

results can be implemented in compiling a dictionary of aphorisms of modern English literature and in studies of aphorisms, as well as idiosyncrasies of other writers. **Results:** 1) 77,5 % of sayings are relatively autonomous aphorisms (there are semantic and syntactic lacunas after their removal from the text); 22,5 % of aphorisms are absolutely autonomous (their removal does not lead to semantic and formal losses in the text); 2) 60 % of syntactically dependent aphorisms are introduced in a post-position in a complex or compound sentence, 20 % – in a «framing» position, 10 % – in a preceding context and 10 % – in an interposition; 3) 6,7 % of the aphoristic expressions taken from the writer's works are contextually dependent and therefore they can't be called aphorisms; 4) aphorisms consisting of one sentence are mostly syntactically realized by complex sentences (52 %), 39 % of aphorisms consisting of one sentence are simple sentences, 9 % of aphorisms consisting of one sentence are compound sentences. 38,2 % of aphorisms are «complex syntactic units»; 5) 73 % of aphorisms are statements without reasoning, 14,6 % of aphorisms are built as a definition, 9 % are built according to the model of judgment: thesis – argument; 3,4 % of aphorisms are built according to the model: thesis – antithesis – conclusion; 6) intonational expressiveness, emotiveness and brevity at syntactic level in Dan Brown's aphorisms is achieved by the frequent use of repetition (in 14,6 % of aphorisms), parallel constructions (in 10 % of aphorisms), aposiopesis (in 10 % of aphorisms) and parcellation (in 4,5 % of aphorisms).

Key words: *aphorism, syntactic features, compositional features, introduction of aphorism in the text, idiosyncrasy.*

Надійшла до редколегії 26.03.2018

<https://doi.org/10.15421/251817>

УДК 811.112.2'42:070](430)

ШТАТНАЯ Елена Ивановна

преподаватель кафедры германской филологии Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара; пр. Гагарина, 72, г. Днепр, 49010, Украина;
тел.: +38(056) 374-98-75; e-mail: shtatnaja@i.ua

ЗАГОЛОВОК И РЕФЕРЕНТНАЯ СТРУКТУРА ТЕКСТА

Аннотация. *Цель исследования* – установить референтные корреляции заголовка и текста жанра информации. *Объект изучения* – заголовки текстов жанра информации в журнале «Шпигель», *предмет* – референтные корреляции заголовка и текста. *Материал исследования* – тексты жанра информации из журнала «Шпигель». Используются описательный и сопоставительный *методы*. В *результате* исследования выявлены виды взаимоотношений между заголовком/заголовочным комплексом и референтной структурой текста. *Практическое применение* результатов возможно в курсе «Язык средств массовой коммуникации» и при обучении аннотированию и реферированию. **Выводы:** 1) важную роль в заголовочном комплексе информации играет надзаголовок, который информирует читателя в общих чертах о содержании текста и может включаться в референтную структуру текста; 2) около 20 % заголовков информации представляют собой двусоставные глагольные предложения, коррелирующие, как правило, с первым предложением текста, выступающим в роли «малого» контекста; 3) большинство заголовков жанра информации представляют собой номинативные конструкции; 4) номинативные заголовки могут коррелировать с разными предложениями в тексте; 5) лексические единицы заголовка задают обычно две референтальные цепочки разной степени протяженности, состоящие из первичного наименования референта в заголовке и его вторичных наименований в тексте; 6) основным средством развития темы заголовка является семантический повтор в его различных разновидностях; 7) заголовок информации, как правило, содержит тему текста; 8) несмотря на информативный тип текста, заголовок может содержать оценку как позитивную, так и негативную.

Ключевые слова: *заголовок, информация, референция, тема, пресса, немецкий язык.*

Постановка проблеми. В лінгвістическій літературі широке освітлення отримали питання синтаксическої організації заголовків різних функціональних стилів, структурні моделі і функції заглавій.

Св'язь з предыдущими дослідженнями. Функціональний аспект изучення газетного заголовка уже давно приває к себе увагу учених, ібо «установити функцію предмета в обществі значить дати цьому предмету определене» [5, с. 42]. Найбільше известны класифікації функцій заголовка, предложенные А. С. Поповим і В. С. Мужевим [4]. К основним функціям заголовка относят номінативную (заголовок называет текст), інформативную (заголовок выражает в определенной степени содержание текста), рекламную (заглавие заинтересовывает читателя, привлекает его внимание к публикации), экспрессивно-апеллятивную (заголовок показывает отношение автора к содержанию текста, оказывает определенное воздействие на читателя) і разделительную (заголовок ограничивает один текст от другого).

Функціональний підхід передполагає, что изучаемый объект предстает как элемент более сложной системы (надсистемы), которая в своей організації подчинена более высокому в ієрархіческом отношении принципу [6, с. 4].

В этой связи заголовок может рассматриваться:

- в отношении и в связи с озаглавливаемым текстом как его неотъемлемый структурно-семантический компонент (текстовой аспект);
- в отношении к автору и читателю (прагматический аспект);
- в отношении к денотату (семантический аспект). Здесь, в свою очередь, возможны два направления исследования, поскольку денотатом заголовка, с одной стороны, является определенный фрагмент объективной действительности, а с другой – озаглавливаемый им текст. Тем самым заголовок обладает как бы «двойной денотацией» (Л. А. Коробова) [3, с. 12].

Именно такой многоаспектный подход является определяющим при изучении газетного заголовка. Особое внимание уделяется исследованию заголовка в аспекте «заголовок – текст» с учетом жанровых особенностей текста [2, с. 147].

Изучение концептуально-тематических взаимосвязей заголовка и текста подвело исследователей к необходимости выделения текстообразующей и интегрирующей функций заголовка (Х. Рахимов, Л. Ф. Грицюк, И. С. Стам, Т. А. Щорс, Т. А. Чекенева).

Для полного и всестороннего описания газетного заголовка необходимо рассмотрение его роли в реализации таких текстообразующих категорий, как тема-рема, референция, модальность, локальность, темпоральность.

Постановка заданий исследования. *Цель* настоящего исследования – установить роль заголовка в референтной структуре текста жанра информации в журнале «Шпигель».

Изложение основного материала. Отношение тема-рема, создавая денотативно-референтную перспективу содержания текста, организует распределение рекуррентных (повторяющихся) смыслов, что ведет к образованию внутритекстовой, или «внутренней», референции (коререференции).

Внутренняя референция (=коререференция) есть прямая или косвенная отнесенность текстовых единиц к одному и тому же текстовому референту (их соотнесенность с ним), введенному в текст и подлежащему идентификации.

Носителем идентифицирующей функции является тема, которая, будучи выраженной именной фразой, в этом качестве играет основную роль в развертывании текста.

Тема-рематическая организация текста не предполагает, что тематический и рематический компоненты тематического ядра как семантического базиса, представляющего в свернутом и обобщенном виде денотативно-референтное содержание текста, находят воплощение в теме и реме каждого отдельного предложения. Тем не менее между темой текста и темой того или иного предложения устанавливаются различного рода прямые или косвенные семантические взаимоотношения, выражаемые как эксплицитно, так и имплицитно.

Изучая взаимозависимость семантической и тематической структуры текста, Ф. Данеш приходит к выводу, что: а) семантические отношения между двумя предложениями, как правило, можно установить только тогда, когда между ними существует тематическая связь; б) семантические отношения возможны либо между целыми высказываниями, либо между их частями, отображающими отношения темы и ремы; в) семантические отношения между предложениями находятся в определенной зависимости от типа тематической прогрессии [8, s. 39].

Эти семантические отношения могут иметь совершенно различный характер. Количество выделяемых типов колеблется у разных авторов. Это, во-первых, отношения референциального тождества, включения, отличия, пересечения (перекрещивания), субординации, расширения, которые основываются на формах логических отношений между понятиями. Во-вторых, экспликативная, квалификативная, компаративная и другие виды текстовой референции. В-третьих, каузальные, темпоральные, локальные и другие отношения.

Если с помощью первых происходит выявление референциальных цепочек, то вторые отражают глубинные взаимосвязи, существующие между предложениями в тексте, точнее, между пропозициями. Речь идет о таких отношениях, как предшествование – следование – одновременность, утверждение – обоснование, причина – следствие и т. д.

В основе внутренней референции (коререференции) лежит прежде всего отношение семантической эквивалентности в широком понимании, частными проявлениями которого являются названные выше отношения.

Благодаря одно- или многократной рекуррентности семантически эквивалентных (коререферентных) единиц в тексте возникает изотопия (парная или цепная) (Э. Агрикола), номинативные (Д. Фивегер) или топикальные цепочки. Они характеризуются не только семантической эквивалентностью – тождеством или частичным совпадением смысловых компонентов, но и референтной эквивалентностью, так как их элементы описывают тождественную тему.

По Агриколе, газетный заголовок и текст могут рассматриваться как два блока с различными коммуникативными функциями. Газетный заголовок содержит главную мысль, и поэтому его можно назвать тематическим ядром текста, что, на наш взгляд, не всегда имеет место. Второй блок – корпус текста – представляет собой расширение тематического ядра по определенным логико-семантическим правилам. Это могут быть дефиниция, экспликация, вариант, контраст, конкретизация и специализация. Относительно описываемого объекта или факта оба блока находятся в отношении парафразирования [7].

По мнению Агриколы, между заголовком и текстом существует «то же свободное отношение эквивалентности, как между продуктом конденсации и продуктом расширения» [Там же, с. 20]. Главное при этом, чтобы сохранялось денотативно-референтное тождество.

Как сокращенную парафразу последующего текста рассматривает заголовок В. Дресслер [1, с. 18].

Тема в заголовке информации выражается в большинстве случаев одной лексической единицей – именем существительным без артикля. С одной стороны, это можно объяснить требованием языковой экономии, с другой – можно говорить об известной неопределенности референции лексических единиц, выступающих в функции темы в заголовке информации.

Необходимо установить, в какой степени референциальные цепочки, задаваемые заголовком, выступают в качестве компонентов семантической структуры текста, формируют его главную тему и микротемы (подтемы), развертывают текстовую тему.

Основным средством развития темы заголовка информации является семантический повтор в его различных разновидностях. Введенное в заголовке обозначение предмета (референта) посредством одно- или многократной референции частично или полностью воспроизводится. Повторную номинацию ранее введенной информации принято называть тематизацией. Несмотря на то, что главная роль в этом процессе отводится номинативным частям речи (прежде всего существительному), мы полагаем, что в основе тематизации лежит не только тождество референции имен, но и тождество (полное или частичное) предикатов.

Референциальные цепочки могут задаваться не только заголовком, но и другими компонентами заголовочного комплекса – подзаголовком и надзаголовком.

Информативный тип текста не является основным для журнала «Шпигель», в котором преобладают аналитические материалы, передающие читателю не только информацию, но и оценку события.

Типичным элементом структуры информации в журнале является наличие надзаголовков, которые, передавая читателю определенную информацию о тематике сообщения, ориентируют его в общих чертах о содержании текста: *Rechtsextremismus, Beamte, USA, Europa, Körperpflege, Umweltmedizin, Gesundheit, Innovationen, Haushalt*.

Около 20 % заголовков информации представляют собой двусоставное глагольное предложение. Лексические единицы заголовка могут возглавлять по крайней мере две референциальные (= номинативные, изотопические, топиальные) цепочки разной степени протяженности и сложности, состоящие из первичного наименования какого-либо референта в заголовке и его вторичных наименований в корпусе текста, которые развивают, дополняют, уточняют или просто повторяют первичное наименование, но уже как идентифицированное, данное, известное.

Рассмотрим следующий текст:

Presse

Ex-„FR“-Redakteure klagen gegen DuMont

Rund 20 frühere Redakteure und Verlagsangestellte der „Frankfurter Rundschau“ („FR“) klagen gegen den ehemaligen Mehrheitseigentümer ihres Blattes, den Verlag M. DuMont Schauberg (MDS). Die Zeitungsleute hatten 2011 und 2012 einen Abwicklungsvertrag mit dem alten „FR“-Verlag unterschrieben und warten bis heute auf damals zugesicherte Abfindungen. Es geht um Summen zwischen 50000 und 150 000 Euro. Du Mont will nicht zahlen... Die Mitarbeiter wurden damals in der Sicherheit gewogen; ihre Abfindung sei auch bei einer Insolvenz sicher... (S., № 25/17.06.13, s.71).

Заголовок – двусоставное предложение – содержит, как правило, сведения о том, кто и что делает и является достаточно информативным. Он соотносится не-

посредственно с первым предложением текста, выступающим в качестве «малого» контекста.

Заголовок «задает» две референциальные цепочки в тексте, одна из которых связана с наименованием журналистов, а другая – с владельцем издательства: 1) *Ex-„FR“-Redakteure – rund 20 frühere Redakteure und Verlagsangestellte der Frankfurter Rundschau – die Zeitungsleute – die Mitarbeiter – die ehemaligen Mitarbeiter*; 2) *DuMont – den ehemaligen Mehrheitseigentümer ihres Blattes, den Verlag M. DuMont Schauberg – mit dem alten „FR“-Verlag – Du Mont – der MDS-Aufsichtsratsvorsitzende Alfred Neven Du Mont – die Mediengruppe M. Du Mont Schauberg*.

С помощью расширенных повторов в тексте происходит конкретизация наименований заголовка.

Гораздо чаще заголовки текстов информации представляют собой номинативные конструкции:

Beamte

Günstige Rente mit 63

Die Übertragung der Rente mit 63 auf Beamte würde die Länder nur rund 30 Millionen Euro pro Jahr kosten – und damit gerade einmal 0,1 Prozent ihrer Pensionsausgaben. Das lässt sich aus einer Stichprobe des Finanzministeriums errechnen. Die Ministerialen nehmen an, dass lediglich etwa 20 Prozent ihrer Beamten überhaupt dafür in Betracht kommen... (S., № 51 /16.12.13, s.15).

Надзаголовок и заголовок в данном случае соотносятся с темой первого предложения информации. В тексте происходит развитие и надзаголовка, и заголовка: надзаголовок *Beamte* – *Beamte* – 20 Prozent ihrer Beamten – *Polizisten und Feuerwehrleute* – *Lehrer* – *die Hälfte der Anspruchsberechtigten* – *der Beamtenbund – gesetzlich Versicherte*.

Нередко в качестве темы заголовка выступают отглагольные существительные, ср.: *Durchsuchung* – в тексте *durchsuchen*, *Warnung* – в тексте *warnen*.

Innere Sicherheit

Warnung vor Vergeltung

Libanesischer Ermittler haben deutsche Sicherheitsbehörden vor Racheaktionen militanter Islamisten gewarnt. Demnach planen Anhänger der al-Qaida offenbar einen Vergeltungsschlag in Berlin für die Fahndungserfolge deutscher Behörden gegen mutmaßliche Terroristen. Besonders die Festnahme der Gruppe um den deutschen Konvertiten Fritz Gelowicz im September 2007 sowie der Prozess gegen den mutmaßlichen “Kofferbomber” Youssef al-Hajdib gelten als mögliches Motiv... (S., № 3 /14.01.08, s. 15).

Заголовок и надзаголовок данной информации носят довольно общий характер: неясно, кто и почему предостерегает о мести. Конкретизация происходит уже в первом предложении текста, при этом тема заголовка *Warnung* соотносится в тексте с глаголом *warnen*. Второй компонент заголовка *Vergeltung* развивается путем синонимических повторов *Racheaktionen* – *Vergeltungsschlag*.

Glücksspiel

Durchsuchung beim Daddelkönig

Ins Visier der Justiz ist erneut Deutschlands größtes Spielautomaten-Imperium, die Gauselmann-Gruppe, geraten. Mehr als 20 Fahnder der Bielefelder Schwerpunktstaatsanwaltschaft Wirtschaftskriminalität haben jüngst Geschäftsräume der Gauselmann-Gruppe in Nordrhein-Westfalen durchsucht. Der Verdacht illegales Glücksspiel mit manipulierten Automaten... Ein Sprecher des Unternehmens bestätigt die Durchsuchung... Schon 2006 hatte die Staatsanwaltschaft Augsburg den Tatbestand

illegalen Glücksspiel in Spielotheken des Daddelkönigs Paul Gauselmann als gegeben angesehen... (S., № 3 /14.01.08, s. 15).

В приведенном примере компоненты заголовочного комплекса соотносятся со вторым предложением текста. Надзаголовок Glücksspiel повторяется уже в третьем предложении с определением *illegales*, несущим негативную оценку. Тема заголовка – *Durchsuchung* – оказывается производной от глагола *durchsuchen* во втором предложении текста и как простой лексический повтор появляется в четвертом предложении. Второй компонент заголовка – *Daddelkönig* – встречается только в пятом предложении, причем с конкретизацией значения – приводится имя человека, которого называют *Daddelkönig*. Само слово содержит отглагольный компонент, производный от глагола *daddeln*, который является разговорным, диалектного происхождения, несущим отрицательную оценку.

Pop

Zum Sommerregen

Vor einigen Jahren veröffentlichte die schottische Indie-Pop-Band Franz Ferdinand den Song "Eleanor Put Your Boots on". Gemeint war Eleanor Friedberger, die Sängerin der Fiery Furnaces... Und während Daft Punks "Get Lucky" in diesem Sommer aus jedem Freibad tönen wird, hat Friedberger den Soundtrack für jene Sommerabende geschaffen, an denen es plötzlich dicke Tropfen vom Himmel regnet (S., № 25 / 17.06.2013, s. 112).

В данном примере только надзаголовок в общей форме определяет возможную тему сообщения. Можно предположить, что речь идет о поп-музыке или поп-исполнителях. Действительно, надзаголовок задает референциальную цепочку *Pop – die schottische Indie-Pop-Band – Eleanor Friedberger – die Sängerin der Fiery Furnace*. Сам заголовок малоинформативен и представляет собой обобщение некоторых слов последнего предложения текста *Sommerabende, an denen es plötzlich dicke Tropfen vom Himmel regnet*; передающих настроение песен Фридбергер.

Выводы. Исследование показало, что важную роль в заголовочном комплексе информации играет надзаголовок, который ориентирует читателя в общих чертах о содержании текста и может включаться в референтную структуру текста. Около 20 % заголовков информации представляют собой двусоставные глагольные предложения, коррелирующие, как правило, с первым предложением, которое выступает в роли «малого» контекста. Большинство заголовков жанра информации представляют собой номинативные конструкции. Номинативные заголовки могут коррелировать с разными предложениями в тексте. Лексические единицы заголовка задают обычно две референциальные цепочки разной степени протяженности, состоящие из первичного наименования референта в заголовке и его вторичных наименований в тексте. Основным средством развития темы заголовка является семантический повтор в его различных разновидностях. Заголовок информации, как правило, содержит тему текста. Несмотря на информативный тип текста заголовок может содержать оценку как позитивную, так и негативную.

Перспективы дальнейших исследований. Можно предположить, что заголовок как начальный компонент текста зависит от типа и жанра текста. Поэтому перспективным представляется изучение заголовков и их связей с текстами других жанров не только в печатных, но и в электронных изданиях, их сопоставление.

Библиографические ссылки

1. Дресслер В. Синтаксис текста. *Новое в зарубежной лингвистике*. 1978. Вып. 8. С. 11–137.
2. Кійко Ю. Є. Жанрові особливості заголовків у німецькому й українському газетних дискурсах. *Вісник Харківського національного університету. Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов*. 2013. № 1052. Вип. 74. С. 147–154.
3. Коробова Л. А. Заглавие как компонент текста: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Алма-Ата, 1982. 207 с.
4. Мужев В. С. О функциях заголовка. *Учен. зап. Моск. гос. пед. ин-та иностр. яз. им. М. Тореца*. Москва, 1976. С. 112–119.
5. Пазухин Р. В. Язык, функция, коммуникация. *Вопросы языкознания*. 1979. № 6. С. 42–50.
6. Сусов И. П. Семантика и прагматика предложения. Калинин, 1980. 51 с.
7. Agrikola E. Text – Textarten – Informationskern. *Studia grammatica 18: Probleme der Textgrammatik* / Hrsg. von F. Danes und D. Viehweger. Berlin: Akademie-Verlag, 1977. S. 11–32.
8. Danes F. Zur semantischen und kommunikativen Struktur des Kommunikats. *Studia grammatica 11: Probleme der Textlinguistik*. Berlin: Akademie-Verlag, 1976. S. 29–40.

References

1. Dressler, V. (1978), *Text syntax [Sintaksis teksta]*, Moscow, vyp. 8, pp.11–37.
2. Kijko, Y. E. (2013), „Genre peculiarities of headings in German and Ukrainian newspaper discourses“ [„Zhanrovi osoblyvosti zagolovkiv u nimeckomu i ukrainskomu gazetnomu dyskursah“, *Visnuk Harkivskogo nacionalnogo universitetu, Romano-germanska filologija. Metodyka vykladannja inozemnuh mov*], № 1053, vyp. 74, pp. 147–154.
3. Korobova, L. A. (1982), *Headline as a component of the text: dissertation [Zagolovok kak komponent teksta: diss. ... kand. filol. nauk]*, Alma-Ata, 207 p.
4. Muzhev, V. S. (1976), “About headline functions”, *Scientific Records of M. Toreza [“O funkcijah zagolovka”]*, *Uch. zap. Mosk. ped. in-ta inostr. jaz. im. M. Toreza*, Moscow, pp. 112–119.
5. Pazukhin, R.V. (1979), “Language, function, communication” [„Jazyk, funkcija, komunikacija”, *Voprosy jazykoznanija*], № 6, pp. 42–50.
6. Susov, I. P. (1980) *Semantics and pragmatic of the sentence [Semantica i pragmatika predlozhenija]*, Kalinin, 51 p.
7. Agrikola, E. (1977), “Text – Text Types – Core Information“ [„Text – Textarten – Informationskern“, *Studia grammatica 18: Probleme der Textgrammatik*], Berlin, pp. 11–32.
8. Danes F., (1976), “About Semantic und Kommunikative Structure of Communicate“ [„Zur semantischen und kommunikativen Struktur des Kommunikats“, *Studia grammatica 11: Probleme der Textlinguistik*], Berlin, pp. 29–40.

Список условных сокращений

S. – Der Spiegel

ШТАТНА Олена Іванівна

викладач кафедри германської філології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара; пр. Гагаріна, 72, м. Дніпро, 49010, Україна; тел.: +38(056)374-98-75;
e-mail: shtatnaja@i.ua

ЗАГОЛОВОК ТА РЕФЕРЕНТНА СТРУКТУРА ТЕКСТУ

Анотація. *Мета дослідження* – встановити референтні кореляції заголовка і тексту жанра інформації. *Об'єкт дослідження* – заголовки текстів жанра інформації в журналі «Шпигель», *предмет* – референтні кореляції заголовка і тексту. *Матеріал* дослідження – тексти жанру інформації журналу «Шпигель». Застосовано описовий та зіставний *методи*. У *результаті* дослідження встановлені види взаємовідносин між заголовком та референтною структурою тексту. *Практичне застосування* результатів можливе у курсі «Мова засобів масової інформації» та при навчанні анотуванню та реферуванню текстів. **Висновки:** 1) важливу роль у заголовковому комплексі інформації

відіграє надзаголовок, який інформує читача у загальних рисах про зміст тексту і може включатися в референтну структуру тексту; 2) біля 20 % заголовків інформації є двоскладні дієслівні речення, які корелюють, як правило, з першим реченням, що виступає в ролі «малого» контексту; 3) більшість заголовків жанру інформації є номінативні конструкції; 4) номінативні заголовки можуть корелювати з різними реченнями у тексті; 5) лексичні одиниці заголовка задають зазвичай два референційні ланцюжки різного ступеня довжини, які складаються з первісного найменування референта у заголовку і його повторних найменувань у тексті; 6) основним засобом розвитку теми заголовка є семантичний повтор у його різних видах; 7) заголовок інформації, як правило, містить тему тексту; 8) незважаючи на інформативний тип тексту, заголовок може містити як позитивну, так і негативну оцінку.

Ключові слова: заголовок, інформація, референція, тема, преса, німецька мова.

SHTATNAJA Elena Ivanovna

Teacher of the Department of German Philologie of Oles Honchar Dnipro National University, Gagarin Avenue, 72, Dnipro, 49010, Ukraine; tel. +38(056) 374-98-75; e-mail: shtatnaja@i.ua

HEADLINE AND REFERENCE STRUKTURE OF THE TEXT

Summary. *Objective* of the paper is to identify the reference correlations of the headline and reference structure of the genre information. *Object* is headlines of the information genre texts in the magazine «Der Spiegel», *Subject* – reference correlations of the headline and text. *Material of investigation* – information texts from magazine «Der Spiegel». The paper applies descriptive and comparative *methods*. *Finding* of the research has resulted in distinguishing the kinds of the relations between the headline / headline complex and reference text structure. *Practical value:* the research results can be implemented in the studies of the language of communication media and in teaching annotation and abstracting methods. *Results:* 1) an important role in the information headline complex is played by the overhead which informs a reader about the contents of the text generally and may be included in the reference structure of the text; 2) about 20 % of information headlines are represented by bicomposite verb sentences usually correlating with the first sentence which plays the role of a “short” context; 3) the majority of information genre headlines is represented by nominative constructions; 4) nominative headlines may correlate with different sentences in the text; 5) lexical units of the headlines usually set two referential chains of different length consisting of initial referent mention in the headline and repeated mentions in the text; 6) the main means of the headline theme development is semantic repeat in its variations; 7) information headline, as a rule, contains the theme of the text; 8) despite the information type of the text, the headline may contain both positive and negative assessment.

Key words: headline, information, reference, theme, the press, German language.

Надійшла до редколегії 06.04.18.