



Современный мусульманский мир. 2018. №2. ID 33

ISSN: 2587-6848

Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 69532 от 25.04.2017

Шайхуллин Тимур Акзамович

доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой филологии и страноведения, частное учреждение высшего образования «Российский исламский институт», г. Казань
ctimur2008@yandex.ru

Набиуллина Василя Ринатовна

преподаватель, кафедра филологии и страноведения, частное учреждение высшего образования «Российский исламский институт», г. Казань
Vasilya_zuhra@hotmail.com

УДК 809.27 (075.8)

СПЕЦИФИКА АРАБСКОГО ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА КАК ЯЗЫКОВОЙ ЕДИНИЦЫ И ЕГО ТИПЫ

В статье затрагивается специфика арабского газетного заголовка как языковой единицы. Также здесь представлены их типы в зависимости от различных выполняемых ими функций.

Ключевые слова: газетный заголовок, арабский язык, типы заглавий, функция газетного заголовка.

Лингвисты-исследователи всегда размышляли над особенностями заголовка как определенного явления речи. Существует несколько точек зрения, которых они придерживаются в своих исследованиях о лингвистической сущности заголовка.

Одна из этих точек зрения гласит, что заголовок не может иметь статуса предложения, и что предложением может быть языковая единица, имеющая соответствие себе в живой речи. Этой точки зрения придерживался А. А. Шахматов. Он говорил, что заглавия, вывески и тому подобные вещи не могут удовлетворять этому требованию, поэтому их следует исключить их синтаксического исследования [7, с. 15].



Современный мусульманский мир. 2018. №2. ID 33

ISSN: 2587-6848

Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 69532 от 25.04.2017

Другие ученые-исследователи, среди которых Н. Е. Бахарев [1, с. 222] и А. С. Попов [4, с. 95] делят заголовки на предложения и не предложения.

По мнению Н. Е. Бахарева, только те заголовки, которые представляют собой двусоставные и односоставные структуры глагольного типа могут считаться заголовками. Он считает, что основной признак предложения – это наличие в нем глагола [1, с. 222].

На сегодняшний день очень многие исследователи в области лингвистики и журналистики предлагают самые разнообразные классификации газетных заголовков, учитывая различные факторы.

Прежде всего, они выделяют три основных требования к заголовку:

- 1) информативность. Заголовок должен отражать основную идею статьи и содержать информацию о ней;
- 2) соответствие содержанию;
- 3) обладать выразительностью.

Э. А. Лазарева подразделяет заголовки по информативной функции на однонаправленные и комплексные. В однонаправленных заглавиях тема текста входит в состав его основной мысли, он соотносится с одним элементом смысловой структуры текста. В комплексных заголовках происходит соотношение сразу нескольких структурных элементов текста. Из этого мы можем сделать вывод, что степень информативности комплексных заголовков выше [2, с. 28].

Через заглавия передается усложненная информация, связь заглавий с текстом многообразна. За счет этого повышается выразительность текста. Часто в заголовках используется цитата, пословица или поговорка, известное выражение, относящееся или подходящее к содержанию текста. Многие ученые-исследователи, такие как В. Г. Костомаров, М. Шостак, Г. Я. Солганик, Е. А. Земская заметили значительное увеличение иронии и языковой игры. С ее помощью через омонимы и паронимы создаются каламбуры, используются цитаты, парадоксы, аллегории, смысловые контрасты, намеренное нарушение грамматических норм обыгрываются различными способами имена и фамилии.

Также важным аспектом при анализе заголовков признается соответствие их содержанию. По мнению Э. А. Лазаревой неясность или двусмысленность заголовка, а также его противоречие содержанию текста, приводят к возникновению ошибочных связей между заголовком и текстом.



Современный мусульманский мир. 2018. №2. ID 33

ISSN: 2587-6848

Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 69532 от 25.04.2017

Вопросы, связанные с выразительностью заголовков, анализируются через их грамматическое построение.

Арабские исследователи-лингвисты, среди которых Шуайб Халифи, Мухаммад Фикри, Джамиль Хамдауи выделяют несколько классификаций заголовков по различным параметрам [8, с. 15].

По их мнению, исходя из содержания текста, заголовки разделяются на заголовки-индикаторы и заголовки-указатели. Цель первого вида – помочь читателю найти нужное произведение среди остальных. Такие заголовки бывают короткими, состоящими из одного слова или выражения. Они нейтрально окрашены, читатель не может догадаться, о чем пойдет речь в произведении. Цель второго вида заголовков – дать сжатую информацию или намек читателю на содержание текста. Здесь можно сказать, что слова заголовка свидетельствуют о подробностях рассказа.

Доктор Иса Аль-Хасан упоминает 5 основных форм газетных заголовков в зависимости от расположения строк в заголовке и самого заголовка на странице:

1) Отдельно стоящий заголовок. Он располагается по всей ширине строки. Например:

(Salah fi `kaimat “forbs” li ahamm 30 shabban arabiyān)

2) Форма перевернутой пирамиды. Состоит из двух, трех или четырех строк, уменьшающихся в своей длине. Они все располагаются в середине строки. Например:

(Ar rais alasad yudashshinu mashruʿaat tanmawiya wa khidamiya)

(Al maʿhad assihhiy bikulfat 9 milyun lira)

(Mashfatul a`fal bikulfat 130 milyun lira)

(Maʿmal miyah assin 230 milyun lira)

3) Форма лестницы. Состоит из двух, трех или четырех строк одного размера, спускающихся вниз подобно лестнице. Например:

(Assisi li rais sharika “ini” al italiya)

(Natatallaʿu li iktishafaat al jadida fi majali `t`taka)

(Ladaikum furas waʿida fi majali `t`ta`ka)

4) Подвешенный заголовок. Состоит из двух, трех или четырех строк, самой длинной является первая строка, остальные равны между собой длиной чуть меньше газетного столбца. Например:



Современный мусульманский мир. 2018. №2. ID 33

ISSN: 2587-6848

Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 69532 от 25.04.2017

(Jaraim al internet hiya suda3 fi ra`s al alyam)

(Iktishafuha sa3b)

(Was saytara 3aleyha)

(Mustahila)

5) Заголовок, выравненный по одному краю. Состоит из двух, трех или четырех строк, все они начинаются с одного края, но имеют разную длину [10, с. 10].

А. Тертычный в своей работе предлагает классификацию заголовков исходя из степени их сложности:

1) Простой заголовок. Это утвердительное, вопросительное или восклицательное простое предложение, которое содержит законченную мысль. Он встречается в коротких информационных сообщениях, целью которых является информирование читателя о том, что произошло;

2) Усложненный заголовок. Он состоит из нескольких самостоятельных, логически завершенных частей, которые представляют собой законченную мысль, утверждение или вопрос, которые являются важными для понимания сути данного материала;

3) Заголовочный комплекс. Он включает в себя заголовок и подзаголовки [6, с. 80].

Некоторые исследователи, среди которых Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина, считают, что к таким комплексам относятся анонсы, рубрики, шапки, названия тематических полос и т.д. [3, с. 98].

По цели эмоционального воздействия на аудиторию они подразделяют заголовки на «интригующие», «страшные», «сногшибательные», «скандальные» и «интимные». Такие заголовки чаще всего используются в «желтой прессе».

Арабские исследователи в области журналистики разделяют газетный заголовок исходя из содержания материала на:

1) Новостной. Содержит в себе информацию о тексте, который он озаглавливает.

2) Сравнивающий. Представляет собой сравнение между различными мнениями, мыслями и утверждениями, делая предпочтение в пользу одного из них. Здесь дается некоторое описание подробностей, сталкиваются друг с другом две или более истин.



Современный мусульманский мир. 2018. №2. ID 33

ISSN: 2587-6848

Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 69532 от 25.04.2017

3) Заголовок-вопрос. Задается важный и насущный вопрос по актуальной теме. Не превышает объема одной строки.

4) Описывающий. Рисует картину в воображении читающего, которая описывает какой-то факт. Здесь используются сильные по воздействию слова, подталкивающие к прочтению материала.

5) Остроумный. Используется при описании новостного происшествия, используя языковые средства, которые заинтересовывают читателя к ознакомлению с предлагаемым материалом.

6) Критикующий. Занимает определенную позицию. Часто используется в журналистских репортажах и расследованиях.

7) Заголовок, состоящий из пословицы или известного мудрого выражения. Смысл этой пословицы или выражения известен аудитории и полностью совпадает с содержанием статьи.

8) Заголовок-цитата. Берется цитата из заявления какого-либо ответственного лица или личности, с которым была проведена встреча. Также может включать в себя аяты из Священного Корана, подходящие по смыслу с содержанием материала.

Исследователь Рашид Абу Райян в своей работе по анализу состава заголовков выделяет следующие виды:

1) Простой. Состоит из одного слова.

2) Комбинированный. Состоит из двух и более слов. В свою очередь комбинированный подразделяется на:

- комбинированный именем прилагательным (al fajr as saadiq);
- комбинированный изафетным словосочетанием (quraan al fajr, huquuq al insaan);
- комбинированный предикативной связью (al ilmu nafi3);
- комбинированный союзным соединением (al islam wa...) [5, с. 3].



Современный мусульманский мир. 2018. №2. ID 33

ISSN: 2587-6848

Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 69532 от 25.04.2017

Список использованных источников

1. Бахарев Н. Е. Структурно-функциональное развитие заголовков (на материале заголовков из газет и журналов за 1903–1907, 1935–1939, 1965–1970 гг.): дис. ... канд. филол. наук. Алма-Ата, 1971. 222 с.
2. Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Свердловск: Изд-во Уральского ун-та, 1989. 28 с.
3. Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Питер, 2008. 98 с.
4. Попов А. С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. М.: Наука, 1966. С. 95–126.
5. Рашид Абу Райян [Электронный ресурс]. – URL: http://www.ar4coll.com/2011/10/blog-post_21.html. (дата обращения: 05.03.2018)
6. Тертычный А. Заголовок – слово главное [Электронный ресурс] // Журналист. 2004. № 1. URL: <http://old.journalist-virt.ru/mag.php?s=200401801>. (дата обращения: 05.03.2018)
7. Шахматов А.А. Синтаксис русского языка. Вып. 1–2. Л.: Госиздат, 1925–1927. 212 с.
8. جميل حمداوي، السيميوطيقا و العنونة، عالم الفكر، المجلد 25 ، ع/ 3، تصدر عن المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الاداب، الكويت، 1997 ، ص 104.
9. عبد القادر رحيم، العنوان في النص الابداعي، اهميته وانواعه، جامعة محمد حيدر، مجلة كلية الاداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، بسكرة، الجزائر.
10. العنوان في الرواية المغربية)، للدكتور جمال بوطيب، مقال منشور في كتاب الرواية المغربية، أسئلة الحداثة، منشورات دار الثقافة، الدار البيضاء سنة 1996 ، و يوجد المقال في (12) صفحة.
11. النص الموازي في الرواية (إستراتيجية العنوان))، مقال للدكتور شعيب حليفي منشور في مجلة الكرمل الفلسطينية في واحد وعشرين صفحة، العدد 46 ، سنة 1996. ويعد في رأيي أول مقال درس العنوان دراسة تاريخية وبنوية بشكل جيد؛ وأهم مصدر استند إليه الدارسون في حديثهم عن العنوان.
12. عتبات النص: البنية والدلالة، للدكتور عبد الفتاح الحجمري، منشورات الرابطة، الدار البيضاء، طبعة 1996 ، وفيه يدرس صاحبه العنوان على ضوء رواية الضوء الهارب لمحمد برادة في ست صفحات من الحجم المتوسط.



Современный мусульманский мир. 2018. №2. ID 33

ISSN: 2587-6848

Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 69532 от 25.04.2017

Shaikhullin Timur

PhD, Professor, Head of Department Philology and Regional Studies, Russian Islamic Institute, Kazan

Nabiullina Vasilya

Teacher, Department Philology and Regional Studies, Russian Islamic Institute, Kazan

SPECIFIC PECULIARITIES OF ARABIC NEWSPAPER HEADLINE AS A LANGUAGE UNIT AND ITS TYPES

The article deals with the specificity of the Arabic newspaper headline as a linguistic unit. Also its types are presented here, depending on the various functions they perform.

Keywords: newspaper headline, Arabic language, types of titles, newspaper headline function.

© АНО СНОЛД «Партнёр», 2018

© Шайхуллин Т. А., 2018

© Набиуллина В. Р., 2018

Учредитель и издатель журнала:

Автономная некоммерческая организация содействие научно-образовательной и литературной деятельности «Партнёр»

ОГРН 1161300050130 ИНН/КПП 1328012707/132801001

Адрес редакции:

430027, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Ульянова, д.22 Д, пом. 1
тел./факс: (8342) 32-47-56; тел. общ.: +79271931888;

E-mail: redactor@anopartner.ru





Современный мусульманский мир. 2018. №2. ID 33

ISSN: 2587-6848

Свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77 - 69532 от 25.04.2017

О журнале

- ✓ Журнал имеет государственную регистрацию СМИ и ему присвоен международный стандартный серийный номер ISSN.
- ✓ Журнал является официальным изданием. Ссылки на него учитываются так же, как и на печатный труд.
- ✓ Редакция осуществляет рецензирование всех поступающих материалов, соответствующих тематике издания, с целью их экспертной оценки.
- ✓ Журнал выходит на компакт-дисках. Обязательный экземпляр каждого выпуска проходит регистрацию в Научно-техническом центре «Информрегистр».
- ✓ Журнал находится в свободном доступе в сети Интернет по адресу: www.islamjournal.ru. Пользователи могут бесплатно читать, загружать, копировать, распространять, использовать в образовательном процессе все статьи.

Прием заявок на публикацию статей и текстов статей, оплата статей осуществляется через функционал Личного кабинета сайта издательства "Партнёр" (www.anopartner.ru) и не требует посещения офиса.