

УДК 811.111 (075.8)

Л. Н. ФОМЕНКО,кандидат филологических наук,
доцент Академии маркетинга
и социально-информационных технологий**А. А. ХАЛАНСКАЯ,**кандидат филологических наук,
преподаватель Института начального и среднего
профессионального образования
Кубанского государственного университета**ЭЛЛИПТИЧЕСКОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ СИНТАКСИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ
С АРТИКЛЕМ В ЗАГОЛОВКАХ БРИТАНСКИХ ГАЗЕТ**

Исходя из того, что главной задачей заголовка газетной статьи является отражение краткого содержания текста, привлечение внимания читателя, авторы в качестве характерных черт газетного заголовка выделяют краткость и экспрессивность. Благодаря лексическим и грамматическим особенностям информация передается с помощью максимально сжатых фраз, в которых опущены все семантически второстепенные элементы, такие, например, как артикль.

Ключевые слова: газетный заголовок, артикль, синтаксические конструкции, эллипсис.

UDK 811.111 (075.8)

L. N. FOMENKO,candidate of Philological sciences,
associate professor of Academy of Marketing
and Social Information Technologies**A. A. HALANSKAYA,**candidate of Philology sciences,
teacher of Institute of Primary and Secondary
Professional Education of Kuban State University**ELLIPTICAL USE OF SYNTAX WITH THE WORD IN HEADLINES OF BRITISH NEWSPAPERS**

Assuming that the main task of the title of a newspaper article is a reflection of a brief text content, attracting the attention of the reader, the authors, as a characteristic of the newspaper header are brevity and expressiveness. Thanks to lexical and grammatical features the information is passed by extremely concise phrases, which omitted all semantically secondary elements, such as the article.

Key words: newspaper headline, article, syntax, ellipsis.

Особенности развития прессы Великобритании наложили яркий стилистический отпечаток на заголовки газетных статей, перевод которых, в силу их специфики, представляет известные трудности.

Заголовки в британских газетах «The Times» (ТТ), «The Independent» (ТИ), «The Irish Times» (ТИТ) и «Mail on Sunday» (МОС) играют весьма важную роль. Основная задача заголовка заключается в информационно-разъяснительной функции – сообщении читателю краткого содержания данной статьи, к этому добавляется цель привлечь его внимание, заинтересовать и иногда поразить его. Вследствие такой целенаправленности выработался особый стиль газетного заголовка, характерной чертой которого является краткость и экспрессивность лексических и грамматических составляющих его средств.

Заголовки, как правило, написаны «телеграфным языком», т. е. с помощью максимально сжатых, предельно лаконичных фраз, в которых опущены все семантически второстепенные элементы [1]. Вместе с тем, с целью обеспечения максимальной доходчивости, заголовки строятся на

базе общепотребительной лексики и простейших грамматических средств.

Отбор заголовков производился нами в соответствии с основными чертами газетно-журнальной разновидности публицистического стиля.

Высока частотность эллиптических предложений, легко поддающихся восстановлению. Как правило, в них опускаются артикли и личные формы вспомогательного глагола **to be** (быть): «*After 20 years, (the) Marines prepare for war again*» (20 лет спустя морские пехотинцы готовятся опять к войне), «*Three more (are) arrested over Huddersfield*» (Еще трое арестовано у Хадерсфилда); «*Saudi Arabia peace plan (is) in jeopardy, says Israel*» (План мирного урегулирования Саудовской Аравии (находится) в опасности, говорит Израиль) (ТИТ), «*Booker winner Roy (was) sent to prison for a day*» (Книжный победитель Рой был посажен в тюрьму на день), «*Four Canadians (are) killed in US 'friendly fire' attack*» (Четыре канадца уничтожены в США атакой «дружеского огня») (ТТ).

Сравнительный анализ заголовков показывает большую свободу и вариативность выбора

синтаксических конструкций в российских газетах. Сегментация и парцеллирование в английских заголовках отсутствуют, поскольку эти структуры относятся к выразительным ресурсам английского синтаксиса. Для англоязычных газетных заголовков свойствен синтаксический параллелизм, выражение темы и предиката номинативными сочетаниями, что диктуется как манипулятивными целеустановками, так и усилением информационного воздействия. К выразительным средствам английского синтаксиса относится эллипсис. Эллиптирование осуществляется за счет опускания сказуемого в целом или вспомогательных форм глагола-сказуемого, служебных слов, например артикля.

Употребление существительных с родовым определителем, нулевым или неопределенным артиклями обусловлено стилистическими различиями. Нулевой артикль чаще употребляется в разговорной речи.

Первое употребление связано со значениями соответствующих существительных, стилем высказывания и его территориальной сферой. Эти факторы часто взаимодействуют. Поэтому строгая классификация употребления нулевого артикля затруднена. Следует обратить внимание на то, что в названии газеты всегда используется определенный артикль.

Для наглядного примера рассмотрим две статьи, в заголовках которых употреблено слово *business*: Первая статья из газеты «*Doing the Business*» by *Poisin Ingle* (TIT) и вторая «*Setting Up a Business*» by *Ruth Sunderland* (MOS).

Для того чтобы понять значения употребления артиклей, обязательным является обращение к контексту, т. к. без более детального изучения статьи сложно определить выражение, сопровождающееся тем или иным артиклем.

Например, в первой статье «*Doing the Business*» слово *Business* упоминается 5 раз: 1 раз с неопределенным артиклем, 4 раза с нулевым артиклем и только в заголовке мы видим определенный артикль, стоящий перед данным словом.

Мы не будем рассматривать все предложения детально. Возьмем лишь некоторые из них. *The need for a solid structure within all business entities is «absolutely fundamental», according to Ms Angela Tripoli, a lecturer in Business Administration at University College Dublin. Необходимость в солидной структуре во всех деловых организациях является «весьма значимым» согласно заявлению миссис Анжелы Триполи, лектора Бизнес-администрации в колледже Дублинского Университета* [2].

В выражении *all business entitie* нулевой артикль обусловлен постановкой *all* вместо определенного артикля, т. к. слово *business* является определением исчисляемому существительному во множественном числе. В словосочетании *Business Administration* артикль отсутствует: при упоминании городских организаций и органов управления для британского английского характерно

употребление нулевого артикля, а для американского английского – определенного. И наоборот, если речь идет о существительных, обозначающих администрацию и органы государственного управления.

В предложении *Increasingly though, in the constantly evolving business environment. Хотя, в большей степени, в постоянном развитии делового окружения* [3] словосочетание *business environment* употреблено без артикля, т. к. вещественное существительное *environment*, такое существительное имеет определение, служащее признаком, по которому данное вещество выделяется в особый вид или сорт, т. е. определение является классифицирующим.

Во второй статье, «*Setting Up a Business*», слово *business* используется 10 раз: 7 раз с нулевым артиклем, 2 раза с неопределенным и всего лишь 1 раз с определенным. Хотя стоит заметить, что 5 раз *business* употребляется в значении подлежащего и 5 раз переводится определением.

Dylan Wilk had his own multi million pound business and could afford to retire. У Дилана Вилка был свой мультимиллионный бизнес, и он мог удалиться на покой [4].

В нескольких предложениях, где артикль не употребляется, следует сказать о том, что в категорию артиклей зачастую причисляют и притяжательные – *his own multi million pound business, his first business*, и числительные артикли – *Seven business units*.

Сравнивая два заголовка, можно сказать, что в предложении «*Doing the Business*» значение слова *Business* является обобщающим, определенный артикль выделяет его из класса ему подобных. В заголовке второй статьи, «*Setting up a Business*», постановка неопределенного артикля вызвана тем, что значение слова «*Business*» более широкое, т. е. классифицирующее.

Таким образом, употребление артиклей в заголовках газетных статей обусловлено не только основными правилами употребления артиклей, но и значениями соответствующих существительных, понимание которых зависит от окружающего его контекста, а также взаимодействием таких факторов, как принадлежность географическому положению и стилю периодических изданий.

В заголовках указанные языковые средства актуализируют прежде всего информативную функцию (так как заголовок передает основную мысль статьи в краткой, сжатой форме), рекламную (с помощью необычных оборотов, ярких эмоциональных слов автор стремится привлечь внимание читателя к статье), модальную и оценочную (отражены взгляды, мнения, позиция автора, выраженные им в использовании эмоционально-оценочной лексики и авторских новообразований) [5]. Реализация автором текста всех указанных функций свидетельствует о привлечении изданием манипулятивных стратегий [6].

Употребление лексико-грамматических, стилистических средств языка в заголовке связано с прагматической функцией заголовка, так как их актуализация проявляется в приспособлении лексических средств и синтаксических структур к конкретной коммуникативной цели высказывания, а также в индивидуально-авторском использовании этих средств [7].

Заголовки английских газет обнаруживают целый ряд особенностей, требующих специального подхода при их переводе.

Сравнительный анализ вышеупомянутых газет подтверждает: характерной чертой газетного заголовка является применение эллиптических конструкций, что придает заголовкам чрезвычайную сжатость и динамичность. Во многих примерах стремление придать заголовку интригующий, завлекательный характер приводит к тому, что он перестает выполнять свою информационную функцию, фактически не сообщая данных о содержании. В этих случаях необходимо при переводе прибегнуть к расширению заголовка за счет привлечения дополнительных подробностей из текста самой статьи.

Литература

1. Розенталь Д. Э. Стилистика газетных жанров. М., 2012. С. 98.

2. *Poisin Ingle*. Doing the Business // The Irish Times. 2014. № 7. P. 7.

3. *Poisin Ingle*. Doing the Business ...

4. *Ruth Sunderland*. Setting Up a Business // Mail on Sunday. 2014. № 10. P. 11.

5. Левицкая Т. Р., Фитерман А. М. Проблемы перевода, на материале современного английского языка. М., 2006. С. 65.

6. Узумова Л. М. Учись писать газету на английском языке. М., 2010. С. 81.

7. Левицкая Т. Р., Фитерман А. М. Проблемы перевода ... С. 45.

References

1. *Rozental Ye. D.* Stylistica gazetnyh zhanrov [Stylistics of newspapers' genres]. M., 2012. S. 98.

2. *Poisin Ingle*. Doing the Business // The Irish Times. 2014. № 7. P. 7.

3. *Poisin Ingle*. Doing the Business ...

4. *Ruth Sunderland*. Setting Up a Business // Mail on Sunday. 2014. № 10. P. 11.

5. *Levitskaya T. R., Fiterman A. M.* Problemy perevoda, na materiale sovremennogo anglijskogo yazyka [The problems of translation on the material of modern English]. M., 2006. S. 65.

6. *Uzumova L. M.* Uchimcyia pisat' gazetu na anglijskom yazyke [Learn to write newspaper in English]. M., 2010. P. 81.

7. *Levitskaya T. R., Fiterman A. M.* Problemy perevoda, na materiale sovremennogo anglijskogo yazyka ... S. 45.

