



УДК 811.161.1'366

## Аббревиатуры как ключевые элементы социокультурного пространства в современных медиатекстах

В. Е. Замальдинов

Замальдинов Владислав Евгеньевич, кандидат филологических наук, независимый исследователь, zvlad-nn@yandex.ru

В статье рассматриваются аббревиатуры как ключевые элементы социокультурного пространства в языке СМИ. Особое внимание уделено следующим языковым единицам как исходным лексемам: ИГИЛ, ВАДА, СМИ, ОПЕК и др. Автором показано, что от-аббревиатурные наименования отражают актуальные явления, значимые для жизни российского общества, выполняют экспрессивную и воздействующую функцию.

**Ключевые слова:** аббревиатуры, ключевые элементы социокультурного пространства, новообразования, язык СМИ, способы словообразования.

### Abbreviations as Key Elements of Social and Cultural Space in Contemporary Media Texts

V. E. Zamaldinov

Vladislav E. Zamaldinov, <https://orcid.org/0000-0003-4513-3571>, independent researcher, zvlad-nn@yandex.ru

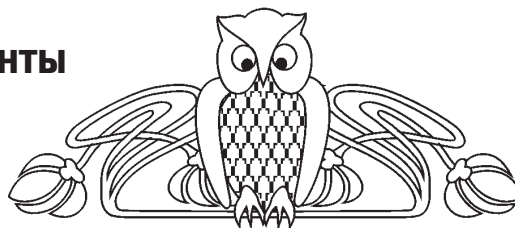
The article considers abbreviations as key elements of social and cultural space in the language of mass media. The paper closely focuses on the following language units as the initial lexemes: IGIL (ISIS), WADA, SMI (mass media), OPEC etc. The author shows that abbreviated names reflect currently relevant phenomena in the life of the Russian society, and perform an expressive and influencing function.

**Keywords:** abbreviations, key elements of social and cultural space, neologisms, language of mass media, ways of word formation.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2020-20-1-35-38>

Для каждой эпохи характерны свои ключевые слова – лексемы, которые отражают актуальные явления и несут концептуальную информацию. В лингвистических работах встречаются различные обозначения данного понятия: «ключевые элементы социокультурного пространства» (В. Е. Замальдинов), «высокочастотные слова» (Е. А. Земская), «концептуальные слова» (Г. Я. Солганик), «ключевые слова текущего момента» (Т. В. Шмелёва) и др. Как отмечает Ю. Н. Караулов, «дать определение тому, что обычно метафорически именуют ключевыми словами, довольно непросто»<sup>1</sup>.

Под ключевыми словами социокультурного пространства мы будем понимать «актуальные лексемы, характерные для определённого периода развития социума, отражающие национально-культурные особенности народа, обладающие высокой частотностью употребления»<sup>2</sup>.



В языке современных СМИ журналисты активно используют инновации на базе ключевых элементов социокультурного пространства, представленных аббревиатурами. Аббревиатуры запоминаемы, обладают экспрессивностью, экономят языковые усилия, повышают эффективность коммуникации, привлекают внимание своим размером на общем фоне текста статьи. «Данные языковые единицы сочетают в себе экономный план выражения и семантически насыщенный план содержания. Журналисты используют аббревиатуры как зрительную помеху в процессе восприятия текста для запланированного графического воздействия на читателя»<sup>3</sup>. По мнению С. И. Шумарина, «чем социально значимее явление, обозначаемое аббревиатурой, тем большим деривационным потенциалом она обладает»<sup>4</sup>.

Аббревиатурные наименования широко распространены в медийных текстах, активно образуют производными. Так, с помощью суффиксального способа словообразования образованы следующие инновации: *Кровавый лик ИГИЛовщины предстаёт перед нами в своём кошмарном уродстве. Он страшен и отвратителен* («Оппортунизму – бой!»). 04.01.16); *Игиловцы играют в футбол отрубленными головами* (заголовков) («Вести.Ру»). 06.11.16); *ИГИЛизм* (заголовков). *Акулы корчатся от злобы. Алепо пал и Асад цел! И всё же либералы-жлобы берут «тиранов» на прицел* («Стихи.ру»). 09.04.19); *Масштабная т. н. «ВАДАизация» спорта, подаваемая в качестве заботы о здоровье спортсмена и сопровождаемая всё усиливающейся «антидопинговой кампанией» – фактически превращается в формирование карательного политического меча в спорте* («Агентство Политических Новостей»). 24.06.16). Кроме того, с помощью суффиксации журналисты образуют прилагательные-инновации на базе аббревиатур: *Игиловский муфтий был уничтожен в Рае* (заголовков) («Вести.Ру»). 11.11.17). Рассмотренные новообразования относятся к религиозно-политической (ИГИЛ) и спортивной лексике (ВАДА), употребляются с резко отрицательной коннотацией, выражают критическое отношение к именуемым явлениям.

Отаббревиатурные новообразования могут быть созданы с помощью префиксации: *В нашей ситуации даже не знаю, какое слово присовать к этому самому «псевдо». Истина,*



порядок, контроль, правда? Или сразу написать «**ПсевдоВАДА** и её псевдоборьба за чистоту спорта» (радио «Шансон». 30.08.17); В реальности казахстанские СМИ соревнуются не с блогерами, а с **квазиСМИ** во ВКонтакте и в Instagram, у которых и аудитория больше, и есть потенциал роста, они в большинстве двуязычные («Kaktakto.com». 01.02.18); **ПсевдоСМИ** – это типичные СМИ гитлеровской Германии, СССР, путинской России и тому подобных вождистских режимов («ПолитЭксперт». 14.09.18); Севастопольское **недоСМИ** пробило дно в ад и ведёт оттуда прямую трансляцию? (заголовок) («Информер». 17.01.19); Заместитель директора по энергетическому направлению Института энергетики и финансов Алексей Белогорьев в свою очередь заявил, что на данный момент никто за пределами ОПЕК не готов к созданию **квазиОПЕК** с жёсткими условиями членства, а уж тем более к принятию на себя каких-то обязанностей по исполнению решений организации («ФНЭБ». 11.07.17). Новообразования с префиксами *псевдо-*, *квази-*, *недо-* имеют отрицательную оценочность, которая может усиливаться контекстуальным окружением. По мнению В. А. Марьянчик, «оценочность – очевидное и закономерное свойство неологизма, обусловленное его прагматической функцией: новообразование содержит информацию не только о денотате, но и об отношении автора к нему»<sup>5</sup>.

В современных СМИ частотность приобретают отаббревиатурные номинации с использованием аффиксоидов. По словам Е. А. Левашова, «особенностью аффиксоидов является то, что, уподобляясь аффиксам по своему положению в слове, в содержательном плане они, будучи «обломками» породивших их слов, наследуют их значение, то есть несут самостоятельную корневую нагрузку»<sup>6</sup>. В связи с популяризацией информационных технологий журналисты стали активно использовать префиксоид *кибер-* для обозначения высокотехнологичных явлений: *По его мнению, не нужно искать виновных в состоявшейся избирательной кампании США, а необходимо совместно выработать ответные действия против «кибер-ИГИЛ» (террористическая группировка «Исламское государство» запрещена в России)* (т/к «РЕН ТВ». 17.05.17). Как видно из примера, для новообразования с префиксоидом *кибер-* характерна негативная экспрессия, которая поддерживается за счёт контекста.

Для распространения негативной информации журналисты нередко используют суффиксоиды: *И вот теперь всё повторяется снова. Только вместо наркотиков – сирийская и иракская нефть, вместо «контрас» – ИГИЛ и «бандеровцы», а вместо спецслужб Ирана и Израиля – турецкие и катарские разведки. Этакий «ИГИЛ-гейт»...* («За Родину, за Путина!» 11.12.15); *Американская ИГИЛ-фобия* (заголовок). Биз-

несмена из ОАЭ, приехавшего в США на лечение, арестовали у гостиницы сразу по выходу из такси, сообщает CNN («Федеральное агентство новостей». 04.07.16); *ВАДАгейт*. 5 главных вопросов по ситуации с «легальным» допингом (заголовок) («Аргументы и факты». 16.09.16). Следует отметить, что новообразования с суффиксоидами *-гейт* с семантикой ‘политический скандал’ и *-фобия* с семантикой ‘боязнь чего-либо’ содержат отрицательную оценку. С помощью данных морфем журналисты распространяют негативную информацию, указывают на политические махинации и антипатии.

Новообразования на базе аббревиатур могут быть созданы окказиональными способами. «Окказиональное словотворчество позволяет моделировать ментальные понятия, если они не находят адекватного выражения в языке. Окказиональное словотворчество органично вплетается в архитектуру текста»<sup>7</sup>. Так, журналисты активно создают новообразования с помощью графической гибридации. Под ней мы будем понимать результат создания новых номинаций, в которых используется графическое выделение сегмента. Рассмотрим примеры: *ОПЕКать, но не «замораживать»* (заголовок). *Провалом завершилась очередная попытка некогда грозного нефтяного картеля прийти к единому мнению по уровню добычи чёрного золота* («Life». 02.06.16); *Америка ПРОтив России. Как работает система противоракетной обороны США* (заголовок) («Life». 11.10.16). Отметим, что подобные инновации образованы с помощью такой разновидности графической гибридации, как капитализация. Под ней мы будем понимать «графическое выделение сегмента слова»<sup>8</sup>. Псевдомотивированные инновации воздействуют на зрительное восприятие адресата, экономят речевые средства, участвуют в языковой игре, которая построена на совпадении по звучанию узальных слов и аббревиатур. Как отмечают учёные, «языковая игра с использованием сложносокращённых слов привлекает внимание читателей, а также активизирует визуальное и ассоциативное восприятие материала»<sup>9</sup>.

В современных медиатекстах встречаются инновации с графемным изменением исходной лексемы: *СМИшные дела* (заголовок). *Государственные каналы на грани закрытия, а иностранные – вне закона* («Zakon.kz». 26.01.17) ← *СМИ* + *смешные*; *Не СМИшно: зарубежные издания и телеканалы в России станут «иноагентами»* («РИА Новости». 15.11.17) ← *СМИ* + *смешно*. Активизация подобных новообразований демонстрирует, что аббревиатура *СМИ* находится в фокусе общественного внимания, ассоциируется со смехом, что говорит о прагматическом характере языковой игры. Кроме того, в качестве привлечения внимания к публикации адресанты могут использовать прецедентный феномен: *Что ПАСЕешь, то и вернёшь. При-*



едет ли делегация России в Страсбурге? (заголовок). На минувшей неделе Бюро Парламентской ассамблеи Совета Европы решило поручить Комиссии ПАСЕ по регламенту изучить вопрос о полномочиях национальных делегаций («Аргументы и факты». 27.05.19). Воздействие на читателя осуществляется через отсылку адресата к поговорке «Что посеешь, то и пожнёшь», которая используется «с когнитивным содержанием “каждое действие приводит к соответствующему результату”»<sup>10</sup>. Таким образом, инновация *ПАСЕешь* приобрела политическую интерпретацию, так как в статье идёт речь о возвращении России в ПАСЕ на условиях абсолютно равного участия. Кроме того, риторический вопрос в заголовке способствует мыслительной деятельности адресатов, расставляет смысловые акценты. Таким образом, данные новообразования созвучны узואльному лексемам (*смешно, посеешь*), создают двусмысленность, активизируют внимание адресатов, минимальным текстом передают максимум информации. Однако необходимо отметить, что нарушение привычного облика узואльной лексемы в подобных номинациях может восприниматься адресатом как ошибка и влиять на формирование орфографического вкуса читателя. «Учитывая тенденцию снижения грамотности в современном обществе, вряд ли стоит оценивать положительно заголовки с “ошибкой”»<sup>11</sup>.

Характерной чертой современных СМИ стало использование журналистами элементов латинской графики. Такую разновидность графических гибридов лингвисты стали называть полиграфиксацией. Под ней мы будем понимать «создание новообразований с помощью графических средств разных языков»<sup>12</sup>. Кроме того, «необходимым условием признания новой лексической единицы в качестве полиграфиксата является не только формальное присутствие, но и семантическая значимость иноязычного графического элемента»<sup>13</sup>.

Так, активно функционирует в современных СМИ аббревиатура *PR*: *PRесс-конференция губернатора* (заголовок) («Мичуринская правда». 10.06.16); *PRивет, Америка!*. Часть 1: как правильно отвечать на анкетные вопросы о вашем проекте (заголовок) («Dev.by». 14.04.17); *Стартовала Дальневосточная PR премия «PRужина общества» в сфере связей с общественностью* (заголовок) («PrimaMedia». 28.04.18); *PR-агентство «Гагарин» и студенты-победители конкурса «Хрустальный апельсин» прошлых лет провели мастер-классы. На первом – «Пишем PRоект PRавильно»...<...> Если молодым людям несколько лет полоскать мозги подобной PRофанацией русского языка, то нет ничего удивительного в том, что они не будут видеть ошибок в ссылках – а ведь именно из-за этого у Странниковой возник конфликт с контрагентом. <...> Иначе PRоблема будет только усугубляться, и в результате клеймо*

*шарлатанства могут поставить на всей отрасли, а не только на особо ярких её представителях* («Взгляд». 06.07.18); *«ПРЕМИЯ-2018» имени Ольги Давиденко состоится 16 февраля 2019 года* («Комсомольская правда». 02.10.18). Таким образом, иноязычная аббревиатура *PR* осваивается русским языковым сознанием и раскрывает свои словообразовательные возможности.

Производящей базой для новых новообразований служит аббревиатура *SOS*: *Пограничное SOSстояние* (заголовок) («Время». 13.06.15); *He SOSкучиться* (заголовок)! («Аргументы и факты в Твери». 25.01.17); *SOSедка лишила бурёнку сена, а детей молока* («Провинциальная газета». 17.02.18). Отметим, что «резкий сдвиг в значениях таких полиграфиксатов обычно связан с тем, что латинизированный элемент совпадает с самостоятельным словом или морфемой»<sup>14</sup>. Кроме того, окказиональность подобных номинаций (*PRоект, PRавильно, PRофанацией, PRоблема, SOSстояние, SOSкучиться, SOSедка*) подчёркивается тем, что журналисты начальные прописные буквы передают латиницей, а для другой части слова используют буквы русского алфавита. По мнению исследователей, «аббревиатуры, оформленные в русском языке латинской графикой, участвуют в тех же словообразовательных процессах, что и простые слова с русским корнем»<sup>15</sup>.

Среди сложных инноваций обращают на себя внимание структуры с графически неадаптированными элементами: *Нововведением 2017 года станет улучшенный VIP-кемпинг: на территории «Альфа-Кемпинга» будет создана отдельная зона палаточной гостиницы под открытым небом Caravan* («Нижегородский рабочий». 26.06.17); *На самом деле, американский инвестор оказался практически в VIP-СИЗО, рассказала в беседе с «Коммерсант FM» зам-пред столичной Общественной наблюдательной комиссии Ева Меркачева: «Есть большой изолятор “Матросская тишина”, на его территории стоит здание, которое изначально строилось и организовывалось для VIP-персон»* («Коммерсант FM». 19.02.19); *В Магнитогорске завершился традиционный региональный конкурс по информационным технологиям среди школьников «IT-отражение», ежегодно проходящий при поддержке Магнитогорского металлургического комбината* («Коммерсант-Южный-Урал-Online». 08.04.19); *И у тех, кто продвигает IT-медицину, и у аэрокосмической индустрии, и у тех, кто работает с солнечной и другой возобновляемой энергией... У всех, кто реально занимается инновационными технологиями, здесь прекрасное будущее, – говорит Дмитрий Азаров* («Взгляд». 24.05.19). Активизацию новообразований с графически неадаптированными частями можно связать с изменениями в современном мире. Подобные инновации пополняют словарь



ный состав русского языка, характеризуются прозрачностью своей структуры, необычностью и броскостью.

Собранный и проанализированный нами материал позволил сделать вывод о том, что аббревиатуры могут быть ключевыми элементами социокультурного пространства в современных СМИ. Журналисты активно используют в медийных текстах следующие языковые единицы как исходные лексемы: *ИГИЛ, ВАДА, СМИ, ОПЕК, ПРО, ПАСЕ, PR, SOS, VIP, IT*. Это связано, на наш взгляд, с интернационализацией языка СМИ и с тем, что аббревиатуры отражают актуальные явления, значимые для жизни российского общества.

В современных медиатекстах отаббревиатурные новообразования создаются с помощью узуальных (суффиксация, префиксация, префиксоидация, суффиксоидация) и неuzuальных (графическая гибридизация) способов словообразования. Подобные номинации обладают новизной, удивляют читателя, экономят речевые средства, выполняют экспрессивную и воздействующую функции.

#### Примечания

- <sup>1</sup> Караулов Ю. Словарь Пушкина и эволюция русской языковой способности. М., 1992. С. 155.
- <sup>2</sup> Замальдинов В. Словообразовательные неологизмы как средство речевого воздействия (на материале нижегородских СМИ начала XXI в.): дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2018. С. 121.
- <sup>3</sup> Замальдинов В. Ключевые элементы в современном медийном словотворчестве // Вестн. НГГУ. 2017. № 1. С. 202.
- <sup>4</sup> Шумарин С. Структура отаббревиатурных словообразовательных гнезд в современном русском языке // Проблемы филологического образования: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. Л. И. Черемисиновой. Саратов, 2018. С. 193.
- <sup>5</sup> Марьянчик В. О словаре медиа-политических неологизмов современной эпохи // Русская академическая неография (к 40-летию научного направления): материалы междунар. конф. / отв. ред. Т. Н. Буцева, О. М. Карева. СПб., 2006. С. 111.
- <sup>6</sup> Левашов Е. Ещё раз об аффиксоидах // Русская речь. 2008. № 3. С. 51.
- <sup>7</sup> Лаврова Н. Окказиональные образования и их место в языковой системе // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2010. № 9. С. 225.
- <sup>8</sup> См.: Ильясова С., Амири Л. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М., 2015.
- <sup>9</sup> Черникова Н., Ермолина Н. Эмоционально-экспрессивный потенциал аббревиатур // Рациональное и эмоциональное в русском языке – 2018: сб. тр. междунар. науч. конф. / отв. ред. Н. Б. Самсонов. М., 2018. С. 251.
- <sup>10</sup> Коваленко Е. Когнитивная семантика русских фразеологизмов // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2014. № 34. С. 28.
- <sup>11</sup> Ильясова С. Языковая игра: словообразовательная, графическая, орфографическая (на материале текстов современных российских СМИ) // Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). С. 96.
- <sup>12</sup> Попова Т. Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX–XXI вв. // Лингвистика креатива-1 / под ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург, 2013. С. 164.
- <sup>13</sup> Нефляшева И. Иноязычные графические элементы в структуре окказионального слова // Вестн. Ставроп. гос. ун-та. 2011. № 5–1. С. 92.
- <sup>14</sup> Попова Т. Современные графо-орфографические игры: коммуникативные удаchi и неудачи (на материале графикатов русского языка рубежа XX–XXI вв.) // Лингвистика креатива-2 / под ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург, 2012. С. 213.
- <sup>15</sup> Галактионов А., Попова Т. Морфемные типы номинативных полиграфикатов-симплексов в современном русском языке // Вестн. ННГУ. 2011. № 5 (1). С. 314.

#### Образец для цитирования:

Замальдинов В. Е. Аббревиатуры как ключевые элементы социокультурного пространства в современных медиатекстах // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2020. Т. 20, вып. 1. С. 35–38. DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2020-20-1-35-38>

#### Cite this article as:

Zamaldinov V. E. Abbreviations as Key Elements of Social and Cultural Space in Contemporary Media Texts. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philology. Journalism*, 2020, vol. 20, iss. 1, pp. 35–38 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2020-20-1-35-38>