

УДК 81'42

М. И. Вахрушева**А. С. Мушинская****Типы паратекстуальных отношений заголовка и текста газетно-журнальной статьи**

В статье анализируются паратекстуальные отношения заголовка газетно-журнальной статьи и ее текста. Аллюзия и реминисценция рассматриваются как основные средства поля интертекстуальности, используемые в заголовках.

Ключевые слова: заголовок, интертекстуальность, паратекстуальность, аллюзия, реминисценция.

Многие ученые, писатели, философы отмечали, как трудно выразить глубокий смысл с помощью малого количества слов [ср.: 2, с. 45, 67]. Краткое, но вместе с тем точное выражение мысли — основная черта заголовка газетно-журнальной статьи. Первое, с чем сталкивается читатель, просматривая журнал или газету, — заголовки статей. Именно по ним он оценивает, стоит ли читать весь текст. Главная прагматическая функция заголовка — заинтересовать читателя, не раскрывая содержания статьи полностью, побудить его к чтению [5].

В смысловом отношении заголовки нельзя рассматривать как что-то отдельное от текста. Заголовок подготавливает к пониманию текста. С другой стороны, заголовок может становиться понятным только после прочтения всего текста [3, с. 85]. Согласно типологии межтекстовых отношений Ж. Женетта, заголовок и текст находятся в отношении паратекстуальности [по: 4].

Материалом для данного исследования послужили статьи из газет и журналов *Die Welt*, *Die Zeit*, *Der Spiegel* и др., изданных в Германии в последние два десятилетия, а также их электронные версии. На основе проведенного в ходе исследования анализа были установлены следующие отношения заголовка и текста газетно-журнальной статьи:

1. Заголовок отражает тему статьи:

Hinter den Kulissen der Berliner Weihnachtsmärkte (Die Welt, 26.11.13)

Es ist wieder so weit: In Berlin haben die Weihnachtsmärkte geöffnet. Doch wer bedient die Kunden und erfüllt ihre Wünsche, obwohl er vielleicht kalte Füße hat, eine rote Nase und klamme Finger? Von Franziska Wüst

Vorweihnachtszeit in Berlin. Dazu gehören vor allem die 60 Weihnachtsmärkte, deren Angebote so vielfältig sind wie die Stadt selbst. Am Montag sind die meisten von ihnen eröffnet worden. Viele Berliner, aber auch viele Touristen werden in den kommenden Wochen diese Weihnachtsmärkte besuchen: Glühwein trinken, Mandeln essen, Karussell fahren und Geschenke einkaufen. <...>

Doch wer bedient die Kunden, wer bleibt freundlich und erfüllt ihre Wünsche, obwohl er vielleicht kalte Füße hat, eine rote Nase und klamme Finger? Wir haben hinter die Kulissen geschaut und mit den Menschen gesprochen, die auf der anderen Seite der Stände stehen — als Aushilfe oder in Vollzeit, als Student oder Kunsthandwerker.

Die Berliner Morgenpost hat sie gefragt, warum sie dort stehen, wo sie herkommen und wie es ihnen geht.

Заголовок *Hinter den Kulissen der Berliner Weihnachtsmärkte* (За кулисами берлинских рождественских рынков) определяет тему всей статьи: речь в ней пойдет о тех людях, которые обслуживают рождественские рынки в Берлине. Эта мысль подтверждается и

© Вахрушева М. И., Мушинская А. С., 2013

в вопросе предтекста (*Doch wer bedient die Kunden und erfüllt ihre Wünsche, obwohl er vielleicht kalte Füße hat, eine rote Nase und klamme Finger?*), который еще раз повторяется в самом тексте статьи. Метафора *hinter den Kulissen* объясняется очевидным сходством рождественских будок на рынках с театральной сценой в миниатюре.

2. Заголовок отражает тему не всей статьи, а только одного отрезка текста. Причиной является то, что статья обычно выходит за рамки обсуждения одной темы, отраженной заголовком:

Schluss mit lustig (Die Zeit, 10.01.2013)

Klaus Wowereit hat mit seinem Unernst lange Sympathien gesammelt. Jetzt hilft ihm das nicht mehr. von Peter Dausend

Klaus Wowereit verkörpert den Sonderfall eines Regierungschefs, der weniger nach seinem politischen Gewicht taxiert wird als nach seinem Unterhaltungswert. Ein Politiker, der weder andere noch sich selbst ernst nimmt, wird selbst nicht ernst genommen — weshalb er sich mehr erlauben darf als andere. Das ist die Methode Wowi. Doch jetzt funktioniert sie nicht mehr. Weil der Ernst der Lage größer ist als Wowereits Unernst.

Zum vierten Mal ist die Eröffnung des neuen Berliner Großflughafens in Schönefeld (BER) nun verschoben worden, vom 27. Oktober 2013 auf irgendwann. Das größte Infrastrukturprojekt für Ostdeutschland, so hat Wowereit stets betont, sei entscheidend für die Zukunft Berlins. <...>

*Wowereit, davon hat er stets profitiert, war in den Augen der Öffentlichkeit lange Zeit identisch mit seiner Stadt, mit dem hochkreativen und hoch subventionierten Berlin. Mit dem Berlin, in dem Trends gemacht werden, Moden und Ideen, Lebensstile und Lebensentwürfe entstehen. Doch nun heißt es nicht mehr »arm, aber sexy«, sondern **Schluss mit lustig**.*

В первой части статьи речь идет о бургомистре Берлина Клаусе Воверайте, завоевавшем симпатии электората благодаря своему остроумию. Однако история с постоянно отодвигающимся сроком открытия одного из аэропортов Берлина — Шенефельд — наряду с другими его промахами привела ироничного «Вови» к трагедии. Слова заголовка статьи *Schluss mit lustig* и их повторение в конце первой части образуют рамку, заключая один смысловой отрывок. Вторая часть статьи посвящена уже другой теме: проблемам Берлина, предстоящим выборам нового бургомистра.

3. Заголовок с содержательной точки зрения является отправным моментом для всей статьи, где обсуждается актуальное событие или проблема, к которым заголовок имеет отношение. В качестве заголовка выступают высказывания политических деятелей и других известных людей, например: „**So eine Vernehmung habe ich noch nicht erlebt**“ (Die Welt, 28.11.2013). Заголовком статьи послужили слова судьи в процессе над Кристианом Вульфом, бывшим федеральным президентом ФРГ. Тон заголовка позволяет предположить, что процесс был нелегким и долгим. Текст статьи подтверждает возникшие у читателя предположения.

В статье *Windows 10 läutet das Ende der Freiheit ein* (Die Welt, 22.11.2013) автор Ульрих Клаус рассматривает новую операционную систему Windows 10 как конец свободы владельцев персональных компьютеров. Кульминацией постепенно накаляющейся атмосферы статьи являются последние абзацы, в которых еще раз подчеркивается мысль о том, что пользователи современных систем теперь будут привязаны благодаря закрытым экосистемам к продукции крупных IT-концернов, а тем самым и к их дорогостоящим услугам:

Alle großen Unternehmen der IT-Welt werden weiter versuchen, durch geschlossene Öko-Systeme die Anwender an ihre Hard- und Software, sowie an herstellereigene Datenräume und Protokolle im Netz zu binden — und damit eben auch an ihre kostenpflichtigen Dienste.

4. В заголовке дается характеристика одного или нескольких героев статьи, но он не выражает основную идею текста:

Schachweltmeister Carlsen: Der coole König (Von Sara Peschke; Der Spiegel, 22.11.2013) — в статье речь идет о новом чемпионе мира по шахматам Магнусе Карлсене. Метафорически употребленное наименование шахматной фигуры *König* характеризует героя статьи как главное лицо на чемпионате мира по шахматам, безусловного лидера. Эпитет *cool* придает существительному новый смысл: необычный, современный, отличный от других. Эта мысль развивается в первых двух абзацах статьи: поведение чемпиона далеко от чопорности, присущей королям:

Magnus Carlsen hatte die aufrechte Haltung lange vor dem bislang größten Erfolg seiner jungen Karriere aufgegeben. Der neue Weltmeister des Schachspiels verbrachte weite Teile der zehn WM-Partien gegen den Inder Viswanathan Anand halb über den Tisch hängend, halb vom Stuhl rutschend. Er stand auf, machte Dehnübungen, manchmal verließ er sogar den Raum.

Als Carlsen wusste, dass er es geschafft hatte, dass er Anand mit dem siebten Remis den Titel abgenommen hatte, straffte er kurz die Schultern, gab dem Unterlegenen die Hand und ließ sich sogar zu einem Grinsen verleiten. Doch schon auf der Pressekonferenz wenige Minuten darauf hatte er wieder seine lässige, beinahe gelangweilte Position eingenommen.

Die drei Koalitionäre: Bube, Dame, König, Spaß (Von Annett Meiritz, Der Spiegel, 28.11.2013). Статья посвящена популярной в последние дни в Германии теме — коалиции Ангелы Меркель, Хорста Зеехофера и Зигмара Габриэля (черно-красной коалиции). В заголовке содержится аллюзия на песню группы „Letzte Instanz“ „Das Spiel. Bube, Dame, König“. Аллюзия, являющаяся наряду с реминисценцией основным конституентом микрополя ссылки поля интертекстуальности [1, с. 43], подвергается частичной лексической трансформации: вместо *Ass* автор употребляет *Spaß*. Через карточные фигуры валета, дамы и короля характеризуются участники коалиции. Первый абзац статьи продолжает характеристику:

Berlin — Die drei Koalitionäre servieren zur Vorstellung ihres Bündnisses ein Schauspiel. Es heißt: Bube, Dame, König, Spaß. Angela Merkel, die Dame im Trio, philosophiert über Streit während der Verhandlungen. „Das ist ja das Spannende am Leben“, sagt sie versöhnlich. Sigmar Gabriel, Juniorpartner und Spitzbube, überzieht seine Redezeit um mehrere Minuten. Und Horst Seehofer ernennt sich wieder einmal zum König: „Der Bayern-Plan ist ein Vorläufer des Koalitionsvertrags“, meint er stolz.

Трансформация аллюзии также не случайна. Автор подчеркивает, что от общения друг с другом политики получают удовольствие: *Es hagelte Zoten am laufenden Band* (Seehofer: „Wir sind erst um 6 Uhr ins Bett gegangen.“ Gabriel: „Getrennt.“). *Ob es an der durchgemachten Nacht liegt oder dem Zirkus am Morgen danach: Alle drei wirken müde, aber zufrieden, dazu aufgepumpt mit Adrenalin.*

В песне союз дамы, валета и короля не долговечен: *Wo einst die Freundschaft sie verband, wird jetzt der Hass hineingebrannt...* В статье также высказываются сомнения по поводу долговечности коалиции: *Bislang verstehen sich die drei gut — doch allzu große Egos können das Machtgefüge der Troika gefährden.* Прочно вошедшее в немецкий язык из русского заимствование *die Troika* можно рассматривать и как политическую метафору: в центре Ангела Меркель и правящая партия ХДС, левое крыло — З. Габриэль и СДПГ, правое крыло — Х. Зеехофер и ХСС. Как известно, ведущим в тройке всегда является центр. Однако «два альфа-политика» (*zwei Alpha-Politiker mit ausgeprägten Egos*) пытаются вытеснить А. Меркель с ее лидирующей позиции: *Manchmal wird gar die Hauptfigur der Regierung in den Hintergrund gedrängt: Als Gabriel ein Impulsreferat über die Geschichte der SPD hält und Seehofer in Selbstlob badet, hält sich Merkel zwangsläufig zurück.*

5. Заголовок составляет лишь часть интертекстуального включения, продолжение которого находится в самой статье, например:

Alleinsein...

Ist für mich Silber, Gold wäre eine anspruchsvolle Beziehung mit den Elementen Freude und Tiefgang, Zwiegespräch und Selbstachtung, mit gegenseitigem Respekt und spiritueller Ausrichtung... (Die Zeit, 21.03.2002)

Трансформированная пословица разрывается: первое ее слово представляет собой заголовок, остальная часть образует начало текста.

6. Заголовок, являясь интертекстуальным включением, трансформируется в основном корпусе статьи и **служит для образования нового интертекстуального средства**, например: *Gurlitt-Talk bei Jauch: Ali Baba und die tausend Bilder* (von Mathias Zschaler, Der Spiegel, 24.11.2013).

В приведенном примере автор использует аллюзию на рассказ «Али Баба и сорок разбойников» из сборника «Тысяча и одна ночь». Аллюзия появляется в двух фрагментах текста: в заголовке (*Ali Baba und die tausend Bilder*) и в основном корпусе текста (*Er meinte überdies, man solle sich weniger mit der Person des Sonderlings beschäftigen, dieses „Ali Baba in seiner Höhle mit seinem Schatz“, wie Naumann ihn nannte*). В заголовке используется трансформированная аллюзия на сказку «Али Баба и сорок разбойников». В статье слова являются аллюзией на заголовок статьи. Таким образом, для того чтобы понять смысл интертекстуальных отрезков в статье, реципиент должен знать как заголовок статьи, так и его исходный контекст.

7. Заголовок связан с первым абзацем текста статьи:

Im siebenten Himmel (von Martin Halusa)

*Die Amerikaner sind ein beneidenswertes Volk. Ihr Glück können sie selbst kaum fassen: „Kann es noch besser kommen, als es jetzt schon ist?“ fragte die „Business Week“. „Zu schön, um wahr zu sein“, befindet „Time“. „Genießt diesen Augenblick“, rät „Fortune“. Die amerikanische Volkswirtschaft ist so gesund wie seit mehr als sechs Jahren nicht mehr. Die kränkelnde Supermacht der achtziger Jahre hat sich saniert und schwebt **im siebenten Himmel**.* (Die Welt, 25.06.2001)

Заголовок содержит в сжатой форме основную идею статьи, является ключом к ее пониманию. С заголовком связан первый абзац, где повторяются слова *im siebenten Himmel* (аллюзия) из заголовка. Автор повторяет слова заголовка, возвращая читателя к мысли, с которой он начал свою статью.

В некоторых случаях высказанная в заголовке мысль повторяется в первом абзаце или уже в предтексте, но не дословно, а в виде перифраза, объяснения, риторического вопроса и т.д. Так, например, в статье с заголовком *Brüssel, das neue Moskau mit menschlichem Antlitz* содержатся двойная реминисценция (Брюссель — столица Евросоюза и Москва — столица России) и аллюзия на слова пражского коммуниста-реформатора времен Пражской весны 1968 г. Александра Дубчека (*социализм с человеческим лицом*). Следует отметить, что это выражение было подхвачено первым Президентом СССР М. С. Горбачевым и активно использовалось в 80-е годы XX века. Причина выбора автором заголовка становится понятной после прочтения предтекста статьи: *Tritt die EU in die Fußstapfen der Sowjetunion, mit einem Rat für gegenseitige Wirtschaftshilfe? Man darf sich auf einiges gefasst machen, vielleicht gibt es bald EU-Richtlinien für Formel-1-Rennen.* (Die Zeit, 23.11.2013)

Брюссель (Евросоюз) ассоциируется автором статьи с Москвой времен Советского Союза, диктовавшей странам — членам СЭВ планы их экономического развития. Эта мысль подкрепляется прямым цитированием заголовка в тексте статьи: *„Brüssel ist das*

neue Rom“, hat Jan Fleischhauer neulich auf Spiegel online geschrieben. Da irrt der Kollege. **Brüssel ist das neue Moskau — mit menschlichem Antlitz.** Die allgemeine Lebensqualität, besonders das Essen und die Feierabendoptionen, sind viel besser, als sie in der Zentrale des sowjetischen Imperiums je waren.

8. Заголовок связан с последним абзацем:

*In Saarland ist Klimmt nur noch **das fünfte Rad am Wagen***

*<...> So ist Klimmt **das fünfte Rad am Wagen**, wenn er nun nach 13 Monaten an die Saar zurückkehrt. Maas, 34 Jahre jung, hält die Zügel vor Ort fest in der Hand. Die Landespartei sieht in ihm ihre Zukunft — und den idealen Gegenspieler zu Ministerpräsident Peter Müller (CDU) (Hamburger Abendblatt, 01.12.1999)*

В рассмотренном отрывке статьи в начальном предложении приведенного здесь последнего абзаца повторяется аллюзия *das fünfte Rad am Wagen*, которая ранее употреблялась в названии статьи. Внешняя структура абзаца строится на раскрытии содержания заголовка и смысла аллюзии, используемой в заголовке и в последнем абзаце. В данном случае интертекстуальное включение является ключевым в тексте.

В заглавии следующей статьи содержится уже упомянутая аллюзия на выражение А. Дубчека «социализм с человеческим лицом»: **Eine DDR mit menschlichem Antlitz.** В статье речь идет о выступлениях (теперь уже бывшего) президента ФРГ Кристиана Вульфа, слова которого после разразившегося коррупционного скандала с его участием воспринимаются слушающими уже по-иному. Связь заголовка с текстом статьи становится очевидной только после прочтения последнего абзаца, где вновь повторяется трансформированная аллюзия (вместо *социализм — eine größere DDR*):

*Was Deutschland derzeit durchmacht, ist nicht, wie einige Beobachter meinen, eine „Balkanisierung“ der Sitten, sondern eine Transformation in **eine größere DDR mit menschlichem Antlitz.** Ehemalige Bürger der DDR fühlen sich von der Geschichte eingeholt. Die alten Kader sind noch immer da, und der Präsident klebt an seinem Stuhl wie einst der Staatsratsvorsitzende. Früher nannte man das einen „gescheiterten Systemwechsel“, heute ist es eine Kundgebung der „Nachhaltigkeit“ (Henryk M. Broder, Basler Zeitung, 28.01.2012)*

Автор статьи Г. Бродер выражает свою озабоченность тем, что уличенный в подкупе президент остается на своем посту так, как это было в ГДР с партийными руководителями.

9. Заголовок становится ясным после прочтения текста. Заголовок выражает суждение автора текста о помещенной в нем информации и в концентрированной форме передает основную идею текста. Однако для полного понимания заголовка необходимо прочтение всего текста.

*Schlafen wie **im siebenten Himmel** (Die Welt, 25.06.2001) —* речь о новом оборудовании для берлинских отелей, в частности о чудесных кроватях из Америки для комфортного сна с ощущением роскоши.

***Im siebenten Himmel** (Die Welt, 10.06.1997) —* речь о безоблачном состоянии американской экономики по сравнению с прошедшими шестью годами.

*All-Tourist Mark Shuttleworth schwebt **im siebenten Himmel** (Die Welt, 11.06.1999) —* двойная актуализация интертекстуального включения: под влиянием контекста (речь идет о пребывании туриста на космической станции) у фразеологизма *im siebenten Himmel* появляется двойной смысл. Фразеологическое значение (пребывать на вершине блаженства) и этимологически исходное значение (очень высоко в космосе — на седьмом небе). Таким образом, в указанных статьях заголовки содержат основную мысль текста, но это становится ясным только после прочтения всего текста.

Итак, заголовок — неотъемлемая часть текста статьи, связанная с ним вербально и полностью или частично отражающая содержание текста или его элементов. Связь заго-

ловка и основного корпуса статьи может осуществляться разными способами: с одной стороны, заголовок может в предельно сжатой форме выражать основную идею статьи или ее части, с другой стороны, он сам может служить отправным моментом для создания последующего текста. Даже если семантизация заголовка возможна только после полного прочтения текста, он образует с текстом единое целое, заставляя реципиента порой еще раз вернуться к прочтению и истолкованию его смысла.

Список использованной литературы

1. Вахрушева М. И., Епифанцева А. С. Поле интертекстуальности // Вестник Оренбургского государственного педагогического университета. 2006. № 2. С. 40—46.
2. Коньков В. И. Речевая структура газетного текста. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1995. 158 с.
3. Кук Ф. А. Языковые средства газетного дискурса: лексико-семантический и прагматический аспекты : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Краснодар, 2005. 155 с.
4. Олизько Н. С. Типология интертекстуальных отношений // Интертекст в художественном и публицистическом дискурсе : сб. докл. междунар. науч. конф. (Магнитогорск, 12—14 нояб. 2003 г.). Магнитогорск : Изд-во МаГУ, 2003. С. 59—63.
5. Ушникова О. В. Информационная и воздействующая функция публицистики // *Studia Linguistica*. Проблемы теории европейских языков. СПб. : Тригон, 2001. Вып. 10. С. 434—437.

Поступила в редакцию 25.11.2013 г.

Вахрушева Марина Ивановна, кандидат филологических наук, доцент
Оренбургский государственный педагогический университет
460014, Российская Федерация, г. Оренбург, ул. Советская, 19
E-mail: souva@mail.ru

Мушинская Анна Сергеевна, кандидат педагогических наук
Оренбургский юридический колледж (техникум)
460000, Российская Федерация, г. Оренбург, ул. Комсомольская, 50
E-mail: annaorenburg@rambler.ru

UDC 81'42

M. I. Vahrusheva

A. S. Mushinskaya

Types of paratextual relations between the headline and the text in a publicist article

The article dwells on paratextual relations between the headline and the text in a publicist article. Allusions and reminiscences in headlines are considered as intertextual means.

Key words: headline, intertextuality, paratextuality, allusion, reminiscence

Vakhrusheva Marina Ivanovna, Candidate of Philology, Associate Professor
Orenburg State Pedagogical University
460014, Russian Federation, Orenburg, ul. Sovetskaya, 19
E-mail: souva@mail.ru

Mushinskaya Anna Sergeevna, Candidate of Pedagogical Sciences
Orenburg Law College (College)
460000, Russian Federation, Orenburg, ul. Komsomolskaya, 50
E-mail: annaorenburg@rambler.ru