

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОКРАЩЕНИЙ В ЗАГОЛОВКАХ БРИТАНСКИХ И БЕЛОРУССКИХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Введение. В условиях бурного развития информационно-коммуникативных технологий происходят существенные перемены в традиционных СМИ — в печати, на радио, телевидении.

Язык СМИ постоянно меняется, отвергая старые нормы и создавая новые. Первое, с чем сталкивается читатель при знакомстве с любым произведением, в том числе и с газетной публикацией, — это заглавие. Заголовки в качественных газетах отражают закон экономии пространства, что приводит к частому использованию в них сокращений [1]. Способность грамотно оценивать происходящие события в мире или отдельно взятой стране не только с точки зрения авторов газетных публикаций, но и предьявляя свое собственное мнение на происходящее, не боясь быть непонятым, определяет актуальность исследования [2].

Объектом исследования является газетный заголовок современных печатных британских и белорусских изданий. Предметом исследования являются способы сокращения в газетных заголовках современных печатных британских и белорусских изданий. Цель исследования заключается в проведении сравнительного анализа сокращений в газетных заголовках британских и белорусских СМИ. Для достижения цели поставлены следующие задачи: 1) провести выборку заголовков британских газет “The Times”, “The Daily Telegraph”, “The Guardian”, “The Daily Mail” и заголовков белорусских газет «Беларусь сегодня», «Знамя юности»; 2) Составить общую классификацию моделей сокращений в заголовках газет; 3) провести сравнительный анализ моделей сокращений на материале заголовков газет Великобритании и Беларуси.

Научная новизна исследования, на наш взгляд, заключается в том, что совместно с учащимися гимназии студенты университета сделали попытку научного анализа современных СМИ Великобритании и Беларуси по частотности моделей сокращений в заголовках английских и белорусских газет. Исследование проводилось на базе ежедневных номеров онлайн-изданий газет “The Times”, “The Daily Telegraph”, “The Guardian”, “The Daily Mail”, работающих в Сети, а также белорусских печатных изданий «Беларусь сегодня», «Знамя юности». В ходе исследования мы обращались к работам ведущих отечественных и зарубежных лингвистов: И. В. Арнольд, Э. А. Лазаревой, И. Р. Гальперина, Дж. Каррана и Дж. Ситона, В. И. Даля, С. И. Ожегова, Д. Н. Ушакова, составителя энциклопедического словаря СМИ А. А. Князева, а также составителей словарей акронимов, инициализмов, аббревиатур и символов Ф. Б. Маттиа [2; 5—7].

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты, полученные в ходе анализа заголовков и функционирования в них моделей сокращений, могут быть полезны для повышения языковой компетентности учащихся, пополнения знаний о разнообразной культуре стран изучаемого языка, формирования политической культуры и привития любви к чтению СМИ, не боясь трудностей при понимании заголовков и текстов британских и русскоязычных газет.

Основная часть. В данном исследовании рассматриваются основные модели сокращений в заголовках, характеризующих газетный стиль, свойственный печатным изданиям Британии и Беларуси. Таким образом, сравнительному анализу подлежат три основные группы аббревиатур: аббревиатуры инициальные (акронимы), аббревиатуры-усечения, свойственные газетному стилю, и другие модели сокращений, включая модели сокращений, выделенные дополнительно, которые, по мнению авторов работы, являются нормой для каждого из двух языков, воплощающих свои особенности [3; 4]. Методом сплошной выборки проанализировано 3 978 заголовков британских СМИ, 4 024 заголовка белорусских СМИ и выявлено 788 сокращений (таблица 1).

Т а б л и ц а 1 — Классификация моделей сокращений аббревиатур с усечениями по частотности в заголовках современных британских СМИ

Тип аббревиатуры (с усечением части слова, слога, словосочетания)	Количество, %
Имена, слова “company”, “corporation”, “championship”	258 (32,74)
Телескопные слова (апокопы, синкопы)	165 (20,93)
Другие аббревиатуры (Mr., PM., MP., ТВ, HQ, Dr, TV, Ex-PM, iPad, iPhone)	88 (11,16)

Исследование показало, что самой продуктивной моделью сокращений в британских заголовках являются аббревиатуры-усечения, т. е. сокращения с усечением (опущением) имен собственных и усечением (опущением) слов “company”, “corporation”, “championship” и других названий — 258 (32,74 %). Менее продуктивными моделями выступают телескопные слова — 165 (20,93 %).

Приблизительно такую же частотность использования имеют аббревиатуры-акронимы (названия организаций, банков, компаний, офисов) — 154 (19,54 %). Непродуктивными выявлены инициальные аббревиатуры (имена, фамилии) — 64 (5,58 %). Самой продуктивной моделью сокращений в белорусских заголовках являются заголовки со знаком «-» — 174 (33,65 %), менее продуктивными — инициальные аббревиатуры из прописных букв — 142 (27,47 %).

Почти одинаковую позицию занимают аббревиатуры-усечения с опущением имени, фамилии и других названий — 66 (12,76 %) и сложносокращенные слова — 62 (12 %). Непродуктивными моделями сокращений являются сложносокращенные смешанные слова — 5 (0,77 %).

Результаты анализа моделей сокращений в британских и белорусских печатных изданиях классифицированы и представлены в диаграммах и гистограммах. Выявлены и сопоставлены наиболее продуктивные модели сокращений в выборке заголовков британских и белорусских СМИ: аббревиатуры-усечения (телескопные слова) в британских заголовках и сложносокращенные слова в заголовках белорусских печатных СМИ с одной стороны и инициальные аббревиатуры (акронимы) в британских и белорусских заголовках — с другой.

Исследование показало, что количество моделей с усечениями (телескопные слова) приблизительно одинаково (20,93 % в британских СМИ, 20,5 % в белорусских СМИ) по количественному составу; по качественному составу преобладают сокращения с усечением финальной части в британских онлайн-изданиях, а в белорусских СМИ — заголовки с усечением первого слова. В заголовках британских СМИ преобладают телескопные слова (апокопы, синкопы) в области экологии, экономики, бизнеса, культуры. Например: *ecotecture <ecological architecture, typo < typography, the Merc < Mercedes, assn. < association, petrofac < petrolium + factory.*

Подобно вышеуказанной модели, белорусские СМИ изобилуют сложносокращенными словами и сокращениями с усеченной частью в областях экономики, политики, культуры и науки. Например: *господдержка, агрогородок, велопробег, энергоресурсы, авиатопливо, горисполком, Газпром.*

Количество инициальных акронимов в заголовках белорусских печатных изданий составило 27,47 %, что приблизительно на 8 % больше инициальных сокращений — акронимов (19,54 %) в британских онлайн-изданиях. Данные сокращения широко представлены в областях образования, экономики, политики в белорусских СМИ: *БГУИР, МИД, СНГ, СМС, ЕРИП, АЭС, БГУ, ЕС, ЖКХ, ПА ОБСЭ, ОДКБ.* Подобное сходство имеет место и в заголовках британских онлайн-изданий.

Рассмотренные выше основные модели сокращений не исчерпывают всего многообразия сокращений, встречающихся в заголовках британских газет. Фактически в них можно встретить сокращения любых слов или словосочетаний, иногда довольно неожиданные.

В ходе исследования мы обнаружили модели разнообразных слов в заголовках британских изданий, которые трудно было отнести к какой-нибудь определенной модели сокращений из-за отсутствия перевода в словаре или многозначности сокращенной модели — инициальной аббревиатуры, имеющей более 100 значений, таких как *AAA, ABC, ACS, ARC, CAP, DOC, SAS, MAC, SMS, COM, BUFF, SME.* Нами были проанализированы способы сокращения, давно вошедшие в употребление и понятные носителям языка, которые не объясняются в тексте. Подобные варианты сокращений представлены также в белорусских печатных СМИ. Например: *UNESCO — United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; NASA — National Aeronautics and Space Administration; ООН — Организация Объединенных Наций, АЭС — Атомная электростанция, СНГ — Союз независимых государств, БГУ — Белорусский государственный университет.*

Заключение. Тема исследования вызвала интерес, так как мы получили возможность быть в курсе ежедневных онлайн-новостей в политической, спортивной, экономической жизни Великобритании, США, Украины и других стран. Результатом нашего исследования послужило создание двух номеров англоязычной газеты “Gazetka News” ГУО «Гимназия № 5 г. Барановичи» и одного номера информационной газеты совета самоуправления «Студенческий Вестник», отображающих актуальные события в жизни учащихся гимназии и студентов университета. Знания, полученные в ходе исследования, облегчат общение с носителями английского языка во время стажировок, туристических поездок, обучения в Англии и англоговорящих странах, будут способствовать формированию политической культуры и привитию любви к чтению СМИ, не боясь трудностей при понимании заголовков и текстов британских и русскоязычных газет.

Список цитируемых источников

1. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — Изд. 5-е, стереотип. — М. : Слово, 2007. — 240 с.
2. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / В. И. Даль. — М., 1979. — 553 с.
3. Батурич, Ю. Н. Закон о СМИ: на перекрестке веков и мнений [Электронный ресурс] / Ю. Н. Батурич, М. А. Федотов, В. Л. Энтин. — 2004. — Режим доступа: kanctorg.ru/book-150331-19.html. — Дата доступа: 04.10.2018.
4. Прохорова, К. В. Газетный заголовок: проблемы и функциональные возможности / К. В. Прохорова. — М. : Академия, 2005. — 134 с.
5. Энциклопедический словарь СМИ. Журналистика и лингвистика, коммуникативистика и право, история журналистики и технологии et cetera: дефиниции, термины, концепции, справочные материалы [Электронный ресурс] / гл. ред. А. А. Князев. — Бишкек : Изд-во КРСУ, 2002. — Режим доступа: Evardist-Nawwww.evartist.narod.ru/te/16/069htm. — Дата доступа: 04.10.2018.

6. *Mattia, F. B.* Elsevier's Dictionary of Acronyms, Initialisms, Abbreviations and Symbols [Electronic resource] / F. B. Mattia. — 2nd Edition. — Mode of access: store.elsevier.com. — Date of access: 18.09.2018.

7. *Curran, J.* Power Without Responsibility: The Press, Broadcasting, and New Media in Britain [Electronic resource] / J. Curran, J. Seaton. — Mode of access: bookfi.org. — Date of access: 12.10.2018.

УДК 800

А. О. Жидолович

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ КОНВЕРСИИ В ТЕКСТАХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Введение. Развитию любого языка способствуют видоизменения его словообразовательной функции: образование новых моделей слов, трансформация уже существующих, а также иные аспекты и особенности словообразовательного процесса.

Исследование конверсии весьма актуально в настоящее время, так как данное явление является одним из важных способов словообразования в разных языках. Отечественные и зарубежные ученые, среди которых А. И. Смирницкий, В. Н. Ярцева, И. В. Арнольд, Т. С. Бочкарева и др., уделяли изучению конверсии много внимания, однако проблема использования конверсивов в текстах разной функциональной направленности остается недостаточно раскрытой.

Актуальность выбранной темы определяется необходимостью выявления специфики словообразовательной системы английского языка и рассмотрения особенностей применения конверсии в материалах средств массовой информации.

Объектом изучения являются слова, образованные способом конверсии в английском языке.

Цель исследования заключается в определении особенностей конверсивов в английском языке, использованных в текстах средств массовой информации.

При выполнении исследования использованы *методы* деривационного и контекстуального анализа.

Основная часть. Конверсия — это безаффиксальный способ словообразования, в результате действия которого образуется категориально отличное слово, совпадающее в некоторых формах с исходным словом [1, с. 41]. Г. Марчанд выделяет следующие разновидности конверсии: существительное — глагол (N — V); прилагательное — глагол (Adj — V); междометие — глагол (Int — V); наречие — глагол (Adv — V); глагол — существительное (V — N); прилагательное — существительное (Adj — N); существительное — прилагательное (N — Adj) [2, с. 109].

Определенный интерес представляло изучение эффективности использования конверсии средствами массовой информации. В ходе исследования было выявлено, что в текстах средств массовой информации использованы следующие конверсионные модели:

– существительное — глагол (N — V). Данная модель конверсии реализована в 112 лексических единицах: *influence — to influence; benefit — to benefit; challenge — to challenge;*

– прилагательное — глагол (Adj — V). 7 лексических единиц образованы согласно данной модели: *dry — to dry; free — to free; secure — to secure;*

– междометие — глагол (Int — V). 1 лексическая единица образована переходом междометия в глагол: *OK — to OK;*

– глагол — существительное (V — N). 34 лексические единицы сформированы по данной модели конверсии: *to polish — a polish; to experience — an experience; to decline — a decline;*

– прилагательное — существительное (Adj — N). 3 лексические единицы образованы при помощи данной модели: *dark — the dark; graphic — a graphic; deep — a deep;*

– существительное — прилагательное (N — Adj): *secret — secret.*

В ходе анализа были выявлены наиболее частотные конверсивы, упоминаемые в англоязычных публицистических текстах журналов и газет. Примечательно, что данные лексические единицы преимущественно используются в новостях, связанных с политикой.

1. *Dispute* — существительное, образованное от глагола *to dispute*. Лексическая единица была выявлена в 3 статьях: *FHA to reject borrowers in minor credit disputes. Unite Govt is politically changing fuel dispute. USAID's work in promoting the rule of law in developing and transitional societies over the last decade has led to an interest in the use of alternative dispute resolution, or "ADR."*

2. *Attack* — существительное, образованное от глагола *to attack*. Лексическая единица была выявлена в 5 статьях: *Israel blamed for Syria airfield attack. Russian representative Vassily Nebenzia said the alleged attack was staged. Russia heavily responds to US attack on Syria. The cause was initially thought to be*