DOI: 10.17117/na.2015.08.1634

<http://ucom.ru/doc/na.2015.08.1634.pdf>

Поступила (Received): 17.08.2015

Ковальчукова М.А. Аббревиатура как средство графического воздействия в новостном анонсе

Kovalchukova M.A.
Abbreviation as means of graphic influence
in the news announcement

В статье рассматриваются аббревиатуры как графическое средство воздействия в новостном анонсе интернет-дискурса

Ключевые слова: медиадискурс, новостной анонс

In article abbreviations as a graphic lever in the news announcement of an Internet discourse are considered

Key words: media discourse, news announcement

Ковальчукова Мария Александровна
Кандидат филологических наук, доцент
Удмуртский государственный университет
г. Ижевск, ул. Университетская, 1

Kovalchukova Maria Alexandrovna
Candidate of Philological Sciences, Associate
Professor
Udmurt state university
Izhevsk, Universitetskaya st., 1

Новостной анонс в Интернет-дискурсе занимает особое место в дискурсивной структуре современных СМИ. Для жанра новостного анонса характерна специфическая реализация основных функций дискурса СМИ, *информативной и воздействующей*, что, в конечном счете, определяет стилевое своеобразие данного жанра. Специфика отбора и организации языковых и речевых средств в новостном анонсе обусловлена преимущественно функцией речевого воздействия. В качестве средств речевого воздействия в новостном анонсе могут использоваться аббревиатуры.

Необходимо отметить, что большинство исследователей считает аббревиатуры лексическим средством воздействия на адресата [1, 2]. Но, на наш взгляд, в новостном анонсе Интернет-дискурса они будут являться в первую очередь графическим средством воздействия. В анонсе не принято использование прописных букв, исключением являются аббревиатуры, они выделяются размером на общем фоне текстов анонса и тем самым привлекают внимание. Это характерно в первую очередь для инициальных, буквенных и графических аббревиатур.

Аббревиация как способ словообразования в различной степени свойственна разным сферам языка. Этот способ очень экономичен, а в СМИ принцип экономии рассматривается в первую очередь как экономия места на газетной полосе, эфирного времени.

Наиболее частотными в анонсе Интернет-дискурса являются буквенные, слоговые и частичносокращенные аббревиатуры. Но слоговые и частичносокращенные аббревиатуры не выполняют функцию привлечения внимания, поскольку графически не отличаются от остальных слов в анонсе. Наиболее продуктивным средством графического воздействия будут являться буквенные аббревиатуры, поскольку только данный тип аббревиатур выделяется на общем фоне новостного анонса.

По характеру информации аббревиатуры, функционирующие в анонсе, можно разделить на несколько групп:

- наименования центральных и местных органов управления, их отделов и спецслужб: МИД, ЦИК, МЧС, ГУВД, ВЦИОМ, ФСБ, ЦБ, МВД, СВР, ФРС, МО (32% от общего количества);

- географические и административные наименования: РФ, США, СССР, СНГ, ХМАО, УрАО, ДВ (27% от общего количества);

- наименования политического характера. К данной группе относят такие часто встречающиеся в новостном анонсе аббревиатуры, как ЕС, НАТО, СБ ООН, ПРО, ВТО, МАГАТЭ. Также к этой группе можно отнести наименования политических партий: ЕР, СР, КПРФ, ФНПР (16% от общего количества);

- наименования чрезвычайных ситуаций: ДТП, ЧП, ЧС (9% от общего количества);

- наименования спортивного характера: ФК, ЦСК, ЧМ, ЧЕ (8% от общего количества);

- наименования социально-бытового характера: СМИ, ТВ, ЕГЭ, МТВ, БМВ, АЭС, СИЗО, ФИО (8% от общего количества).

Данные группы аббревиатур отражают преимущественно политическую, экономическую и социальную сферы жизни. Необходимо отметить, что выделение в отдельную группу наименований чрезвычайных ситуаций вызвано необходимостью показать, что данная группа аббревиатур используется в анонсе чаще, чем спортивные или социально-бытовые. При этом в данную группу входят всего три аббревиатуры: ДТП, ЧП и ЧС.

Основным критерием при отборе аббревиатур является степень их известности. Это позволяет адресату без труда расшифровать их. Исходя из этого можно сделать вывод, что аббревиатуры новостного анонса рассчитаны в первую очередь на людей, постоянно находящихся в курсе событий. Об этом также свидетельствует высокий процент употребления аббревиатур, обозначающих социально-политические (16%), географические (32%) и административные реалии (27%).

В то же время ряд аббревиатур, используемых в анонсе, направлен на узкий круг адресатов, создавая тем самым оппозицию «свой/чужой». Например, использование аббревиатур ЧМ (Чемпионат мира), ЧЕ (Чемпионат Европы), ФК (футбольный клуб) рассчитано на футбольных болельщиков, а РПЦ (Русская Православная Церковь) на православных людей, следящих за событиями в церковной жизни.

- *Россияне опустились на третье место на ЧМ (ТАСС 16.04.2015);*
- *«Архиерейский Собор РПЦ пикетируют» (КМ-News от 23.06.2008).*

Буквенные аббревиатуры служат не только средством воздействия, но и используются для «облегчения» анонса:

– Самолет с членами кабинета министров Филиппин выкатился за пределы взлетно-посадочной полосы (*Эхо Москвы в Петербурге*) (17.01.2015)

– Самолет с высшими чинами Филиппин выкатился за пределы ВПП (*Вести.Ru*) (17.01.2015)

Также нами выявлено несколько примеров языковой игры, построенной на омонимии аббревиатуры и префикса.

– Вильнюс решил ПРОгннуться? (*Информационный портал Даугавпилса от 02.07.2008*);

– ПРОдавить Польшу (*РБК daily от 02.07.2008*).

В обоих случаях речь идет о создании противоракетного оборонного комплекса (ПРО) Соединенными Штатами Америки на территории Польши.

Так слова «прогннуться» и «продавить» создают иронический контекст, высмеивая желание Литвы и Польши действовать «в угоду» США.

Данный прием «контаминации с подгонкой под узуальные лексические единицы» [3, с. 15] при образовании аббревиатур-слов используется как прием языковой игры.

В отличие от текстов СМИ, где языковая игра с использованием аббревиатур (трансформация, иные расшифровки уже общеизвестных аббревиатур, сокращение фамилий и инициалов известных людей и т.д.) активно используется и открывает новые возможности для выражения своей мысли, в Интернет-дискурсе такой прием лишь затрудняет восприятие, требует от адресата дополнительного времени.

Таким образом, аббревиатуры в новостном анонсе не только экономят место (что является немаловажным для малых жанров СМИ), но и являются параграфемным элементом, позволяющим выделить информацию из общей массы, создавая определенный стимул для обращения к полному тексту сообщения в разных медиаисточниках.

Список используемых источников:

1. Бондаренко А.А. Способы передачи иноязычных аббревиатур в русском языке // *Русское языкознание*. Киев, 1990. Вып. 20. С. 25–30.
2. Васильев А.Д. Слово в российском телеэфире: очерки новейшего словоупотребления. М.: Флинта: Наука, 2003. 223 с.
3. Липатов А.Т. О словообразовательных возможностях аббревиатур // *Русский язык в школе*. 1987. № 5. С. 10–13.