

8. The Independent. URL: <http://www.independent.co.uk>. (дата обращения: 17.05.2017).
9. The Times. URL: <https://www.thetimes.co.uk>. (дата обращения: 17.05.2017).

## **ЭЛЛИПСИС В ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТ (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКИХ ГАЗЕТ USA TODAY, THE NEW YORK TIMES, THE WASHINGTON POST).**

*Саламе А. Б.  
Амирханова К. М.*

*Статья посвящена вопросу использования эллипсиса в заголовках газет, написанных на английском языке. Проанализировано множество заголовков с данным явлением, выявлены наиболее эффективные и часто используемые виды эллипсиса.*

**Ключевые слова:** эллипсис; заголовки газет; эллипсис в публицистике.

*The article describes the usage of ellipsis in the headlines of newspapers written in English. A number of headlines with this phenomenon were analyzed, the most effective and often used types of ellipsis were pointed out.*

**Key words:** ellipsis, headlines, ellipsis in publicism.

Проблема эллипсиса всегда вызывала огромный интерес у лингвистов. Это объясняется тем, что именно в этой стилистической фигуре отразились многие основные вопросы языкознания: язык и мышление, соотношение логики и грамматики, формы и значения, теория предложения и т. д. К. Бюлер не зря назвал эллипсис «древней проблемой теории языка» [3]. На протяжении многих веков исследователи стремились объяснить данное явление, выявить его основные признаки, предложить классификацию эллиптических предложений в различных языках.

Эллипсис часто употребляется в письменной, а также в живой разговорной речи. В процессе общения друг с другом люди неизменно сталкиваются с потребностью как-либо сократить свои реплики, и причины тому могут быть самыми разными: собеседники торопятся рассказать интересную историю, сделать свою речь проще для понимания, или же просто хотят создать в разговоре неформальную обстановку.

Современное языкознание проявляет большой интерес к проблемам эллиптических предложений, которые могут возникать в устной разговорной речи, в произведениях художественной литературы и в технических текстах. Обзор теоретической литературы показал, что явление эллипсиса в языке начало широко изучаться лишь в 50 — 70 годах XX века. Первыми лингвистами, которые занялись изучением этого вопроса, были Ш. Балли, А. Мартине, А. Доза [2].

Само понятие «эллипсис» появилось в лингвистике еще с античных времен и уточняется до сих пор. Поэтому, для начала проведем анализ определений эллипсиса в английском языке, ведь подходов к его определению много. Как считает Ж. А. Голикова, «эллипсис» – пропуск в речи какого-либо легко подразумеваемого слова, члена предложения [1]. Л. Л. Нелюбин определяет эллипсис (эллипс), как стилистическую фигуру, заключающуюся в пропуске какого-либо подразумеваемого элемента предложения [4]. В данной статье мы приводим следующее определение эллипсиса: «Эллипсис – намеренный пропуск несущественных слов в предложении без искажения его смысла, а часто – для усиления смысла и эффекта» [1].

Одной из областей широко применения такого грамматического средства, как эллипсис, являются публицистические тексты, а именно заголовки статей.

Мы отобрали 200 статей из электронных версий популярных американских периодических изданий USA Today, The New York Times и The Washington post. Основным критерий отбора статей заключался в наличии эллипсиса в заголовке. Все просматриваемые статьи были ограничены временными рамками периода 2008-2016 годы.

Наиболее характерными для заголовков приемами упущения являются:

- Опущение глагола to be;
- Опущение артикля;
- Опущение подлежащего;
- Отсутствие вводящего глагола при цитировании.

Приведем примеры:

Рассмотрим случаи *опущения глагола to be*. Например, статья в New York Times, посвященная суду над убийцей британского актера Роба Кнокса, известного своим участием в фильмах о Гарри Поттере, была озаглавлена следующим образом:

*Harry Potter' actor's killer jailed for life.*

Данный заголовок представляет собой простое двусоставное предложение и относится к информационному виду заголовка, т.е. его цель – коротко сообщить о содержании статьи. Именно поэтому двусоставное предложение, которое неэкспрессивно по своей структуре, является наилучшим выбором, дающим более полное описание ситуации.

Слово *jailed* в данном заголовке выражено третьей формой глагола (причастием II), и, ознакомившись с содержанием статьи, можно сделать вывод, что данный заголовок находится в страдательном залоге (*Past Indefinite Passive*). Следовательно, глагол-связка “to be” здесь опущен. Другие, наиболее яркие примеры упущения глагола to be в заголовках приведены ниже:

*Eleanor Catton's new novel revealed as a pre-apocalyptic drama set in New Zealand* (опущение глагола to be перед revealed, Present Indefinite Passive), *The Washington post*.

*“Fat Leonard”*: *US admiral arrested in sex for secrets scandal* (опущение глагола to be перед arrested, Present Indefinite Passive), *The Washington post*.

*Iranian TV executive shot dead in Istanbul, Turkish media report, USA Today* (опущение глагола to be перед shot, Past Perfect Indefinite Passive)

*Why Russia still in love with Putin?* (Опущение глагола to be в форме is), *The New York Times*.

*“Contrived, vulgar and stupid”*: *Going in Style and the rise of the geriatric buddy movie.*

Заголовок статьи, посвященной выходу американского комедийного кинофильма режиссера Зака Браффа, повествующего о трех пенсионерах, желающих ограбить банк, можно перевести следующим образом: «Хитрый, пошлый и глупый»: «Уйти красиво» или *возрождение Бадди-муви про стариков*. Как мы видим, автор намеренно строит предложение определенным образом, избегая использования глагола to be.

Некоторые примеры опущения *артикля* представлены в следующих заголовках:

*Ivanka Trump is complicit in her dad's mission to get rich at US's expense* (опущение артикля the перед словосочетанием US's expense), *The New York Times*.

*“Real misery is in the countryside”*: *support for Le Pen surges in rural France* (опущение артикля the перед словосочетанием «real misery»), *USA Today*.

*Erdoğan is relishing this war of words with Netherlands* (опущение артикля the перед Netherlands), *The New York Times*.

*Holding to Boycott: greatest over ever, or just the most memorable?* (опущен артикль the перед прилагательного, которое находится в превосходной степени)

Заголовок последней статьи, посвященной британским игрокам в крокет, «носит» в своем заглавии типичный пример опущения артикля the перед прилагательным в превосходной степени (*The Superlative Degree*). По правилам английского языка, данное предложение должно было выглядеть следующим образом: *Holding to Boycott: the greatest*

*over ever, or just the most memorable?* Однако, его отсутствие не позволяет ошибиться в понимании смысла предложения, поэтому в заголовке его можно опустить.

Еще один пример опущения артикля, взятый из газеты USA Today:

*Apocalypse, how? A survival guide to end of the world.*

В данном заголовке «Как устроен апокалипсис? Гид по выживанию во время конца света» словосочетание *the end of the world* носит устойчивый характер. Так как конец света – явление уникальное, по правилам английской грамматики перед данным словосочетанием должен находиться определенный артикль. Однако автор статьи позволяет себе пренебречь артиклем и воспользоваться его опущением.

Примеров с опущением *подлежащего* немного, здесь представлены несколько вариантов:

В заголовке *Many Killed in Aleppo as Fierce Fighting Shatters Syria's Fragile Truce*, который переводится «В ожесточенных боях, разрушающих хрупкое перемирие, в Алеппо погибло много людей» пропущено подлежащее *people* и глагол *to be* (форма прошедшего времени “were”). В английском предложении всегда должны присутствовать подлежащее и сказуемое.

*Worried about North Korea? Spare thought for Otto Warmbier's family, The Washington Post*

*Should wait for the father of the unborn child to choose with his ex-wife? USA Today.*

Рассмотрим примеры **отсутствия вводящего глагола при цитировании**:

*Anne Hathaway: I regret not trusting female directors*

*Ms. Rabinyan: I refuse to let go of my instinct of being in contact with others' pain. The New York Times*

Цитаты часто подаются без вводящего глагола *says, tells, said, told..*

Среди видов эллипсиса в отобранных нами заголовках газетных статей наиболее частотным является опущение артикля – 132 статьи, что является 66% от общего числа рассматриваемых статей. Затем идет опущение глагола *to be*, из общего количества отобранных заголовков 54 соответствуют данному критерию, что составляет 27% от общего числа. Опущение подлежащего встречаются не очень часто – нами было найдено 12 примеров (6%) опущения подлежащего. И самым редко используемым видом эллипсиса оказалось отсутствие вводящего глагола при цитировании, всего два заголовка соответствовали данному критерию (1%).

Также мы провели сравнительный анализ популярности статей, изучив статистику просмотров на сайтах электронных вариантов газет, с использованием эллипсиса и статей, в котором не используется данное средство выразительности. Нами были отобраны самые просматриваемые статьи нейтрального содержания (исключающие сенсационные новости, которые могут вызвать больший интерес из-за своего содержания). Среди 40 самых популярных статей, 34 содержат эллипсис в заголовке. Статьи, содержащие в заголовке эллипсис, более популярны у читателей и имеют больше шансов быть прочтенными до конца, чем статьи, не содержащие данное средство выразительности.

И.С. Стам утверждает, что примерно 80 % читателей уделяют значительное внимание не столько содержанию прочитанного, сколько газетным заголовкам [5]. Именно поэтому эллипсис в названии заголовков играет важнейшую роль, ведь это первое, что видит читатель. В данной статье нами были выявлены наиболее эффективные виды эллипсиса, которые и помогают заголовку выполнить одну из его важнейших ролей – привлечь внимание читателя.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. — М.: Едиториал УРСС, 2007. 569 с.
2. Бархударов Л. С. Структура простого предложения современного английского языка – М.: ЛКИ,

2012. 200 с.

3. Бюлер К. Л. Теория языка. Репрезентативная функция языка. М.: Прогресс, 1993. 501 с.
4. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. 2 изд., испр. М.: URSS, 2012. 375 с.
5. Стам И. С. Язык газеты: учебное пособие по английскому языку / И. С. Стам. – Изд-во Московского ун-та, 1992. 71 с.
6. Официальный сайт the New York Times / URL <https://www.nytimes.com/>
7. Официальный сайт USA Today/ URL: <https://www.usatoday.com/>
8. Официальный сайт The Washington Post/ URL <https://www.washingtonpost.com/>

## **ВИДЫ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ВЫСТУПЛЕНИЯХ ПОЛИТИКОВ НА ПРИМЕРЕ ХИЛЛАРИ КЛИНТОН**

*Саляхутдинова А. Р.  
Шигапова Ф. Ф.*

*В статье рассматривается специфика речи политических лидеров на примере выступлений кандидата на пост президента США Х. Клинтон. Анализируются коммуникативные стратегии и тактики в официальных выступлениях.*

**Ключевые слова:** политический дискурс, предвыборная речь, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики.

*This article focuses on speech peculiarities of political leaders in the case of presidential candidate H. Clinton's reports. It holds the analysis of communicative strategies and tactics in official speeches.*

**Key words:** political discourse, election speech, communicative strategies, communicative tactics.

Выборы на должность президента страны – это особое событие, которое влияет на дальнейшее развитие государства. В погоне за успехом кандидаты прибегают к различным коммуникативным тактикам и стратегиям, другими словами уловкам, которые бы подняли их авторитет среди населения страны на высокий уровень. Иными словами, они целенаправленно манипулируют сознанием избирателей, дабы максимально расположить их к себе и подвести к желаемому результату, то есть убедить граждан голосовать за «лучшую кандидатуру». Получение власти ставит перед кандидатами на пост лидера страны ряд конкретных задач и целей, связанных со стремлением предоставить о себе максимально «достоверную» и полную информацию, наладить доверительные отношения с избирателями, вызвать у них наиболее положительные эмоции и в то же время отрицательные об оппоненте.

Итак, выделяют следующие тактики: 1) тактика восхваления; 2) тактика акцентирования отрицательной информации о сопернике; 3) тактика обещания; 4) тактика упоминания о профессиональном успехе, вкладе в развитии страны; 5) тактика признания наличия конкретных проблем, к решению которых стоит непременно приступить и т.д. В нашей статье мы проанализируем несколько скриптов речей кандидата на пост президента США в 2016 году Хиллари Клинтон.

Рассмотрим использование обозначенных стратегий и тактик на следующих примерах. 1) Тактика самовосхваления в рамках стратегии положительной самопрезентации: (1) As your Senator, I fought against racial profiling and the disparity in sentencing between crack and powder cocaine [3]. Будучи Вашим Сенатором, я боролась против расовой дискриминации и