

УДК 801.55

## ПАРАТЕКСТ КАК СРЕДСТВО ВАЛОРИЗАЦИИ КЛАССИЧЕСКИХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

**Александр Николаевич Федотов**

кандидат филологических наук, доцент

lingvist-af@yandex.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

**Аннотация.** Функциональная нагрузка любого метатекстового компонента состоит в его смысловой задаче в пространстве целого литературного произведения. Так, с помощью паратекста, автор или издатель создают коммуникативную связь с читательской аудиторией и оказывают на читателей явное или скрытое воздействие, способствуя формированию их отношения к тексту.

**Ключевые слова:** межтекстовая связь, метатекст, паратекст.

Проблема взаимодействия между текстами, существование межтекстовой связи волнуют умы многих лингвистов и литературоведов на протяжении последних нескольких десятилетий. Одним из первых данной проблемой занялся отечественный писатель и теоретик литературы М.М. Бахтин [1, С.19]. Согласно М.М. Бахтину, существует некая диалогичность текстов, которая возникает благодаря взаимодействию между текстом и автором и между читателем и автором [6, С.431].

Французский теоретик литературы Ж. Женетт выделяет пять типов межтекстовых отношений: интертекстуальность, паратекстуальность, метатекстуальность, гипертекстуальность и архитектстуальность. Интертекстуальность проявляется в присутствии в том или ином тексте двух и более текстов, например, в виде цитаты. Соотношение текста с его частями относится к паратекстуальности. Комментирующая отсылка к исходному тексту, или к претексту, является частью метатекстуальности. Трансформации исходного текста относятся к гипертекстуальности [1, С.20; 5, С.132]. Что касается архитектстуальности, то Ж. Женетт определяет данное явление как жанровую связь текстов [12].

Типология, предложенная французскими структуралистами, достаточно подвижна и спорна. Однако не стоит недооценивать продуктивность данной классификации. Этот подход служит для научного описания межтекстовых процессов в области исторического генезиса текстовых композиций и текстообразования. Паратекстуальность используется для определения связи между произведением и его элементами, такими как заглавие, эпиграф, предисловие и послесловие [10, С.30].

Ж. Женетт особенно выделяет понятие паратекстуальности. Паратекст (от фр. *paratexte*) – это околотекстовое окружение, совокупность компонентов, сопровождающих литературное произведение. Данный феномен употребляется для обозначения периферийных коммуникативно-информационных метатекстовых образований. Паратекст – это структурная часть произведения,

направленная на установление связи между издателем и читателем с целью передачи информации последнему [9, С.31].

Функциональная нагрузка любого метатекстового компонента состоит в его смысловой задаче в пространстве целого литературного произведения. Так, с помощью паратекста, автор или издатель создают коммуникативную связь с читательской аудиторией и оказывают на читателей явное или скрытое воздействие, способствуя формированию их отношения к тексту [9, С.32].

При публикации классических произведений, перед издателем стоит непростая задача: как обеспечить классическому произведению выход в книжные магазины и электронные носители и как сформировать понимание литературного текста у современных читателей. Как правило, классические произведения содержат культурологические и лингвокультурологические аспекты, которые непонятны современной читательской аудитории. Чтобы повысить интерес читателей к произведению в дело вступает издатель, который стремится придать книге особую ценность и использует определённые методы валоризации издания [3, С.11]. Именно паратекст способствует повышению интереса читателей к произведению.

Паратекст состоит из следующих понятийных видов: обложка (*la couverture*), суперобложка (*la jaquette*), аннотация на четвёртой странице (*le priere d'inserer*), предисловие / введение (*preface / introduction / avant-propos*), реклама (*la publicite*) и книжный каталог (*le catalogue*) и др. [3, С.12]. Отмечается, что ответственность за составление данных жанров лежит непосредственно на издательстве, поэтому в данном случае речь пойдёт об издательском паратексте (*la paratexte editoriale*) [Там же. С.64].

Текст классического произведения не существует сам по себе, так как определённо является частью исторически реального или условного контекста. Он существует как контрагент структурных внетекстовых компонентов и взаимосвязан с ними [7].

Чтение текста всегда усложняется содержащимися в нём внетекстовыми элементами и эпохой, в которой данный текст был написан. Связующим звеном

двух реальностей (текстовой и внешней, или внетекстовой) является паратекст, обрамляющий художественное произведение особым справочным комплексом. Стоит заметить, что функция паратекста состоит не только в обозначении связи между двумя реальностями, но и в презентации литературного текста публике с целью заинтересовать читательскую аудиторию [8, С.89]. По Г.Р. Яуссу, немецкому историку и теоретику литературы, паратекст – это пресуппозиция отношений адресат адресант, формирующая горизонт ожиданий – совокупность эстетических, социальных, политических и других представлений, формирующая отношение читателя к произведению, а также определяющий характер влияния произведения на общество [11, С.79].

Рассмотрим важный элемент паратекста, введение (introduction). Введение имеет большое значение во французском издательском дискурсе. Наряду с библиографией и послесловием, введение является частью научно-вспомогательного аппарата издания и составляется строго квалифицированным специалистом в сфере классических произведений. Авторитетное имя автора Введение является надёжным рычагом к формированию у читателей позитивного восприятия классических произведений [3, С.13].

Задача Введения состоит в составлении адекватного отношения к произведениям, в информировании и направлении читательской аудитории. Оно даёт оценку произведению, способствует его продвижению на современном книжном рынке [Там же].

Научное описание литературных текстов является неотъемлемой их частью. Так, Введение способствует пониманию классических произведений, поясняет реалии эпохи, в контексте которой они были написаны. Данный вид метатекста определяет место того или иного произведения в творчестве писателя, является неким подготовительным этапом. При составлении Введения, филолог-исследователь выступает в роли толкователя литературных произведений [Там же. С.14].

Существует ряд норм свойственных данному виду метатекста: постоянная и прямая апелляция к читателю, аргументированный характер

представления литературного текста и субъективная выборка информации. Введение – это связующее звено коммуникативной цепи: адресант (исследователь) паратекст адресат (читатель). Свойства Введения близки к учебно-дидактическому дискурсу, что проявляется в направленности суждений, в предоставлении не только точной, но и оценочной информации. Дидактико-педагогическая направленность Введения проявляется в структурированной последовательности изложения и в пояснении различных моментов литературного текста [4].

Рассмотрим данный метадискурсивный жанр на примере Introduction (Введения) к сборнику сказок XVII-XVIII веков, составленный исследователем творчества данного писателя Марком Сориано [13]. Объектом анализа Введения является рассмотрение различных точек зрения на литературную сказку той эпохи. Перед автором Введения стояла трудная задача: дать оценку жанру волшебной сказки. Текст Введения полон различных языковых приёмов, служащих для валоризации сказок. Основная задача Введения – это функция адресации [2, С.6]. Жанр сказки считается детским, непрестижным и маргинальным для взрослой читательской аудитории. В связи с этим, авторы Введения к сборнику сказок XVII-XVIII веков ставят перед собой цель создать позитивное отношение к данному жанру. Это образует феномен культурной сопричастности, основанной на отношении исследователь – читатель. Адресант стремится создать некий социум, разделяющий его точку зрения. Для реализации данного социума филолог-исследователь использует различные языковые приёмы. Одним из основных приёмов являются вопросно-ответные единства, где автор задаёт вопросы и сам же отвечает на них. Данное средство формирует мнение социума, создаёт диалогичность текста Введения. Так, Марк Сориано начинает своё Введение с 13-ти вопросов [3, С.15-16]

Начало Введения способствует формированию прочной связи между читателем и издателем. Исследователь, несомненно, опирается на фоновые знания читательской аудитории, используя имена персонажей всеми известных сказок (*la Barbe-bleue*, *le Petit Chaperon rouge*). Стоит отметить, что автор сам

отвечает на поставленные вопросы («C'est pour repondre a ces questions <...> que cette edition a ete entreprise»), чтобы у читателя не осталось чувства неудовлетворённости. Ожидание ответа на поставленные вопросы позволяет удержать внимание читателя, развить в нём интерес к данной теме. Автор устанавливает контакт с читательской аудиторией с помощью эффекта ожидания ответа: читатель не может прекратить чтение, не удовлетворив своё любопытство. Линия автор – читатель является связующим звеном паратекста. Именно поэтому, М. Сориано выделяет значимость роли филолога-исследователя в формировании сборника сказок:

Во Введении автор старается направить читателя в огромном количестве информации, передаёт ему свой научный и читательский опыт через постоянное обращение к нему. Анализируя литературные сказки, автор даёт оценку излагаемым материалам и исторической обстановке XVII-XVIII веков. Автор открыто выражает свою точку зрения, даёт оценку классическому произведению, которое ещё не оценено и не прочитано адресатом, что свидетельствует о коммуникативной стороне Введения. Оценка авторитетного учёного воздействует на понимание текста читателем, для которого суждение специалиста в области литературной сказки играет определяющую роль.

#### **Список литературы:**

1. Арутюнова Н.Д. Из наблюдений над адресацией дискурса // Логический анализ языка. Адресация дискурса: сб. науч. статей РАН. М.: Индрик, 2012. С. 5-13.
2. Архипова Ю.А. Функции паратекста во французском репортаже // Вестник МГЛУ, 2014. С. 19-29.
3. Викулова Л.Г. Детские волшебные сказки Шарля Перро как зеркало нравственных представлений эпохи абсолютизма // Литература как эстетический феномен: Межвуз. сб. науч. трудов. Иркутск: ИГЛУ, 1998. С. 34-42.

4. Герасимова С.А. Учебно-дидактический текст в педагогической коммуникации: лингвопрагматический аспект: монография. М.: МГПУ, 2015. 223 с.
5. Жолобова Ю.С. Возможные подходы к определению понятия метатекстуальности // Известия Алтайского государственного университета. 2012. С. 131-133.
6. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму, пер. с фр., сост., вступ. ст. Г. К. Косикова. М. : ИГ Прогресс, 2000. С. 427-457.
7. Лотман Ю.М. Лекции по структуральной поэтике // Ю.М. Лотман и тартурско-московская семиотическая школа. М., 1994.
8. Орлова О.А. Серийность современной массовой литературы как фактор "формовки читателя" // Текст. Книга. Книгоиздание. Томск: ТГУ, 2012. С. 89-97.
9. Чернигова И.В. Коммуникативный потенциал паратекста французских художественных произведений XVI-XVII веков (на материале авторских и издательских предисловий): дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2006. 208 с.
10. Шильникова О.Г. К проблеме типологии текстов СМИ: паратексты как структурно-содержательный компонент «толстого» журнала // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2011. С. 29-34.
11. Яусс Х.Р. История литературы как провокация литературоведения // Новое литературное образование. 1995. № 12. С. 34-84.
12. Genette G. Paratext: Thresholds of Interpretation. Cambridge: Cambridge University Press [Text], 1997. 427 p.
13. Soriano M. Introduction // Perrault. Contes [Text]. - Paris: GF Flammarion, 1991. P. 7-40.

**UDC 801.55**

**PARATEXT AS A MEANS OF VALORIZATION OF CLASSICAL  
WORKS**

**Alexander N. Fedotov**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

lingvist-af@yandex.ru

Michurin State Agrarian University

Michurinsk, Russia

**Annotation.** The functional load of any metatextual component is its semantic task in the space of a whole literary work. Thus, with the help of paratext, the author or publisher creates a communicative connection with the readership and has an overt or covert effect on readers, contributing to the formation of their attitude to the text.

**Key words:** intertextual connection, metatext, paratext

Статья поступила в редакцию 10.06.2022; одобрена после рецензирования 27.06.2022; принята к публикации 30.06.2022.

The article was submitted 10.06.2022; approved after reviewing 27.06.2022; accepted for publication 30.06.2022.