

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*