

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.7.37>

Супрун Анастасия Геннадьевна, Прохорова Ольга Николаевна

Когнитивные установки процесса эллиптизации в английском языке (на материале новостных текстов медиадискурса)

Цель исследования заключается в выявлении когнитивных характеристик процесса эллиптизации в новостных текстах медиадискурса в современном английском языке. В статье проясняются лингвистические и прагматические черты эллиптических конструкций в печатных, телевизионных, радио- и интернет-СМИ. Научная новизна исследования состоит в предложении нового подхода к исследованию эллипсиса, заключающегося в рассмотрении процесса эллиптизации с позиции когнитивных установок. В результате доказано, что механизмами порождения эллиптических конструкций в английском медиадискурсе выступают динамичность, спонтанность, манипулятивность и эмоциональность речи в зависимости от контекста и ситуации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2020/7/37.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 7. С. 194-197. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2020/7/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.7.37>

Дата поступления рукописи: 24.05.2020

Цель исследования заключается в выявлении когнитивных характеристик процесса эллиптизации в новостных текстах медиадискурса в современном английском языке. В статье проясняются лингвистические и прагматические черты эллиптических конструкций в печатных, телевизионных, радио- и интернет-СМИ. **Научная новизна** исследования состоит в предложении нового подхода к исследованию эллипсиса, заключающегося в рассмотрении процесса эллиптизации с позиции когнитивных установок. **В результате** доказано, что механизмами порождения эллиптических конструкций в английском медиадискурсе выступают динамичность, спонтанность, манипулятивность и эмоциональность речи в зависимости от контекста и ситуации.

Ключевые слова и фразы: эллиптические конструкции; эллипсис; новостные тексты; английский медиадискурс.

Супрун Анастасия Геннадьевна

Прохорова Ольга Николаевна, д. филол. н., проф.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

stukalova@bsu.edu.ru; prokhorova@bsu.edu.ru

Когнитивные установки процесса эллиптизации в английском языке (на материале новостных текстов медиадискурса)

Содержательная сторона языка все шире с каждым годом изучается в рамках прагмалингвистики, одна из причин данного интереса – выявление способов языковой экономии, встречающихся в текстах различных дискурсов. Английский язык постоянно развивается и приобретает новые характеристики, одна из которых – языковая экономия, проявляющаяся в эллиптизации предложений. Каждая эллиптическая конструкция является уникальной, так как ее дистинктивные характеристики раскрываются в каждой конкретной контекстуальной ситуации.

В силу контекстуальной обусловленности эллипсиса для его характеристики необходимо исследовать когнитивные характеристики данного феномена в каждом отдельном дискурсе. Одним из самых ярких и многогранных видов дискурсов является медиадискурс, так как он включает в себя репрезентацию живой речи, представленной в новостном формате.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью определения занимаемого места и значимости эллипсиса в языке медиадискурса. В ходе проведенного анализа работ по данной теме выявлено, что эллипсис почти не рассматривается в прагматическом аспекте в парадигме английского языка. В работе предложены варианты восполнения данного пробела на основе анализа примеров из различных новостных текстов.

Исходя из цели исследования, необходимо решить несколько **задач**: во-первых, проанализировать 4 вида новостных текстов с целью характеристики особенностей различных эллиптических конструкций. Во-вторых, выявить в результате анализа механизмы порождения эллипсиса (когнитивные условия возникновения) во всех видах новостных текстов медиадискурсов.

Материалами исследования послужили англоязычные статьи, опубликованные в периодических изданиях новостной направленности и интернет-ресурсах, а также телевизионные и радиовыпуски новостей. Для решения поставленных задач в работе применяются следующие **методы**: метод лингвистического описания на материале сплошной выборки рассматриваемых единиц из новостных текстов медиадискурса и метод внутриязыковой реконструкции, с помощью которого были восстановлены пропущенные слова в предложениях, подвергнутых процессу эллиптизации, в результате чего были выявлены примеры с наиболее яркими индикаторами этого языкового феномена.

Неоднозначное понимание эллипсиса в языкознании касается не только определения его сущности, но и языкового аспекта, к которому он относится. **Теоретической базой** исследования послужили работы в различных областях языкознания: в синтаксисе (Дж. О. Керм [8], А. И. Смирницкий [6], И. С. Кошкин [5]), в прагматике (Р. Стэйтон [18], М. М. Давыдова [2]), в семантике (М. А. К. Халлидей, Р. Хасан [11], А. Хайм, А. Кратцер [13]), в стилистике (И. Р. Гальперин [10], Т. А. Косачева [4]), в компьютерной лингвистике (Д. Хардт [12] и др.).

Практическая значимость исследования заключается в том, что раскрываемый в статье лингвопрагматический потенциал эллипсиса в медиадискурсе может быть использован в области прагмалингвистики, но более значимо данное исследование, на наш взгляд, для медиалингвистики, где необходимо детальнее изучать способы воздействия на реципиентов.

Как известно, в английской языковой парадигме “ellipsis” определяется как «пропуск языковой единицы». Разные исследователи, работающие в данной области, высказывают различные мнения по поводу определения эллипсиса и процесса эллиптизации. Обратимся к мнению ученых в области лингвистики университета Эссекса М. А. К. Халлидей и Р. Хасан, которые одни из первых начали глубокое исследование эллипсиса, они характеризуют эллипсис как «структурно необходимые пропущенные, но понятные из контекста языковые единицы» [11, р. 142]. А Р. Стэйтон и Р. Элугардо считают, что понятие эллипсиса легко

применимо к множеству различных понятий, о чем они говорят в книге «Эллипсис и не относящаяся к высказываниям речь» (“Ellipsis and nonsentential speech”) [9, p. 1].

Чаще всего понятие «эллиптическая конструкция» встречается на страницах исследований синтаксиса английского языка и определяется как структурно полное предложение с пропуском личного глагола или другой части речи, которые можно восстановить из контекста. В рамках прагматики Р. Стэнтон описывает синтаксический, семантический и прагматический эллипсисы и говорит о том, что не всегда возможно восстановить полное предложение посредством грамматического процесса, такого как эллипсис, но слушатель всегда способен осмыслить предложение посредством умозаключения [18, p. 36-37, 180]. В рамках семантики эллипсис определяется как когезивная категория, которая характеризует отношение смысла текста и его определения в языковой парадигме [11, p. 4-6]. В рамках стилистики И. Р. Гальперин использует термин «эллипсис» для обозначения структур, в которых есть отступление от традиционной структуры литературных предложений [10, p. 232]. Компьютерная лингвистика в лице Д. Хардта определяет эллипсис как невыраженную глагольную форму, хотя и абсолютно понятную из контекста, но для поиска использует автоматический поиск примеров в английских корпусах [12, p. 1].

Исходя из того, что выделяется эллипсис подлежащего, эллипсис сказуемого или вспомогательного глагола, а также эллипсис служебных слов (артиклей, предлогов и т.д.), можно утверждать существование процесса эллиптизации на каждом языковом уровне. Данные классификации эллипсиса положены в основу проведенного нами исследования текстов СМИ.

В связи с тем, что эллипсис рассматривается на материале медиадискурса, Е. Ю. Баженова выделяет два подхода к определению медиадискурса, первый – когнитивно-дискурсивный, характеризующий медиадискурс как «продукт массовой коммуникации, в результате появления которого происходит передача некоторого когнитивного содержания от авторов к читателям». Вторым подходом является функционально-коммуникативный, в рамках которого медиадискурс выступает «уникальным средством интерпретации и репрезентации реальности, что приводит к формированию у реципиента определенной картины мира» [1, с. 25, 39]. Медиадискурс реализуется при помощи «типичных языковых средств выражения содержания и текстовых форм для “упаковки” когнитивного содержания, которое формирует медийную картину мира читателя (слушателя, зрителя) и его отношение к окружающей действительности, поскольку в медиадискурсе информирование тесно связано с воздействием» [Там же, с. 39].

Помимо формирования картины мира дискурс СМИ также манипулирует мышлением и мнением читателей при помощи стратегии эмоциональности, создавая положительный или отрицательный образ какого-то человека (или события) [19, p. 21].

Опираясь на мнение Е. И. Шейгал, что медиадискурс является частью политического дискурса, так как он непосредственно связан с языком средств массовой коммуникации [7, с. 9-10], можно сделать вывод, что все СМИ имеют идентичные характеристики. Как известно, СМИ – «четвертая власть», выступающая потенциально независимой, самостоятельной и мощной силой. Тексты СМИ нацелены не только на предоставление сведений обществу, но и на манипуляцию им.

Таким образом, медиадискурс обладает следующими дискурсивными характеристиками, выраженными антонимиями:

- диалогичность/монологичность (реализуется в диалогической и в монологической речи);
- вербальность/невербальность (используются вербальные и невербальные средства общения);
- авторство/анонимность (авторство информации может быть указано или скрыто, также не стоит забывать о лжи, представленной чаще всего в жёлтой прессе);
- информативность/краткость (объем предоставленной информации может быть любой, также возможно наличие лишь цитат из-за рамок формата);
- институциональность/персональность (в тексте могут присутствовать выражения, характерные для определенного социального института, и при этом могут иметь личностный характер);
- реалистичность/виртуальность (представленная в рамках дискурса информация имеет место в конкретной жизненной ситуации, а впоследствии и в виртуальном пространстве).

Помимо этого, не стоит забывать о таких языковых особенностях, как наличие неполных предложений, аббревиатур, клише, риторических вопросов и восклицаний, синтаксического параллелизма, бессоюзия, парцелляции и эллипсиса.

Обращаясь к типам медиадискурса, Т. Г. Добросклонская даёт подробную характеристику 4 основных типов медиатекстов, а именно новости, информационная аналитика, публицистика, реклама. По ее авторитетному мнению в данном вопросе, каждый из них отличается смыслом сообщения и силой воздействия, но новости являются базовым текстом медиадискурса, так как у данной категории выделяются несколько отличительных особенностей:

- 1) выполнение информативной функции массовой коммуникации и функции языка – сообщение;
- 2) наличие «устойчивого соотношения формальных признаков текста и компонентов его содержания» в каждом виде трансляции – печати, телевидении, радио;
- 3) на семантическом уровне наличие микро- и макроструктур, что говорит о четкой тематической организации информации;
- 4) на языковом уровне наличие глобальной клишированности;

5) формирование культурно-идеологического контекста;

6) большое значение в средствах массовой коммуникации из-за высокой степени воспроизводимости и повторяемости [3, с. 60-62].

В основу нашего исследования легла классификация новостных текстов, предложенная Т. Г. Добросклонской, а именно новостные печатные, новостные телевизионные, новостные радио- и новостные интернет-средства массовой коммуникации.

Исходя из предмета нашего исследования, остановимся на анализе примеров эллиптических конструкций в медиадискурсе, которые встречаются во всех формах представления информации, о чем более детально будет сказано ниже. Например, эллипсис можно встретить в рекламном слогане:

“Not just real estate

Real life” [20, р. 7]. / «Не просто недвижимость – реальная жизнь» (здесь и далее перевод авторов статьи. – А. С., О. П.).

В рекламе естественный порядок языка модифицируется, формируется и стилизуется редактором в соответствии с целью рекламы. Для этого используемый стиль, лексика и даже семантическое рассмотрение языка рекламных слоганов, как в примере выше, показывают заметные вариации от общей разговорной или письменной формы языка.

Разберём лингвистические особенности новостных текстов, а также сделаем выводы о механизмах порождения эллипсиса в данных примерах медиатекстов, т.е. когнитивные установки, определяющие возникновение эллипсиса:

1) новостные тексты, представленные в журналах и газетах, отличаются четкой проработанностью материала, что приводит к наименьшей степени частотности эллипсиса, примеры можно обнаружить в заголовках статей:

“How democracy dies?” [Ibidem, р. 14]. / «Как умирает демократия?» – наблюдается эллипсис вспомогательного глагола – “How <does> democracy die?”, полностью восстанавливаемый из контекста предложения. Исходя из ситуации возникновения данного эллипсиса, можно сделать вывод, что его механизмом порождения выступают спонтанность, динамичность речи;

2) новостные телевизионные тексты представлены в регулярных выпусках новостей на различных американских и британских каналах:

“See? I can feel a little ridge there” [15]. / «Видишь? Мне кажется, там небольшой гребень» – в данном примере присутствуют эллипсис глагола (пропуск вспомогательного глагола do) и эллипсис подлежащего (you), полностью восстанавливаемые из ситуации общения. Механизмом порождения в данном примере выступают динамичность, манипулятивность и эмоциональность.

“Worst song possible plays as Trump tours mask plant” [14]. / «Во время визита Дональда Трампа на завод по производству масок играла худшая песня, которую только можно было сыграть» – в данном случае наблюдается эллипсис служебной части речи, а именно определенного артикля the перед worst (превосходной степенью прилагательного bad). В данном выражении эллипсис служебной части речи не влияет на восприятие смысла, а как механизм порождения можно обозначить динамичность, спонтанность речи;

3) новостные радиотексты схожи с телевизионными текстами, в основном встречаются в краткой и расширенной форме:

“We gotta get people back to work, we gotta get jobs, so my message and my colleagues’ – jobs, jobs, jobs” [17]. / «Мы должны вернуть людей к работе, мы должны получить рабочие места, таким образом, мой посыл, как и моих коллег, – рабочие места, рабочие места, рабочие места». В процессе восстановления эллипсиса подлежащего и сказуемого получается: “We gotta get people back to work, we gotta get jobs, so my message and my colleagues’ – <we> <gotta get> jobs, jobs, jobs”, изучив контекст данного выражения, можно сделать вывод, что механизмом порождения эллипсиса стали динамичность, спонтанность речи, послужившие возникновению эллипсиса;

4) новостные интернет-СМИ – тексты, представленные и распространяемые в Интернете, возьмем в качестве примера первые президентские дебаты Барака Обамы 3 октября 2012 года:

“Governor Romney, two minutes” [16]. / «Губернатор Ромни, две минуты» – в данном случае перед нами эллипсис подлежащего и сказуемого – “Governor Romney, <you> <have> two minutes”. Механизмом порождения в данном примере выступают манипулятивность и эмоциональность, проявленные в форме обращения.

Все выявленные механизмы порождения взаимосвязаны между собой, зависят от ситуации, контекста общения и вытекают из целей дискурса. Как нам известно, основной целью медиадискурса выступает воздействие на реципиентов, которое реализуется через экспрессивные средства речи, в частности с помощью эллипсиса.

Таким образом, мы приходим к следующим **выводам**. В ходе комплексного анализа всех новостных текстов медиадискурса – телевизионных, печатных, радио- и интернет-медиатекстов – было выявлено, что чаще всего эллипсис можно обнаружить в новостных телевизионных и интернет-СМИ. В свою очередь, в новостных радиотекстах, так же как и в обычных новостных текстах, представленных в журналах и газетах, не часто присутствуют примеры эллипсиса из-за максимальной подготовленности речи. К лингвистическим особенностям можно отнести превалирующий глагольный эллипсис, а также употребление эллипсиса в заголовках и диалогической речи, где значение превалирует над структурой высказывания.

Еще одним выводом является то, что к когнитивным установкам, выявленным в ходе исследования, можно отнести динамичность, спонтанность, манипулятивность и эмоциональность речи. Данные когнитивные

установки приводят к упущениям и пропускам – эллипсису, восстанавливаемому из ситуации общения или контекста, помимо этого, наличие эллипсиса никак не влияет на процесс осмысления текста или речи, скорее наоборот, помогает ощутить передаваемые эмоции.

Данные, полученные в результате исследования, расширяют представление о возможностях функционирования эллиптических конструкций за пределами системы, то есть в речи, и могут быть использованы при прагмалингвистическом анализе текста.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в более подробном изучении механизмов порождения эллиптических конструкций на материале политического, художественного дискурсов и сопоставительном анализе полученных результатов.

Список источников

1. **Баженова Е. Ю.** Дискурсивные стратегии представления информации в новостных текстах британских СМИ (на материале качественных интернет-газет): дисс. ... к. филол. н. Благовещенск: Амурский государственный университет, 2014. 182 с.
2. **Давыдова М. М.** Прагматические характеристики эллипсисов (на материале современного английского языка): автореф. дисс. ... к. филол. н. Курск, 2012. 22 с.
3. **Добросклонская Т. Г.** Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта; Наука, 2008. 202 с.
4. **Косачева Т. А.** The stylistic value of the elliptical constructions in mass media // Актуальные вопросы филологических наук: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2017 г.). Казань: Бук, 2017. С. 18-21.
5. **Кошкин И. С.** Явление синтаксической редукции в английском языке // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики: сборник научных трудов студентов, аспирантов и молодых учёных / Ульяновский государственный технический университет. Ульяновск: УлГТУ, 2012. С. 24-31.
6. **Смирницкий А. И.** Синтаксис английского языка. М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1957. 287 с.
7. **Шейгал Е. И.** Семиотика политического дискурса: дисс. ... д. филол. н. / Волгоградский государственный педагогический университет. Волгоград, 2000. 440 с.
8. **Curme G. O.** A Grammar of the English Language. Boston – N. Y.: Barnes and Noble, 1935. 508 p.
9. **Elugardo R., Stainton R.** Ellipsis and Non-Sentential Speech. Dordrecht: Springer, 2005. 260 p.
10. **Galperin I. R.** English Stylistics. М.: Высшая школа, 1977. 332 p.
11. **Halliday M. A. K., Hasan R.** Cohesion in English. L.: Longman, 1976. 374 p.
12. **Hardt D.** Verb Phrase Ellipsis: Form, Meaning, and Processing. University of Pennsylvania: Scholarly Commons, 1993. 182 p.
13. **Heim I., Kratzer A.** Semantics in generative grammar. Oxford: Blackwell Publishers, 1998. 324 p.
14. <https://www.bbc.com/news/av/world-us-canada-52554123/worst-song-possible-plays-as-trump-tours-mask-plant/> (дата обращения: 06.05.2020).
15. https://www.bbc.com/news/video_and_audio/headlines/51649247/how-making-a-violin-brought-these-two-together/ (дата обращения: 23.04.2020).
16. <https://www.nytimes.com/2012/10/03/us/politics/transcript-of-the-first-presidential-debate-in-denver.html/> (дата обращения: 23.04.2020).
17. <https://www.speaker.com/user/usa-radio-usa-radio-news-042520-hour-05/> (дата обращения: 23.04.2020).
18. **Stainton R. J.** Words and Thoughts. Subsentences, Ellipsis, and the Philosophy of Language. Oxford: Clarendon Press, 2006. 248 p.
19. **Teneva E. V.** Emotionalisation strategy as a means of manipulation in the British mass media discourse // Russian Linguistic Bulletin. 2018. № 3 (15). P. 19-22.
20. **The Economist.** 2018. June 16.

Cognitive Mechanisms of Elliptization Process in the English Language (by the Material of News Media Texts)

Suprun Anastasiya Gennadevna
Prokhorova Olga Nikolaevna, Dr
Belgorod National Research University
stukalova@bsu.edu.ru; prokhorova@bsu.edu.ru

The research objective includes identifying cognitive characteristics of elliptization process in the modern English news media discourse. The article describes linguistic and pragmatic features of elliptical constructions in electronic and print media. Scientific originality of the paper involves a new approach to studying ellipsis, where elliptization is considered from the viewpoint of cognitive attitudes. The conducted research allows identifying the following mechanisms of elliptical constructions formation in the English media discourse: dynamism, spontaneity, intentionality and emotionality of contextual speech.

Key words and phrases: elliptical constructions; ellipsis; news texts; English media discourse.