a comparative analysis]. *Nauchnyy dialog – Scientific Dialogue*, 2023, vol. 12, no. 3, pp. 28–46. doi: 10.24224/2227-1295-2023-12-3-28-46 (in Russian).
12. Abramicheva E.N., Petrakov A.A. Realizatsiya interteksta v sovremennom rok-diskurse (na materiale angliyskogo i ispanskogo yazykov) [Realisation of intertext in modern rock discourse (on the material of English and Spanish languages)]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya: Istoriya i filologiya – Bulletin of Udmurt University. Series of History and Philology*, 2021, vol. 31, no. 2, pp. 236–245. doi: 10.35634/2412-9534-2021-31-2-236-245 (in Russian).
13. Kryachkov D. Intertextuality in media texts, *Lege Artis*, 2023, pp. 62–78. doi: 10.34135/10.34135/lartis.23.8.1.05
14. Opran E. Elements of intertextuality in advertising discourse. *Social Sciences And Education Research Review*, 2022, no. 9 (1), pp. 200–203. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6795785>
15. Xing C., Feng D. Multimodal intertextuality and persuasion in advertising discourse. *Discourse & Communication*, 2023, no. 17 (5), pp. 613–629. doi: 10.1177/17504813231170
16. Ezeafukwe O. Traduction et Intertextualite. *International Journal of Arts and Humanities (IJAH)*, 2019, vol. 8 (3), no. 30, pp. 61–70.
17. Lukicheva K.L. Aktual'nost' i intertekstual'nost' v zhivopisi Eduarda Mane [Actuality and intertextuality in the painting of Édouard Manet]. *Academia*, 2020, no. 1, pp. 15–32. doi: 10.37953/2079-0341-2020-1-1-15-32 (in Russian).
18. Aleksandrova O.V., Sibul V. Manipulative Potential of Intertextual References in Business Discourse: Functional Analysis of Business Documents. *Forum for Linguistic Studies*, 2024, no. 6 (6), pp. 702–712. <https://doi.org/10.30564/fls.v6i6.7521>
19. Ivanova E.B. *Intertekstual'nye svyazi v khudozhestvennykh fil'makh. Dis. ... kand. filol. nauk* [Intertextuality in feature films. Dis. ... cand. philol. sci.]. Volgograd, 2001. 178 p. (in Russian).
20. Gavrilova A.V. Realizatsiya kategorii intertekstual'nosti v kinodiskurse (na materiale amerikanskogo teleseriala "Dekster") [Realisation of the category of intertextuality in film discourse (on the material of the American TV series 'Dexter')]. *VIII Mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya «Slovo, vyskazyvaniye, tekst v kognitivnom, pragmaticheskom, kul'turologicheskom aspektakh»* [VIII International Scientific Conference "Word, sentence and text in the cognitive, pragmatic, cultural aspects"]. Chelyabinsk, 2016. Pp. 200–205 (in Russian).
21. Oliz'ko N.S. *Interdiskursivnost' postmodernistskogo pis'ma* [The interdiscursivity of postmodern writing]. Chelyabinsk, Chelyabinsk State University Publ., 2009. 162 p. (in Russian).
22. Anisimov V.E. *Intertekstual'nye parametry maloformatnykh tekstov frantsuzskogo kinodiskursa. Avtoref. dis. ... kand. ped. nauk* [Intertextual parameters of small-format texts of French film discourse. Abstract of thesis ... cand. ped. sci.]. Moscow, 2021. 311 p. (in Russian).
23. Slyshkin G.G., Efremova M.A. *Kinotekst: opyt lingvokul'turologicheskogo analiza* [Film text: experience of linguocultural analysis]. Moscow, Vodoley Publ., 2004. 153 p. (in Russian).

Информация об авторе

Анисимов В.Е., кандидат филологических наук, доцент кафедры французского языка, Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации (пр. Вернадского, 76, Москва, Россия, 119454).

E-mail: anisimov.vladislav.95@mail.ru; ORCID: 0000-0002-6006-3965; SPIN-код: 3521-9813; Researcher ID: KHW-1168-2024; Профиль в Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57222390645>.

Information about the author

Anisimov V.E., Candidate of Philological Sciences, Associate professor, MGIMO University (pr. Vernadskogo, 76, Moscow, Russian Federation, 119454).

E-mail: anisimov.vladislav.95@mail.ru; ORCID 0000-0002-6006-3965; SPIN-code: 3521-9813; Researcher ID: KHW-1168-2024; Scopus Profile: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57222390645>.

Статья поступила в редакцию 23.01.2025; принята к публикации 20.05.2025

The article was submitted 23.01.2025; accepted for publication 20.05.2025