

DOI: 10.12731/2077-1770-2020-1-168-180

УДК 81.2

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ТИПЫ АРАБСКИХ И АНГЛИЙСКИХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Набиуллина В.Р.

Целью исследования является изучение функциональных типов арабского и английского газетных заголовков исходя из той задачи и роли, которую выполняет заголовок на газетной полосе.

Описательный и статистический методы были использованы в качестве основных методов, применявшихся рамках данной работы.

Соотношение рассмотренных функциональных типов газетных заголовков арабского и английского языков, а также выявление частоты их применения в качестве заголовков для печатных газетных произведений различной направленности было определено при помощи диаграммы. Полученные данные показали, что большую часть синтаксических конструкций, применяемых в арабских и английских газетных заголовках, составляют заголовки-утверждения, структура которых позволяет донести до читателей интересующую их информацию в максимально сжатом, лаконичном виде. Данные, полученные в результате исследования, определенно ограничены и не могут охватить и проиллюстрировать соотношение применения изученных функциональных типов всех газетных заголовков обоих языков, поэтому в рамках данной работы была рассмотрена общая тенденция к использованию определенной синтаксической конструкции в соответствии с целью и задачами, поставленными перед печатным изданием.

Материалы исследования могут быть использованы при изучении грамматики обоих языков, а также для рассмотрения и анализа особенностей газетного стиля.

Ключевые слова: газетные заголовки арабского и английского языков; синтаксическая структура; функциональные типы газетных заголовков.

FUNCTIONAL TYPES OF THE ARABIC AND ENGLISH NEWSPAPER HEADLINES

Nabiullina V.R.

The aim of this research is to study the functional types of the Arabic and English newspaper headlines according to the challenge and role that headline should perform on the newspaper page.

The descriptive and statistical methods were used as the main methods in the framework of this paper.

The correlation of the considered functional types of newspaper headlines of the Arabic and English languages, as well as the frequency of its use as headings for the printed newspaper material of various kinds was defined by the use of a diagram. The data obtained demonstrated that the majority of syntactic constructions used in the Arabic and English newspaper headlines represent the statements, the structure of which allows to convey to the readers the information, that they are interested in, in the most concise, laconic way.

The data resulting from this research are definitely limited and cannot cover and illustrate the ratio of the use of the studied functional types of all newspaper headlines of both languages, therefore, in this work, we examined the general tendency to use a certain syntactic structure in accordance with the purpose and objectives assigned to the print newspaper edition.

The material of the research can be used in the study of grammar of both languages, as well as to review and analyze the features of the newspaper style.

Keywords: *newspaper headlines of the Arabic and English languages; syntax structure; functional types of newspaper headlines.*

Язык журналистики имеет свои особенности, которые отличают его от так называемого «общего ядра или центра». Исследование этого языка, его способов и методов, посредством которых он оказывает влияние на общественное сознание, является предметом

пристального внимания и изучения со стороны многих ученых и специалистов лингвистики, журналистики и смежных с ними гуманитарных наук. Этим объясняется актуальность темы выбранного исследования.

Цель данной работы заключается в рассмотрении функциональных типов газетных заголовков арабского и английского языков, грамматические конструкции которых восходят к моделям предложений в обоих языках. Исходя из поставленной цели были определены следующие задачи:

- рассмотреть функциональные типы газетных заголовков арабского языка;
- сделать обзор функциональных типов газетных заголовков английского языка;
- изучить соотношение использования различных функциональных типов газетных заголовков обоих языков в рамках заданного временного промежутка.

Материалом исследования послужили 100 арабских газетных заголовков и 100 газетных заголовков английского языка, отобранных из ежедневных газет Al-Watan, Al-Jumhuriya, Al-Ahram, Al-Ittihad, The Independent, The Guardian, The Daily Telegraph за 2016–2017 гг. При обзоре теоретического материала применялся описательный метод, при определении соотношения функциональных типов, используемых в газетных заголовках обоих языков, выбранных в рамках данной работы, использовался статистический метод.

Д. Кристал определяет язык журналистики как «диапазон языковых особенностей, встречающихся во всех разновидностях языка, его диалектах и т.д. Его базисные языковые характеристики будут включать основные правила порядка слов, словообразование и высокочастотный употребляемый словарь. Через язык, используемый в газетах, люди получают информацию о различных областях нашей жизни. Таким образом, по мнению автора, основной функцией языка является информационная [2, с. 85]. Ш. Ал-Либан считает, что основная функция газетного заголовка заключается в подготовке краткого содержания основной мысли, содержащейся в пе-

чатном произведении, используя как можно меньшее количество слов, которые будут знакомы и понятны читателям. В то же самое время он способен влиять на читательскую аудиторию, поэтому он также имеет директивную или управляющую функцию [7, с. 64]. По мнению А. Уафи, язык является зеркалом, на поверхности которого отражается все, чем занимаются говорящие на нем люди, их заботы и дела, традиции и обычаи, политический, экономический и культурный уклад. Все эти аспекты придают тому или иному языку уникальный оттенок и отпечаток, складывающийся из сочетания определенных звуков, слов, связей, правил и методов, характеризующих этот язык [11, с. 260]. М.Х. Абдель-Азиз подчеркивает, что ни один язык мира не может сопротивляться прогрессу, однако сами языки становятся разнообразнее как отражение стремительных изменений, происходящих в мире, и их последствий в течение определенного временного промежутка [8, с. 55]. Дж. Йусуф замечает, что языковому изменению подвержены как устная, так и письменная речь, однако устная речь является более восприимчивой к изменениям и преобразованиям, чем письменная [12, с. 59]. Средства массовой информации и их специфичный язык, по мнению А. Маруа, ввиду своей коммуникативной природы получил широкое распространение и влияние на различные слои населения, отличающихся по своему экономическому, социальному и культурному составу, поэтому изучение его природы, особенностей и способов влияния, которое проявляется в том числе и через газетные заголовки, является актуальным и важным направлением современной исследовательской деятельности [10, с. 35]. М.Ф. Иззат утверждает, что газетный заголовок олицетворяет собой средство для привлечения читателей и удовлетворения их любопытства, поэтому составлению привлекательного газетного заголовка придается особая важность со стороны редакций печатных изданий [9, с. 249]. Заголовки отличает специальный язык, который выходит за рамки правил нормальной грамматики языка. Посредством этого языка передаются идеи, выражаются чувства, отношения, нужды, все это осуществляется для достижения определенных целей. Дж. Ричардсон счи-

тает, что газетный язык способен «творить чудеса» в обществе [6, с. 13]. Ввиду того, что газеты исполняют разные функции через информирование, инструктирование и развлечение своей аудитории, существуют различные способы и средства для достижения этих целей. Одним из средств является использование различных синтаксических конструкций. По мнению Д. Кристала, синтаксисом является изучение правил, которые определяют комбинацию слов в предложениях [2, с. 451]. Это относится к возможным расстановкам элементов в предложении. По определению А. Уафи предложением является высказывание, дающее пользу, то есть высказывание, которое понимается слушателем и не нуждается в дополнительном объяснении [11, с. 264]. Автор исследует понятие речи и предложения и приходит к выводу, что понятие предложения является шире, чем понятие речи, так как вся речь представляет собой предложение. Исходя из своих функций арабскими грамматистами выделяются четыре категории предложений: утвердительные, вопросительные, восклицательные и директивные [13]. Ниже рассмотрим каждую из них.

К утвердительным предложениям относятся те, что дают читателю определенную информацию. К ним относятся как именные, так и глагольные предложения. Информация может быть правдивой или ложной. Примеры газетных заголовков:

إنهم يقتلون مستقبل العرب، الوطن

(Поистине, они уничтожают будущее арабов, Al-Watan).

والخبراء يطالبون باستحداث تخصصات جديدة ثلاث سوق العمل والتكنولوجيا الحديثة، الوطن

(Эксперты требуют обновления специальностей, которые будут актуальными для рынка труда и современных технологий, Al-Watan).

В свою очередь, утвердительные предложения подразделяются на:

– повествовательные, например:

سافر أبي في الصباح بالحافلة

(Утром отец поехал на автобусе);

– описательные, например:

كان البيت الذي إستأجرته واسعا

(Дом, который я арендовал, был просторным);

– убеждающие, например:

لا ينبغي أن نحزن عند فراق، فكل فراق هو لقاء

(Не нужно огорчаться при разлуке, так как каждая разлука – это встреча);

– объясняющие, например:

هذه المشكلة تفتح لك فرص كثيرة لكي تصبح ناجحاً

(Эта проблема открывает для тебя множество возможностей для того, чтобы стать счастливым)

– уведомляющие, например:

لقد تم افتتاح المعرض في الساعة الخامسة مساءً الأمس

(Вчера в пять часов вечера состоялось открытие выставки).

Вопросительные предложения, представляющие собой запрос на получение какой-либо информации. Как определяет А. Уафи, вопрос может касаться содержания всего предложения (общий) или какого-то одного из его компонентов (специальный) [11, с. 263].

Примеры газетных заголовков:

بعد إستقالة الحريري... ما وضع الليرة اللبنانية والإقتصاد؟ الجمهورية

(После отставки Аль-Харири...каково положение ливанской лиры и экономики? Al-Jumhuriya)

أبواب الهجرة نحو الحلم الأوروبي... من يوصدها ومن يدفع؟ روسيا اليوم

(Двери переселения в сторону европейской мечты...)

Кто их закрывает, а кто платит? RT Arabic).

Восклицательные предложения выражают изумление автора по поводу какого-то дела или обстоятельства. Примеры газетных заголовков:

إنه الرد القطري! الأهرام

(Поистине, это катарский ответ! Al-Ahram)

هذا الرئيس أتمناه لمصر! الأهرام

(Этого президента я желаю Египту! Al-Ahram)

Директивные предложения предполагают требование выполнения определенного действия, выраженные при помощи глагола в повелительном наклонении. Директивные предложения по своему назначению подразделяются на предложения, обозначающие непосредственный приказ или инструкции, метафорический или скры-

тый приказ, который выражается в виде просьбы что-то сделать или мольбы, чаще всего в качестве обращения к Всевышнему, а также пожелания. Пример газетных заголовков:

تعرف على أصغر ملياردير عصامي في العالم، الإتحاد

(Познакомьтесь с самым маленьким миллиардером-самородком в мире, Al-Ittihad).

واسألوا الإمارات في حب مصر، الأهرام العربي

(Спросите у Эмиратов о любви к Египту, Al-Ahram Al-Arabiy).

Д. Кристал наряду с другими западными учеными-исследователями отмечает, что, согласно своим функциям, английские предложения бывают четырех видов: утвердительные, вопросительные, предложения, выражающие просьбу или приказ и восклицательные [2, с. 192]. По мнению Г.Т. Арнольда, функция предложения зависит от той цели, ради которой оно строится [1, с. 100]. Если оно несет информацию, то это утверждение, если требует ответа, то задается вопрос, говоря другим что-то делать или не делать, оно выражает команду, а при выражении сильных чувств и эмоций оно является восклицательным. Ниже мы рассмотрим каждую из этих категорий.

Заголовки-утверждения. По мнению Д. Кристала, утверждение – это предложение, основной целью которого является передать информацию [3, с. 218]. Оно состоит из подлежащего, за которым следует глагол. Этот тип заголовка обычно имеет повествовательный характер или структуру, т.е. ее цель заключается в оповещении или объявлении о чем-то. Однако иногда имеется несоответствие между структурой и функцией. Другими словами, такую повествовательную форму можно использовать качестве вопроса либо через интонацию в устной речи, либо вопросительный знак в письменном виде. Поскольку одной из основных функций заголовков является передача информации, поэтому заголовки в виде утверждения являются наиболее частым типом, например: Assad offer of Syrian multi-party elections branded laughable by US, The Guardian (Предложение Асада о многопартийных выборах в Сирии показалось смешным для США, The Guardian). Другой пример: BBC journalists to teach children how to identify fake news, The Daily Telegraph (Журналисты

Би-Би-Си учат детей как различать фальсифицированные новости, The Daily Telegraph).

Вопросительные заголовки. В заголовках вопросы используются, чтобы стимулировать любопытство читателей и подтолкнуть их к прочтению нижеследующего текста. Такие заголовки с вопросом не требуют ответов от читателей, т.к. автор статьи дает их сам в своем материале. С точки зрения синтактики заголовки представляют собой предложения с перестановкой подлежащего и сказуемого, использованием вопросительных слов и разделительных вопросов в конце предложения. По мнению Э. Прасковой, вопросы делают заголовки привлекательными и цепляющими [5, с. 22]. Пример такого заголовка: Will Vladimir Putin's voting chances be hurt by cloistered wife's rumors? The Guardian (Пострадают ли предвыборные шансы Владимира Путина от сплетен заточенной в монастырь жены? The Guardian). Другой пример: Instead of playing war games in bunkers why not prepare Scotland for cold weather? The Guardian (Вместо того, чтобы играть в военные игры в бункерах, почему бы не подготовить Шотландию к холодной погоде? The Guardian).

Заголовки в форме повелительного наклонения. Согласно мнению Д. Кристала, синтаксически предложение в повелительном наклонении обычно не имеет подлежащего, а глагол находится в форме повелительного наклонения [2, с. 83]. Повелительное наклонение используется для того, чтобы дать кому-либо инструкции или приказания. По мнению Ф. Ходабандеха, такой заголовок представляет собой просьбу или совет [4, с. 99]. Подобного рода заголовки используются в газетах для убеждения читателя совершить какое-либо действие или не совершать его. Они часто встречаются в рекламе. Например: Tell the world we're trapped and living in hell, The Daily Telegraph (Скажи миру, что мы ловушке и живем в аду, The Daily Telegraph). Еще один пример: Stop blaming others for misfortune, says Archbishop of York in Christmas message, The Daily Telegraph (Прекратите обвинять других в несчастье, сказал Архиепископ Йоркский в рождественском сообщении, The Daily Telegraph).

Восклицательные заголовки. Они похожи на структуру специальных вопросов, начинающихся с Wh, однако отличаются от них тем, что не требуют перестановки глагола и существительного. Такие заголовки используются для выражения эмоций и чувств говорящего. Как утверждает Д. Кристал, они могут быть в виде целого предложения, отдельного слова или словосочетания [3, с. 219]. Иногда используется сокращенная структура, а глагол опускается. Например: Caught! Scottish skippers fined £720,000 overfishing fraud, The Independent (Осторожно! Шотландские капитаны оштрафованы на £720,000 за контрабанду, The Independent). Другой пример: Say it loud: We're Tory and proud! The Daily Telegraph (Говори об этом громко: Мы Тори и гордимся этим! The Daily Telegraph).

Следующим пунктом нашего исследования является определение соотношения частоты использования изученных функциональных типов газетных заголовков арабского и английского языков, отобранных в рамках данной работы, при помощи нижеследующей диаграммы:

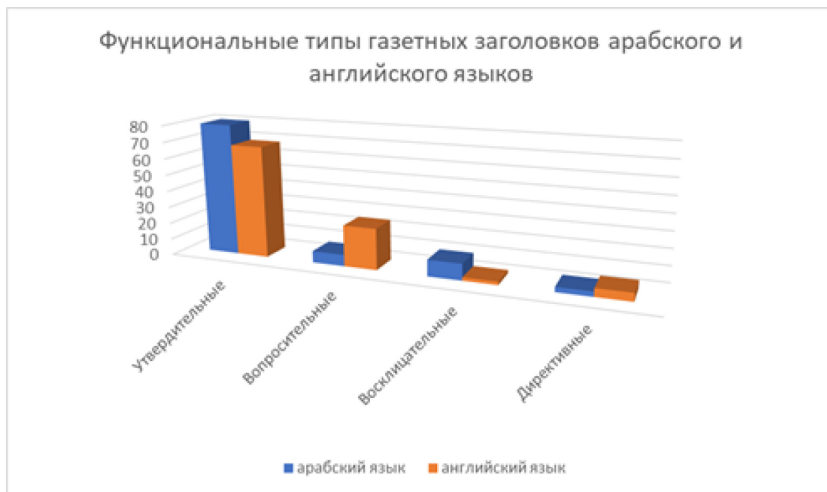


Рис. 1. Функциональные типы газетных заголовков арабского и английского языков

Проведенный анализ синтаксической структуры газетных заголовков арабского и английского языков позволяет утверждать, что среди

всех функциональных типов заголовков самым используемым является заголовок-утверждение как среди арабских газетных заголовков (80%), так и среди английских (68%). Это объясняется тем, что такой тип газетного заголовка позволяет передавать основную мысль обозначенной информации, сокращая второстепенные элементы в рамках выделенного места на печатной полосе с целью донесения до понимания читающей аудитории сути истории или происшествия. Вопросительные грамматические конструкции более используются в английских газетных заголовках (25%), в арабских газетных заголовках их было зафиксировано на уровне 7%, в то время как восклицательные грамматические конструкции преобладают в арабских газетных заголовках (10%), в английских заголовках они составляют 2%. Причиной этого является эмоциональность арабских авторов, которые при помощи постановки восклицательного знака пытаются выразить свое отношение к излагаемой в статье проблеме или происшествию. В свою очередь в английских газетных заголовках отдается предпочтение постановке вопросительного знака, с помощью которого происходит обращение к читательской аудитории и призыв задуматься над описываемой проблемой или событием. Процент директивных грамматических конструкций газетных заголовков английского языка составляет 5%, арабских – 3%. Примечательно, что в арабских газетных заголовках директивные конструкции выражаются в виде просьбы (метафорический приказ), в то время как для английских газетных заголовков характерно применение непосредственных инструкций с прямым указанием на совершение или несвершение определенного действия. Полученные результаты являются ограниченными ввиду невозможности охватить все газетные заголовки арабского и английского языков, однако в целом они отражают тенденцию использования изученных синтаксических конструкций, поэтому могут быть обобщены и рассмотрены в качестве типичных функциональных типов, характерных для газетных заголовков арабской и англоязычной прессы. В дальнейшем считаем необходимым увеличить количество исследуемых газетных заголовков для того, чтобы проследить сохраняется ли отмеченная в этом исследовании тенденция.

Список литературы

1. Arnold G.T. *Media Writers Handbook*. Boston: Times Mirror Higher Education Group, 1996. 100 p.
2. Crystal D.A *Dictionary of Linguistics and Phonetics*. 5th ed. Oxford: Oxford University Press, 2003(a), 555 p.
3. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of the English language*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2003b, 506 p.
4. Khodabandeh F. *The Linguistics Journal*. Vol. 2. No 1, 2007, pp. 91-127.
5. Praskova E. *Grammar in Newspaper Headlines*. Bachelor paper. University of Pardubice, 2009, 53 p.
6. Richardson, J. *Analyzing Newspapers*. London: Palgrave Macmillan, 2007, 261 p.
7. اللبان، شريف. فن الإخراج الصحفي. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع 1995، 299 ص
8. عبد العزيز، محمد حسن. دي سوسير رائد علم اللغة الحديث. القاهرة: دار الفكر العربي، 1989، 180 ص
9. عزت، محمد فريد. دراسات في التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية. جدة: دار الشروق، 1984، 472 ص
10. مروة، أديب. الصحافة العربية نشأتها وتطورها. بيروت: دار مكتبة الحياة، ط1، 1961، 264 ص
11. وافي، علي عبد الواحد، د.ت. علم اللغة. القاهرة: دار نهضة، ط9، 1985، 301 ص.
12. يوسف، جمعة سيد. سلسلة عالم المعرفة، عدد 45، 1990. ص. 59

Электронные ресурсы

13. Режим доступа URL: <https://www.informatiquecem.com/form/index.php?threads/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D8%B6-%D8%B4%D8%B1%D8%AD.495/> (дата обращения: 24.12.2019)

References

1. Arnold G.T. *Media Writers Handbook*. Boston: Times Mirror Higher Education Group, 1996. 100 p.

2. Crystal D. *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*. 5th ed. Oxford: Oxford University Press, 2003(a), 555 p.
3. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of the English language*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2003b, 506 p.
4. Khodabandeh F. *The Linguistics Journal*. Vol. 2. No 1, 2007, pp. 91-127.
5. Praskova E. *Grammar in Newspaper Headlines*. Bachelor paper. University of Pardubice, 2009, 53 p.
6. Richardson, J. *Analyzing Newspapers*. London: Palgrave Macmillan, 2007, 261 p.
7. Al-Liban, Sh. *Fannul Ikhraj Assuhufiy* [The Art of Press Production]. Cairo: Al-Arabiyy li-Nnashr wa-Ttawzee' Publ., 1995, 299 p.
8. Abdul-Aziiz, M.H. *Di-Suusiiir Raidu` ilmi Lluugha Alhadiif* [De Saussure Pioneer of Linguistics]. Cairo: Daarul Fikril Arabiy Publ., 1989, 180 p.
9. `izzat, M.F. *Diraasaat fi-Ttahriir As-Suhufiy fi Duui Ma`aalim Kuraan-iiyya* [Surveys on Press Editing in the light of the Quranic Milestones]. Jidda: Daarul Shuruuk Publ., 1984, 472 p.
10. Marwa. A. *As-Sihaafal Arabiyya Nashatuha wa Tatawwuruha* [Arabic Journalism Its Genesis and Development]. Beirut: Daarul Maktabatil Hayyat Publ., T1, 1961, 264 p.
11. Waafi, A.Ab-W. D. T. *`ilmu Lluugha* [Linguistics]. Cairo: Daarul Nnahda Publ., T9, 1985, 301 p.
12. Yusuf, J.S. *Silsilatu `alamil Ma`rifa* [Series of World Knowledge]. no 45, (1980): 59.

Electronic references

13. Muntada bi Asaatizal Ma`luumaatiyya [Teachers of Informatics` Forum]. Retrieved December 24, 2019 from <https://www.informatiquecm.com/form/index.php?threads/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D8%B6-%D8%B4%D8%B1%D8%AD.495/>

*Перевод названий арабских источников выполнен автором статьи / Translated by author of the article

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Набиуллина Василя Ринатовна, преподаватель кафедры филологии и страноведения
Российский исламский институт
ул. Газовая, 19, г. Казань, 420049, Российская Федерация
vasilya_zuhra@hotmail.com

DATA ABOUT THE AUTHOR

Nabiullina Vasilya Rinatovna, lecturer of the Department of Philology and Regional Geography
Russian Islamic Institute
19, Gazovaya str., Kazan, 420079, Russian Federation)
vasilya_zuhra@hotmail.com
SPIN-code: 7240-9715
ORCID: 0000-0002-4894-5025
Researcher ID: 551566