

ЗАГЛАВИЯ КАК МАРКЕРЫ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО  
РОМАННОГО ДИСКУРСА

В.Э. Штырова

*г. Самара, Российская Федерация*

В эпоху глобализации возникает необходимость в анализе малоформатных текстов таких как заголовки художественного произведения, которые могут быть эффективным средством межкультурной коммуникации. Изучение малоформатных текстов в терминах дискурс-анализа позволяет выявить тенденции и закономерности в их оформлении и концептосферы, а также пополнить методологическую базу инструментария для систематизации лингвистического материала. Схема традиционного заглавия (форма логического суждения: S (субъект) есть Р (предикат) в современном мире претерпевает изменения. Это тесно связано с общими тенденциями в современном обществе, а также на современном литературном рынке. Для привлечения внимания читателей авторы создают новые модели заголовков, в которых выражают свои замыслы и идеи. Заглавие текста выступает как особая зона самовыражения автора, как поле его игровых стратегий и как важная зона контакта автор/читатель. Здесь важными становятся околотекстовые компоненты, в первую очередь – заголовок художественного текста. В данной статье рассматриваются теоретические вопросы в рамках исследования заголовков новейших немецкоязычных романов с позиции дискурс анализа. Актуальность данной статьи обусловлена тем фактом, что на сегодняшний день существует небольшое количество исследований, в которых заголовок рассматривался с позиции дискурсивного анализа.

**Ключевые слова:** дискурс-анализ, дискурс художественной литературы, немецкоязычный роман, заголовок, нейминг, постмодернизм.

TITLES AS MARKERS OF GERMAN-LANGUAGE  
ROMANCE DISCOURSE

V.E. Shtyrova

*Samara, Russian Federation*

In the era of globalization, there is a need to analyse small-format texts such as the title of novells, which can be an effective means of intercultural communication. The study of small-format texts in terms of discourse analysis allows us to identify trends and patterns in their design and conceptsphere, as well as to replenish the methodological base of

tools for systematizing linguistic material. The scheme of the traditional title (form of logical judgment: S (subject) is P (predicate) in the modern world undergoes changes. This is closely related to general trends in modern society, as well as in the modern literary market. To attract the attention of readers, the authors create new models of headlines in which they express their ideas and ideas. the title of the text acts as a special zone of the author's self-expression, as the field of his gaming strategies and as an important zone of contact between the author/reader. That is why near-text components become important, primarily the title of the artistic text; This article examines theoretical issues as part of the study of the headlines of the latest German-language novels from the point of view of the discourse of analysis. The relevance of this article is due to the fact that today there are a small number of studies in which the title was considered from the point of view of discursive analysis.

**Key words:** discourse analysis, discourse, German-language novel, titles, postmodernism, naming, fictional discourse.

Дискурс – объект междисциплинарных исследований, и изучением его природы занимается как лингвистика, так и смежные науки, социология, психология, литературоведение, историография, семиотика, этнология и антропология, логика и философия, педагогика, теория и практика перевода, юриспруденция и политология, теология, а также эвристика искусственного интеллекта и компьютерная лингвистика. Каждая из наук строит теорию дискурса с разных позиций, а «<...> понятие «дискурс» оказывается обращенным к экстралингвистическим факторам» [4, с.16]. Исследователи используют свой терминологический аппарат, систему исходных посылок, свойственные каждому подходу теоретические аргументы, а в зарубежной и отечественной лингвистике не выработалась общепринятая дефиниция понятия «дискурс».

Развернутое и многоаспектное определение данного феномена предлагает Н.Д. Арутюнова: «Дискурс может быть охарактеризован как: 1) связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; 2) текст, взятый в событийном аспекте; 3) речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [6, с.36-37]. Дискурс как деятельностная категория связана с несколькими функциями: воспитательной, когнитивной, аксиологической и прагматической.

Дискурсы в эпоху культуры постмодерна демонстрируют распространение установки на манипулятивность, но опознать манипулятивные действия для реципиента не просто, что можно объяснить самой сущностью манипуляции. Манипулятивным считается такое коммуникативное воздействие в дискурсе, которое направленно на актуализацию у адресата воздействия мо-

тивационных состояний, желательных для субъекта воздействия, это скрытое принуждение, психическое воздействие извне, контроль и управление со стороны другого. Именно такие действия прослеживаются со стороны автора-писателя к будущим своим читателям в процессе нейминга.

Заголовок литературного произведения, как значимый паратекстуальный компонент, изначально обладает особой прагматической установкой. Названия романов – это микротексты, раскрывающие общекультурный контекст; своего рода заархивированные файлы, содержащие информацию об эпохе и ее ценностно-культурных координатах. Заглавие может соотноситься с темой, проблемой, сюжетной перспективой, с персонажами, указывать на интертекстуальные связи произведения, а также быть «герметичным», содержать в себе тайну, загадку, ребус [7, с.75-79]. Благодаря своим свойствам заголовок помогает автору изначально задать читателю тон произведения, смысловой вектор и включить свой художественный текст в ассоциативный ряд читателя.

Существует множество определений заголовка художественного текста, и их анализ показывает важность данного элемента художественного произведения. Так, на современном этапе продолжила и углубила исследования в данной сфере языковых дисциплин И.В. Арнольд, относящая заглавие к «сильной позиции текста» [1, с.24-27]. З.Я. Тураева, утверждает, что «заглавие в плане лингвистическом является именем текста, а в плане семиотическом – первым знаком текста» [7, с.53]. Н.А. Веселова, исследовавшая феномен заглавия в аспекте поэтики и онтологии считает, что заглавие – не только «ключевое слово» произведения, оно вбирает концентрированную сущность произведения, но при этом не принадлежит ему безраздельно [3, с.153-157].

В настоящее время существует несколько классификаций заглавий художественных текстов по разным структурным моделям. В нашей работе мы опираемся на типологию, разработанную исследовательницей Юлией Щербининой в статье «Новые названия книг» [8] Это деление весьма условно, но оно последовательно отражает основные тенденции в нейминге:

1) описательная – раскрывающая внешнее (нарративное) содержание, обозначающая контур сюжета, задающая фабульную перспективу;

2) формульная – отражающая основную проблематику. Такое заглавие может передавать основную идею произведения через некий символический образ;

3) афористическая – построенная на идиоме. Также в основе такого заголовка лежат различные пословицы либо сентенции;

4) концептуальная – выражающая внутреннее содержание текста. Оно раскрывается читателем только при процессе чтения, и часто построено на ассоциациях и аллюзиях;

5) отыменная, основанная на антропонимах или топонимах, то есть прямо отсылает читателя к персонажу или к месту(-ам) действия романа.

Материалом нашего исследования послужил корпус заглавий немецкоязычных романов, изданных после 1989 года. На данный момент исследовательский он составляет 476 единиц, отобранных из базы данных Немецкой национальной библиотеки в Лейпциге (KATALOG DER DEUTSCHEN NATIONALBIBLIOTHEK <https://portal.dnb.de/opac.htm>) методом сплошного отбора по следующим параметрам: год издания (1989 – 2022), оригинальный язык издания – немецкий, оригинальное название при публикации романа.

Отобранные примеры названий относятся к периоду бытования новейшей немецкой литературы и отвечают всем требованиям современного литературного канона. Анализ собранного на первом этапе исследования корпуса данных позволил распределить выбранные примеры заглавий современных немецкоязычных романов и составить инфографику (диаграмму), опираясь на приведенную выше классификацию классических произведений.



Рис 1. Классификация заглавий современных немецкоязычных заголовков по структурным моделям

Исходя из полученных данных можно констатировать, что самая многочисленная группа представлена концептуальными заголовками. К данному типу можно отнести 30% фактического материала. Самая малочисленная группа представлена афористичными названиями (8%). Группы описательных (21%) и отыменных (25%) наименований романов занимают примерно равные позиции.

В представленных подгруппах также можно выделить более узкие подгруппы названий романов. Например, в группе отыменных заголовков выделяются следующие:

– Заголовки, указывающие на действующее лицо произведения:

Sten Nadolny «**Selim**, Oder die Gabe der Rede» (1993), Siegfried Lenz «**Ludmilla**» (1996), Felicitas Hoppe «**Pigafetta**» (1999), Judith Hermann «Alice» (2009), Ingo Schulze «**Adam und Evelyn**» (2010);

– Заголовки, указывающие на профессию, род занятий, статус героя романа: Elfriede Jelinek «Die Klavierspielerin» (1983), Patrick Süskind «Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders» (1985), Ingrid Noll «Die Apothekerin» (1994), Bernhard Schlink «Der Vorleser» (1997), Peter Weber «Der Wettermacher» (1993), Katharina Hacker «Der Bademeister» (2006)

– Заголовки, содержащие лексические единицы со значением времени, временного интервала или номинации неопределенного временного отрезка: Günter Grass «Mein Jahrhundert» (1999), Peter Stamm «Sieben Jahre» (2009), Peter Stamm «Nacht ist der Tag» (2013).

Анализ заголовков новейшего немецкоязычного романа показывает, что наиболее частотной является семантическая группа заголовков, в которой реализуется категория персональности. Это объясняется особенностями романного жанра, в котором смысловым ядром является все же человек, его поступки, события его жизни, общение с миром. Имеющие связь с главным персонажем заглавия сразу выделяют для читателя главного героя, а также наделяют его определенными характеристиками, тем самым направляют отношение читателя к главному герою. Группа с лексемами времени отсылает человека к определенному произошедшей истории, дает читателю установку на биографичность произведения.

В группе концептуальных заголовков выделились следующие подгруппы:

– Заголовки, в построении которых указана деталь, имеющая для всего художественного целого первостепенное значение. В основе таких заголовков лежит троп (метафора, метонимия, оксюморон): Jens Sparschuh «Der Zimmer-springbrunnen» (1995), Helmut Krausser «Thanatos. Das schwarze Buch» (1996), Wilhelm Genazino «Der Fleck, die Jacke, die Zimmer, der Schmerz» (2004), Günter Grass «Beim Häuten der Zwiebel» (2006), Wilhelm Genazino «Ein Regenschirm für diesen Tag» (2007);

– Заголовки, указывающие на основное событие, открытие в жизни героя: Sten Nadolny «Die Entdeckung der Langsamkeit» (1983), Christoph Ransmayr «Strahlender Untergang. Die Entdeckung des Wesentlichen» (2000), Daniel Kehlmann «Die Vermessung der Welt» (2005);

В группе описательных заголовков выделились следующие подгруппы:

– Заголовки, содержащие лексические единицы со значением передвижения в пространстве или его маркеров (путь, дорога и др.): K. Böldl «Südlich von Abisko» (2000), Christa Wolf «Auf dem Weg nach Tabou» (1999), Wolfgang Büscher «Berlin – Moskau. Eine Reise zu Fuss» (2003)

– Заголовки указывают на место, ориентиры событий (реальные или вымышленные локации): Christian Kracht «Faserland» (1995), Thomas Brussig «Am kürzeren Ende der Sonnenallee» (2004), Florian Illies «Ortsgespräche» (2006).

Полученные результаты подтверждают существование в практике писателей-романистов тенденции развития уже в заглавии произведения от информативности и документальности описания сюжетной линии произведения к образности и символичности. На семантическом уровне заметен явный переход к аллюзивности и недосказанности в заглавиях романов.

На контрасте с другими литературными эпохами и их представителями немецкоязычные авторы эпохи постмодернизма намеренно не упоминают о персонажах и событиях напрямую для привлечения внимания и тем самым интригуют читателя загадками. Заголовочные комплексы произведений XX века по полному праву могут считаться своеобразными законченными произведениями (минитекстами, или «микрочитами»), «так как именно этот временной отрезок литературного процесса характеризуется высокой степенью образности, аллюзивности и недосказанности с точки зрения содержательной части произведения. В том же время, что касается степени использования различных художественных приемов, средств образности и красочности в выборе заглавий, здесь не испытывается недостатка в степени выраженности этих средств и образов» [7,с.20].

В немецкой прозе XX века можно встретить все типы заглавий, однако наиболее характерными оказываются заглавия с усложненной семантикой: заглавия-символы, аллюзии, метафоры, цитаты. Интертекстуальность заглавия также становится важной характеристикой литературы данного периода. Авторы часто используют аллюзий на другие произведения и цитируют их. Авторские мотивации при процессе нейминга имеют прямое влияние на сознание читателя. Таким образом заголовок становится местом соединения авторского и читательского дискурсов. Здесь возможна множественная интерпретация заголовка, поскольку заголовок попадает в зону особо активного диалога автор/читатель. Читатель приглашается автором к сотворчеству по воссозданию смысла текста.

Проведенное нами исследование не претендует на полноту освещения заявленной темы, остается еще много интересных аспектов, касающихся сложности самого феномена заглавия романа, и вопросов, не решенных в социокультурном пространстве нового рубежа веков, так как на данный момент не существует универсального определения термина заголовок. Каждое определение акцентирует лишь одну или несколько частей сложнейшего феномена «заголовок». Дальнейшее развитие может включать в себя выявление особенностей художественного дискурса как одного из типов институционального дискурса.

### **Библиографический список**

1. Арнольд, И.В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста / И.В. Арнольд. Иностранные языки в школе. 1978. №4. С. 24–27.

2. Веселова, Н. А. Заглавие-антропоним и понимание художественного текста / Н.А.Веселова // Литературный текст: проблемы и методы исследования. Тверь, 1994. Вып. 2. С. 153–157.

3. Исхакова, И.В. Семантические и функциональные особенности заголовочных комплексов художественных текстов (на материале произведений англоязычных авторов XVIII–XX вв.) / И.В. Исхакова // Вестник ОГУ. № 11 (117). С.75-80.

4. Карасик, В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена. 2000. 228 с.

5. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. М.: Гнозис. 2004. 390 с.

6. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия. 1990. С. 684.

7. Штырова, В.Э. Поэтика заголовка: игровые стратегии автора / В.Э. Штырова // Язык и репрезентация культурных кодов. IX Всероссийская с международным участием научная конференция молодых ученых. Материалы и доклады / Под общ. ред. А.А. Безруковой. Часть II. Самара: Инсома-пресс. 2019. С. 75-79.

8. Щербинина, Ю. Новые названия knick [Электронный ресурс] / Ю. Щербинина // Звезда. 2015. № 6. Режим доступа: URL:<http://magazines.russ.ru/vezda/2015/6/10sher.html>. – Дата доступа: 15.02.2022.

УДК 811.111

## РЕАЛИЗАЦИЯ КОГНИТИВНЫХ МОДЕЛЕЙ В УЧЕБНЫХ ТЕКСТАХ

**Е.В. Яковлева**

*г. Самара, Российская Федерация*

В статье рассматриваются особенности реализации когнитивных моделей в современном англоязычном учебном пособии на материале «ENGLISH UNLIMITED». В ходе исследования были выявлены модели, которые содержат ряд характеристик, таких как характеристика участников события, характеристика места события, последовательность действий. Вышеперечисленные особенности показывают, что все модели разговора носят бытовой и антропоцентрический характер.

**Ключевые слова:** учебный дискурс, когнитивная модель, ситуации, компонент.

## REALIZATION OF COGNITIVE MODELS IN EDUCATIONAL TEXTS

**E.V. Yakovleva**

*Samara, Russian Federation*