

# **ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ**

## **ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛИСТИЧЕСКАЯ И СТРУКТУРНО-ГРАФИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ АРАБСКИХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ**

**А.Л. Спиркин**

Кафедра ближневосточных языков  
Военного университета МО РФ  
*ул. Волочаевская, д. 3/4, Москва, Россия, 111033*

Арабские газетные (журнальные) заголовки имеют ряд лингвостилистических особенностей, которые способствуют эффективному воздействию на восприятие читателя: употребление фразеологических оборотов, использование глаголов преимущественно в настоящем-будущем времени, оформление субъекта действия в начале предложения, своеобразное графическое расположение подзаголовков и др.

Газетно-публицистический стиль как один из функциональных стилей современного арабского языка (АЯ) имеет свои специфические особенности в оформлении заголовков публикуемых в газетах и журналах материалов. Стиль есть понятие, относящееся как к плану языка, так и к плану речи. Стиль языка выявляется в речи подобно тому, как язык в целом реализуется в речевых актах. В своем исследовании мы будем руководствоваться определением понятия «стиль», данным Ю.С. Степановым: «стиль языка или речи — это вид речи, употребляемый людьми в типовой общественной ситуации. Такие виды речи характеризуются, во-первых, отбором языковых средств из общенационального достояния (отбором слов, типов предложения, типов произношения), во-вторых, скрытым за этими средствами общим принципом отбора» [1].

Важнейшими функциями арабских газетно-журнальных материалов являются: социально-политическое воздействие и формирование общественного мнения [3].

Для газетно-публицистического стиля АЯ в качестве основных стилистических особенностей можно выделить экспрессивность, эмоциональность, патетичность, торжественность, взволнованность и т.д.

Данные особенности проявляются и в метаязыке заглавий газетных (журнальных) статей. Заголовок — это составляющая часть текста таких статей, один из элементов структуры, представляющий, на наш взгляд, интерес для изучения языка указанных статей в целом. Специфические черты газетного заголовка вытекают из его функционально-коммуникативной направленности: он должен привлекать внимание читателя своей информационной насыщенностью, оказать определенное эмоциональное воздействие используемыми в нем языковыми средствами [5]. Заголовок выполняет также и так называемую декоративную функцию.

Метаязык арабских газетных заголовков (АГЗ) — это своеобразная микросистема, способная передавать большое количество информации в малом объеме языкового материала. Элементы данной микросистемы определенным образом взаимосвязаны: с одной стороны, на нее воздействуют нормы современного арабского языка, а с другой — стилеобразующие факторы как экстралингвистического (эмоциональность, патетичность, экспрессивность и т.д.), так и внутриязыкового характера (принцип экономии языковых средств и т.д.).

Целью настоящего исследования является выявление специфики АГЗ и ее адекватное описание. Актуальность темы заключается в том, что вопрос о лингвистических особенностях метаязыка АГЗ освещен еще недостаточно полно, хотя эта структура в той ли иной мере затрагивалась в работах отечественных арабистов и представителей арабского национального языкознания. Для анализа были привлечены 1000 заглавий из арабских газет и журналов, в основном, стран Машрика. Исследование проводилось в синхронном плане. Данные, полученные в его результате, не являются абсолютными, так как любое количество заголовков не может охватить все стилевые жанры арабской периодической печати. Тем не менее они позволяют судить об общей закономерности функционирования АГЗ в арабской газете (журнале) и об общей тенденции лингвостилистического оформления заголовочных комплексов.

Функциональное назначение АГЗ обуславливает его лингвостилистические особенности. Здесь наиболее ярко проявляется принцип экономии языка — выбор тех конструкций, в которых формальное структурное сжатие тесно связано со смысловым слиянием компонентов. Этим достигается компрессия информации. Стремление в максимально сжатой форме передать основное содержание публикуемого материала выражается прежде всего в глубине заголовков. В среднем она равна пяти-семи словам. Количество слов, как отмечают некоторые исследователи, нередко находится в прямой зависимости от размера шрифта, хотя в этом случае необходимо провести грань между заголовками и подзаголовками, так как последние составляют обычно более расширенные конструкции [6. С. 93—94]. Одним из проявлений компрессии считается употребление аббревиатур.

Стилеобразующие факторы в АГЗ действуют особенно сильно, и требование компрессии информации оказывается особенно настоятельным, так как заголовок обычно включает наиболее существенные элементы информации, которая содержится в тексте. Это как бы скомпрессированный вариант заметки в одной фразе. Например, в газете «Ал-Ахрам» нами отмечена статья под заголовком *Lā* — «Нет».

Широкими возможностями краткой передачи смысловой информации обладают фразеологические единицы и устойчивые словосочетания: *Man yazrae ar-r ħ yaḥṣud al-ēāṣifa* — «Тот, кто сеет ветер, пожнет бурю» («Посеешь ветер — пожнешь бурю») («Ал-Ахбар»), *Rajaε bikhufay ħunayn* — «Возвратиться ни с чем» («Ахбар ал-Йаум»).

В АГЗ преимущественно используется форма «ал-мудариа», которая придает живость, способствует тому, что события как бы приближаются к читателю, усиливают его интерес к излагаемому. Это объясняется тем, что имперфект арабского глагола имеет широкий диапазон и может обозначать действие, отнесенное к любому времени, лишь бы это действие мыслилось как незавершенное [7]. Так, в заголовке: *‘Umda gazza yuhaddid bi al-istiḡāla iḥtijajān ‘alā ijrēāt al-qame* — «Мэр Газы угрожает отставкой в знак протеста против репрессивных мер» («Ас-Саура») форма «ал-мудариа» глагола *haddada* — «угрожать, грозить кому-либо, а с предлогом *bi* чем-либо» не связана с каким-либо конкретным моментом времени.

В то же время употребление других глагольных форм создает определенный эмоциональный заряд. Так, в заголовке *Sanuḥarir kull šibr min al-arādī al-muḥtalla* — «Освободим каждую пядь оккупированной территории» («Тишрин») использовано так называемое будущее время, формальным показателем которого является частица *sa*. В другом заголовке: *Muṭamar al-qimma al-‘arabiyya ‘akkada min jadīd da‘m al-bilād al-‘arabiyya liš-ša‘b al-‘arabī al-filasṭīnī* — «Совещание глав арабских государств подтвердило вновь поддержку этими государствами арабского народа Палестины» («Тишрин») применена форма прошедшего времени глагола *‘akkada*, которая вместе с наречием *min jadīd* «вновь» служит для передачи в определенной степени торжественности и патетики.

Сложные временные формы, а также сослагательное и усеченное наклонения глаголов малоупотребительны в газетно-журнальных заголовках. Их употребление носит, как правило, чисто стилистический характер: *An-nifāq lan yujdī amrikā wa a-wānihā* — «Лицемерие никогда не принесет пользы ни США, ни их приспешникам» («Ал-Джамахир»). При употреблении имени существительного в АГЗ отмечается тенденция к опущению определенного артикля, что объясняется также стремлением к экономии и языковых средств, и компрессией: *‘Uzla mutazāyada .. wa mukābara ḥamqā* — «Увеличивающаяся изоляция ... и упрямство глупцов», определенный артикль опущен («Ал-Ахрам»).

Требование в сжатой форме изложить основное содержание обуславливает употребление назывных конструкций, состоящих из имени существительного с различными определениями: атрибутивными и «изафетными» (согласованными и несогласованными определениями): *Šurūṭ isrāīl* — «Условия Израиля», *Ahdāf mukhaṭṭa wāšinṭūn al-jadīd* — «Цели нового плана Вашингтона», *Tarsikh rūḥ tadāmūn* — «Укрепление духа солидарности» и т.д. («Ал-Хаят»).

В АГЗ употребляется обычно такой порядок слов, при котором первоначальную позицию занимает подлежащее: *Yawm al-ard .. yawm al-intifāda* — «День

земли ... день восстания», *amrikā lan tafriḍ ‘alaynā šurūṭahā* — «Америка (США) никогда не навяжет нам своих условий» и т.д. («Ал-Кудс»). При этом нередко на первое место выдвигается ключевое слово, несущее ориентирующую информацию: оно обычно сообщает объект комментария, источник социально-политического события, а также указывает на государственного или общественного деятеля: *Dimašq: istifzāzāt wāšīnṭun mustamirra taḡṭiya lihazīmatihā fī al-‘irāq* — «Дамаск: непрекращающиеся провокации Вашингтона — прикрытие его поражения в Ираке». В таких конструкциях появляется глагол, вводящий чужую речь: *Khalīfa ban zāyid yu‘lin: az-ziyāra tahdīf ilā at-tašāwur wa ta-‘āwun*. — «Халифа Бен Заид заявляет: визит имеет целью консультации и укрепление двусторонних отношений» («Ал-Иттихад»).

В АГЗ употребляется лексика с различной речестилевой окраской: наименования государственных и общественных организаций, имена ответственных лиц, географические и другие названия, используемые в большинстве случаев в сфере официально-делового общения; общественно-политические термины: *Majlis ta-‘āwun bilād al-khālīj al-‘arabī* — «совет сотрудничества стран Персидского залива» (1) («Ал-Иттихад»).

Каждый газетный (журнальный) материал на арабском языке с точки зрения его структуры и принципов подачи информации имеет свою внутреннюю микроструктуру, основными элементами которой являются: текст сообщения (*al-jism*) и заголовочный комплекс (*al-‘anāwīn*). Заголовочный комплекс может состоять, в свою очередь, из ряда элементов: заголовков (*al-‘anāwīn*), надзаголовков и подзаголовков (*al-‘anāwīn al-far‘iyya*), вводных текстов (*aṣ-ṣadr*) [6. Р. 66].

Из сказанного следует, что заголовочный комплекс играет важную роль в успешном выполнении газетой своего коммуникативного задания, в достижении им высокой эффективности социально-политического воздействия на читателя. АГЗ должен по возможности отвечать следующим требованиям: содержать в себе полную информацию, иметь простую и краткую синтаксическую конструкцию; иметь броское и привлекательное графическое оформление; быть понятным и ясным для возможно большего числа читателей; не должен содержать непонятные слова, аббревиатуры и термины; соответствовать графическому стилю газеты (журнала); отвечать на вопросы: *man* «кто», *māzā* «что», *ayna* «где», *matā* «когда» [6. Р. 20].

В арабских газетах (журналах) существует ряд общепринятых принципов подачи информации в текстах. Первый принцип известен под названием «перевернутая пирамида» (*al-haram al-maqlūb*), когда основная информация подается в начале текста, постепенно снижаясь по своей значимости к конечной его части. Существует и другой принцип — так называемой «нормальной пирамиды» (*al-haram al-qāim aw al-mu‘tadil*), когда информация в тексте размещается в хронологическом порядке независимо от значимости, а в заключительной ее части содержится вывод или главная идея (*al-khulāṣa aw al-fikra ar-rāsiyya*) [6. Р. 85—90].

В газетных заголовках употребляется обычно такой порядок слов, при котором первоначальную позицию занимает подлежащее: *Ihtifālāt mukrrasa liš-ša'eb al-filasīnī* «Торжества в честь народа Палестины, «*Rūsiā lā ʿaduwwa liamrikā wa lā šadīkatuhā* «Россия не враг Америке (США), но и не друг» и т.д. При этом нередко на первое место выдвигается ключевое слово, несущее ориентирующую информацию: оно обычно сообщает объект комментария, источник общественно-политического события, а также указывает на государственного или общественного деятеля: *Dimašq: istifzāzāt wāšīnūn taḡṭiya lihazīmatihā fī al-ʿirāq* — «Дамаск: провокации Вашингтона — прикрытие его поражения в Ираке», *Al-asad: amrikā takhḏaʿ al-ʿarab* — «Асад: Америка (США) стремится подчинить арабов» («Тишрин»).

Зрительному восприятию содержания газетных и журнальных материалов способствуют графические способы репрезентации текста. К таким способам относятся: форма и размеры заголовка, расположение материала (заголовок или первое предложение на первой странице, а основной текст на другой странице), соотношение шрифтов, деление на абзацы, знаки препинания, типографские знаки. Все эти средства необходимы для того, чтобы сообщить читателю то, что в устной речи передается просодическими элементами, мимикой и жестами.

Способ подачи заголовка играет существенную роль в воздействии этих материалов на читателя, вот почему данной проблематике уделяется значительное внимание в работах арабских лингвистов [6. Р. 75—94]. Этому же способствует размер и цвет заголовка.

Важную роль в репрезентации текстов статей играют пунктуационные знаки, которые в последнее время все чаще помогают лучшей передаче эмоциональности и экспрессивности в книжно-письменном тексте. Стилистическая роль различных знаков препинания не одинакова. Например, насыщенность текста восклицательными знаками свидетельствует о высокой степени его эмоциональности. Иногда в вопросительных по форме предложениях содержится не вопрос, а утверждение. В этом случае вполне оправданной и логичной является постановка в конце предложения восклицательного знака: *Fahal kāna ḥukm al-thawra, ḥukm al-ʿakḥā' wa as-silbiyyāt!* «Разве революционная власть была властью ошибок и негативных действий?!» (Г.А. Насер), *hal naʿrif kayfa nuwaffiru al-ʿamn?!.. wa lā šayan!!* — «Разве мы знаем, как обеспечить безопасность?!.. Да ничего мы не знаем!» («Ас-Сафир»).

Восклицательный знак ставится также в заголовках, чтобы подчеркнуть их интонационную значимость. Для передачи эмоциональных пауз используются запятые, двоеточие, многоточие. Для отражения просодии на письме используются также и другие графические и пунктуационные средства: тире, вопросительный знак, точка, кавычки, квадратные скобки, различного цвета квадраты, нумерация абзацев, выделение частей высказывания и отдельных слов и выражений жирной, средней и тонкой чертой и т.п.

Размер и характер шрифтового оформления заголовков зависит от значимости и тематической направленности того или иного газетного материала. Кроме того, на размер и типографское оформление заголовков оказывают влия-

ние такие факторы, как место расположения материала на полосе (вверху, внизу, в середине; справа или слева; в правом или левом углу и т.д.), объем текста материала, формат полосы (большой, средний, малый), количество колонок (от 1 до 8), на которые будет сверстан заголовок, и размер их шрифта.

К материалу, сверстанному вверху первой полосы, заголовок набирается обычно более крупным шрифтом, чем к материалу, сверстанному внизу. Мелкий шрифт для многоколонных заголовков в арабских газетах не используется. Размеры заголовка зависят не от объема текста газетного материала, а от важности и актуальности этого материала. Газетный материал, помещаемый вверху первой полосы арабских газет, обычно имеет самый крупный по размеру заголовок. Заголовки-фразы, располагающиеся в две или три строки, набираются одним и тем же шрифтом, который различается иногда по жирности: верхняя строка — «шапка» — оформляется светлым, вторая и третья — полужирным шрифтом. Заголовок в три строки является обычным для арабских газет. В то же время газетный материал, помещаемый вверху первой полосы, имеет обычно заголовок, состоящий из трех и более строк, а также подзаголовки. Данный заголовок рассчитан по длине, как правило, на восемь колонок. Есть в арабских газетах заголовки на три колонки, обычным является заголовок на две колонки.

Подбор шрифтов в зависимости от числа колонок, на которые набирается заголовок, и формата полосы производится по специальным таблицам. При наборе заголовков иногда прибегают к почерку, отличному от почерка текста, что способствует лучшему зрительному восприятию. В этих целях используются почерки «ар-рукаа», «ад-дивани», «ал-фариси», «ал-куфи».

К расположению заголовков предъявляются следующие требования: они не должны быть один возле другого, а также располагаться вплотную к текстам; расстояние между строками заголовка должно быть пропорционально шрифту; заголовки должны быть выразительны, контрастировать с текстом материала; привлекать внимание читателя; иметь в достаточной мере «воздуха» (пустого пространства), чтобы облегчить зрительное восприятие. Одним из выделительных средств современной арабской газеты является цвет. Красочно оформленный номер вызывает у читателя определенное эстетическое чувство. Многокрасочная печать способствует индивидуализации графического образа газеты.

При рассмотрении особенностей цветового оформления любого газетно-журнального материала необходимо учитывать три следующих аспекта использования хроматических цветов (красный, зеленый и синий). Ими выделяются самые различные элементы газеты: заглавия, рубрики, заголовки текстов, наборно-графические средства. Некоторые арабские газеты прибегают иногда и к контрастному цветовому оформлению заголовков с помощью ахроматических цветов (белые буквы на сером, черном фоне).

По форме расположения заголовки могут быть самыми разнообразными:

— отдельный заголовок (*Al-ʿunwān al-mufrad*) — состоит из одной строки, которая заполняет по длине всю колонку или с некоторыми отступами:

*Ittifaqiyya jadida daʿamat niḍalanā* — «Новое соглашение поддержало нашу борьбу»;

— перевернутая пирамида (*Al-haram al-maqlūb*) — состоит из двух-трех, а иногда и четырех строк:

*Bayān ʿn ijtīmāʿāt  
mutamar dimašq  
lit-taʿlīm —*

«Заявление о конференции  
по образованию, состоявшейся  
в Дамаске»

*Ijtīmāʿāt al-ḥaraka al-waṭaniyya  
mustamirra litawḥīd  
al-ʿamal al-waṭanī —*

«Продолжаются собрания национального  
движения по объединению  
патриотических действий»;

— подвешенный заголовок (*Al-ʿunwān al-miʿallaq*) — состоит из строки, перекрывающей две или три строки, расположенных ниже первой и равных между собой по длине:

*ḥaqq mašrūʿ: lisūriā anna musāhamatuhā  
tā rīkhiyya al-kabīra  
fī taṭwīr munaẓẓamāt at-taḍāmun —*

«Законное право: У Сирии большой исторический вклад в организацию сотрудничества»;

— ступенчатый заголовок (*al-ʿunwān al-mutadarraj*) — состоит из двух или трех строк, равных по длине, но расположенных последовательным уступом или вправо, или влево:

*Al-mawqif al-ʿrabī  
risāla min al-ʿasad  
liʿamīr al-kuwayt —*

«Арабская позиция: послание Ал-Асада эмиру Кувейта»;

— заголовок, все строки которого имеют одно и то же начало строго по вертикали, но разную длину (*al-ʿunwān al-munṭalaq ilā al-yaṣār aw miwaḥḥad al-bidāya*) — состоит из нескольких строк:

*Ujūr zahīda wa sāʿāt aʿamal majāniyya .. limāzā?  
Jānib mulim min hayāt hāziḥi kayfa narāh?  
Eummāl al-makāwi lā yaʿrifūna ʿlat al-ʿusbūʿ*

«Зарплата ничтожная, а часы работы бесплатные... почему?»

«Чувствительная сторона трудящихся, как мы ее видим?»

«Рабочие-гладильщики (белья) не знают даже, что такое недельный отпуск»;

— заголовок, имеющий более или менее равную длину верхней и нижней строк и короткие строки в середине (так называемая промежуточная пирамидальная форма):

*Al-lajna an-niqābiyya lil-ʿāmilin  
biširkat al-ʿirāq al-ʿamma  
linšāʿ aṭ-ṭuruq  
tuhani  
Muʿtamar an-niqābāt as-sūriyya —*

«Комитет профсоюзов работников иракской компании по строительству дорог приветствует конференцию профсоюзов Сирии», причем слово «приветствует» помещено в центре всего заголовка;

— обычная пирамида (*al-haram al-‘ādī*) — состоит из нескольких строк, первая из которых короткая, вторая длиннее первой и так далее, используется для небольших заголовков и, как правило, для одной колонки:

*Maḥkama tal abīb*  
*tuṣḍir ḥikmān bisijñ filasṭīnī*  
*abū ḥaṣīra limuddat 23 šahrān*  
«Суд Тель-Авива вынес приговор  
палестинцу Абу Хасира  
23 месяца тюремного заключения»

*Intihā*  
*dawrat ar-rabī‘*  
*lilajnat naz‘ as-silāḥ*  
«Окончание  
четвертой сессии  
комитета по разоружению»

АГЗ обладает, как мы установили, рядом особенностей, имеющих систематический характер. В целом заголовку присуща особая ярко выраженная эмоциональность, чему в определенной степени способствуют расположение статьи (соответственно, расположение заголовка на полосе), цветовое оформление заголовка, его структура, направленная на то, чтобы данный заголовок сразу же привлекал внимание читателя, вызывал интерес к содержанию публикуемого материала. Не исключена возможность, что в особенностях стиля АГЗ намечаются некоторые тенденции дальнейшего развития АЯ в условиях массовой информации. Результаты и выводы могут быть успешно применены в методике преподавания арабского языка.

#### ПРИМЕЧАНИЕ

- (1) Топоним «Персидский залив» не отражает существа названия данного географического объекта, поскольку арабофонами он называется «Арабский залив». Тем не менее в русской и западноевропейской социально-политической и географической литературе этот залив принято называть «Персидским».

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Степанов Ю.С.* Основы общего языкознания. Изд. 2-е, перераб. — М.: Просвещение, 1975.
- [2] Ḥamza ‘Abd al-laṭīf. Al-Madkhal fī fann at-taḥrīr aṣ-ṣuḥufī. — Al-Qāhira, 1970. — P. 17.
- [3] Ḥamza ‘Abd al-laṭīf. Al-Madkhal fī fann at-taḥrīr aṣ-ṣuḥufī. — Al-Qāhira, 1970. — P. 133
- [4] *Аврасин В.М.* Характеристика текста и система стиливых черт // Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М.Гореза. Вып. 73. — М., 1973.
- [5] *Попов А.С.* Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка. — М., 1966.
- [6] *Adīb Khuḍūr.* Al-Khabar aṣ-ṣuḥufī. — Dimaṣq, 1972.
- [7] *Ковалев А.А.* Выражение категории времени в современном арабском литературном языке: Дисс. канд. ... филол. наук. — М., 1950.

**THE FUNCTIONAL-STYLISTIC  
AND STRUCTURE-GRAPHIC INTERPRETATION  
OF ARABIC NEWSPAPER HEAD-LINES**

**A.L. Spirkin**

Department of East Languages in Military University  
*Volochevskaya str., bld 3/4, Moscow, Russia, 111033*

The Arabic newspaper head-lines have many linguistic and stylistic features: using idiomatic speech phrases, the present-future tense of verbs, subject in the beginning of the sentence, availability of numerous head-lines and other features that have impression on readers understanding.