

и аббревиатуру *OMG* — *Oh My God*, общеупотребительное сокращение при текстовом обращении. Кстати *omg* прописными буквами это сайт *Yahoo*, посвященным слухам о знаменитостях.

По результатам наших опросов студентов первого и второго курсов специальности «Менеджмент в сфере международного туризма» факультета международных отношений выяснилось, что больше 50 % тоже отлично знают и используют *LOL*, *OMG*, *DM*, *ASAP*, *4you*, *2you*. Для знакомства со вновь появляющимися акронимами и аббревиатурами русскоязычных пользователей, незнакомых с английскими реалиями, уже существует специальный сайт [www.lingvistov.ru](http://www.lingvistov.ru) с соответствующими определениями и переводом. Тем, кто активно пользуется электронными гаджетами и отдал дань популярному недавно компьютерному приложению *Instagram*, никакая помощь не нужна, и они прекрасно знают, что такое, например, *Throwback Thursday*, своего рода ностальгический сайт, на котором пользователи делятся снимками из своего прошлого и прошлого близких людей, или *Petstagram*, на котором появляются любимые домашние животные пользователей.

Необходимо, однако, оценить, как влияет текстизм на владение стандартной языковой нормой у тех, кто активно общается в интернете. По нашему мнению, как и любой упрощенный псевдоязык, скорее отрицательно. У любителей пообщаться в интернете не могут не появиться ошибки в орфографии, грамматике и в умении правильно составлять и оформлять стандартный письменный текст. Как следствие страдает и устная речь.

Стремление интернет — провайдеров максимально упростить процесс компьютерных коммуникаций как следствие привел к появлению разнообразных смайликов. Производители мобильных телефонов, таких как *Apple* и *Samsung* предлагают все более разнообразные *emoji* (слово произошло от двух японских слов: картинка и знак, символ) и означает язык идеограмм и смайликов, используемых в компьютерных коммуникациях. Они полагают, что в будущем в наших сообщениях эти самые идеограммы и смайлики смогут во многом заменить слово. Кое-кто из лингвистов с иронией заметил, что человечество начало с наскальных рисунков и только в процессе развития пришло к появлению письменности, однако развитие информационных технологий ведет нас обратно в эпоху примитивных рисунков. Однако если наскальные рисунки человек создавал сам и в процессе присутствовал элемент преодоления и творчества, то готовые компьютерные смайлики пришли из эпохи фастфуда и могут способствовать только тому, что рано или поздно мы просто отучимся выражать свои чувства и мысли через слово.

Развитие компьютерных технологий предлагает нам все новые и новые возможности, но не напоминают ли некоторые из них дары данайцев, от которых умные греки советовали воздержаться?

## ГРАФИЧЕСКАЯ ФОРМА СОКРАЩЕНИЯ И ЕЕ ВОЗМОЖНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

*Курило Н. А., Минский государственный лингвистический университет*

Сравнение частотности употребления сокращенных лексических единиц и их исходных коррелятов позволяет сделать вывод о том, что значительная часть сокращений современного английского языка является основным средством выражения соответствующего значения. Тем самым создается возможность вытеснения сокращением полного наименования и, как следствие, смены лингвистического статуса сокращения, то есть приобретения сокращением статуса единственного средства выражения значения, закрепленного в языковой системе, как это произошло со словами *laser*, *maser*, *radar*, *sonar* и т. д., в прошлом — производными лексическими единицами, являющимися результатом процесса аббревиации, а в настоящее время — простыми лексическими единицами, практически полностью вытеснившими из употребления полные наименования.

Следует, однако, заметить, что процесс, в результате которого сокращение вытесняет полное наименование и становится основным, а в ряде случаев — и единственным средством выражения соответствующего значения, достаточно длителен и в ряде

случаев проходит на фоне разного рода изменений. Так, наблюдение за функционированием сокращений современного английского языка достаточно часто выявляет их графическую вариативность. Речь идет о том, что инициальные сокращения, которые, как известно, состоят из заглавных букв, могут оформляться прописью. Например: *Aids* (*AIDS* — *acquired immune deficiency syndrome*), *Fifa* (*FIFA* — *International Federation of Association Football*), *Nasa* (*NASA* — *National Aeronautics and Space Administration*), *Nato* (*NATO* — *North Atlantic Treaty Organization*), *Opec* (*OPEC* — *Organization of Petroleum-Exporting Countries*), *Uefa* (*UEFA* — *Union of European Football Associations*), *Un* (*UN* — *United Nations*), *Unesco* (*UNESCO* — *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization*), *Unicef* (*UNICEF* — *United Nations Children's Fund* (formerly *United Nations International Children's Emergency Fund*)), *Wipo* (*WIPO* — *World Intellectual Property Organization*) и т. д. В ряде случаев сокращения могут демонстрировать как дефисное, так и слитное написание и, что представляется более интересным, подвергаться комбинированным изменениям. Сравните, например: *Eurozone*, *Euro-zone*, *euro-zone* и *eurozone*; *E-mail*, *Email* и *email* и т. д. На наш взгляд, данные изменения не являются простым варьированием графической формы выше упомянутых сокращений. Существенным фактором, свидетельствующим о качественных сдвигах в их языковом статусе, является закрепление нового графического варианта в словаре.

В настоящее время аббревиация развивается так стремительно, что словари не успевают фиксировать вновь и вновь появляющиеся сокращения, не говоря об изменении их графического оформления. Так, в результате анализа имеющихся в нашем распоряжении словарей современного английского языка, мы можем констатировать, что в случаях *AIDS* — *Aids*, *E-mail* — *Email*, *email*, *NASA* — *Nasa*, *NATO* — *Nato*, *UNESCO* — *Unesco*, *UNICEF* — *Unicef*, *WIPO* — *Wipo* и сокращения *AIDS*, *E-mail*, *NASA*, *NATO*, *UNESCO*, *UNICEF*, *WIPO* и их графические варианты *Aids*, *Email* и *email*, *Nasa*, *Nato*, *Unesco*, *Unicef*, *Wipo* зафиксированы в словаре. В то же время изменения, произошедшие в графическом оформлении таких сокращений, как *Euro zone*, *OPEC*, *FIFA*, *UEFA*, *UN*, отражения в словаре не нашли. Однако можно предположить, что фиксация вариантов *Opec*, *Euro-zone*, *euro-zone* или *eurozone*, *Fifa*, *Uefa*, *Un* — дело времени, так как «кодификация литературной нормы в грамматиках, справочниках и словарях должна обновляться по мере изменений, происходящих как в самом языке, так и при оценке его средств и их употребления говорящими».

## РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ И СИНТАКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ

*Леонченко С. Н., Приходько Т. М., Белорусский государственный университет*

Рекламный текст в современных условиях — это и литературный, публицистический жанр и одно из самых популярных средств массовой информации. Реклама сочетает в себе две важные функции: воздействующую и информативную. Так как основной задачей рекламного текста является презентация определенного продукта, его продвижение, формирование заинтересованности в этом товаре, побуждение к покупке, воздействующая или экспрессивная функция представляется наиболее важной.

Создатель рекламы должен использовать особые языковые средства, цель которых — подвести языковую единицу под определенный стандарт. Это позволит оставить оригинальным и выделяться в большом количестве рекламных предложений. Выразительное, экспрессивное влияние вербальной информации формируется благодаря особому сочетанию лексических и грамматических средств

Экспрессивный эффект формируется на всех уровнях языка, включая синтаксический. Немецкие рекламные тексты из журналов «*Stern*» и «*Spiegel*», отобранные методом сплошной выборки, показали, что наиболее частотными синтаксическими средствами выражения экспрессивности являются эллипсис, порядок слов, метафора и синтаксические повторы.

Анализ рекламных текстов показывает упрощение предложения, его длина составляет 4—5 слов. Наиболее частым средством выражения экспрессивности является эл-