

**ВИДЫ И ФУНКЦИИ АББРЕВИАТУР-ОНИМОВ  
В РАЗЛИЧНЫХ ДИСКУРСАХ  
(НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)**

***Т.С. Маркова***

*Кандидат экономических наук,  
доцент кафедры иностранных языков  
e-mail: [markowats@mail.ru](mailto:markowats@mail.ru)*

*Российский государственный социальный университет, г. Москва*

*В предлагаемой статье рассматриваются аббревиатуры-онимы, использующиеся в таких видах дискурсов, как экономический, политический, газетно-публицистический и компьютерный. Выделяются онимы, являющиеся характерными для определенного дискурса, а также онимы, употребляемые с равной частотностью в различных дискурсах. Делается вывод о том, что наряду с общими для всех аббревиатур-онимов функций, таких как: языковая экономия, облегчение коммуникации, когезивная или текстосвязующая функция, реализация деривационного потенциала и пополнение словарного состава немецкого языка, аббревиатурам-онимам могут быть присущи функции, реализуемые ими в конкретном дискурсе.*

***Ключевые слова:*** аббревиатура, оним, дискурс, функция, антропоним, эргоним.

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что в последнее время лексика часто рассматривается как составляющая определенного дискурса. Дискурс понимается как явление промежуточного порядка между речью, общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом, с другой, хотя существуют различные взгляды на дискурс. Так, В.Е. Чернявская определяет дискурс как «конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи в определенном коммуникативном пространстве или как совокупность тематически соотнесенных текстов» [Чернявская 2006: 74–75]. Мы исходим из трактовки понятия «дискурс», представленной в лингвистическом энциклопедическом словаре: «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 136–137].

В отношении разграничения отдельных видов дискурса единого мнения не существует. В.В. Паневчик выделяет деловой дискурс, под которым он понимает «целенаправленное речевое поведение, осуществляемое по правилам коммуникации, принятым в деловом сообществе» [Паневчик 2015: 21], и считает его одной из категорий профессионального дискурса. В работе М.Ю. Касумовой как

самостоятельный вид дискурса выделяется компьютерный дискурс [Касумова 2009]. Подобные взгляды отмечаются и в анализе политического и экономического дискурсов, т.е. одни исследователи «считают экономический дискурс частью политического, другие склонны выделять его в самостоятельный вид дискурса» [Демьянков 2002]. По мнению А.Е. Маланхановой и П.В. Сысоева, экономический дискурс включает в себя деловой дискурс и имеет более широкое значение, причем авторы справедливо отмечают, что «в некоторых ситуациях трудно определить границы между политическим, дипломатическим и экономическим дискурсами [Маланханова 2015: 34]. В работе Р.Р. Кадимовой как один из видов экономического дискурса рассматривается управленческий дискурс, причем в качестве примера устного модуса делового экономического дискурса приводится деловое интервью, одним из участников которого является представитель журналистики [Кадимова 2013], которое также может быть отнесено к газетно-публицистическому дискурсу. Последний, как дискурс, обслуживающий широкую сферу общественных отношений: политических, экономических, культурных, спортивных и др., «может также рассматриваться в качестве самостоятельного вида дискурса» [Ларионова 2012: 54].

Мы считаем необходимым рассматривать политический, экономический, газетно-публицистический и компьютерный дискурсы как самостоятельные виды дискурса, поскольку, как будет показано далее, использование различных видов аббревиатур-онимов в каждом из них имеет определенные особенности.

Отметим, что функционирование аббревиатур в различных дискурсах не осталось без внимания исследователей: рассматривались преимущественно проблемы перевода [Паневчик 2015], разработка классификации аббревиатур англо-и немецкоязычных, применяемых в виртуальной коммуникации, с точки зрения теории речевых актов [Алексеев 2017], нередко исследование осуществлялось на материале английского языка [Голубева 2013]. Научная новизна нашей работы состоит в том, что в ней предпринята попытка рассмотреть и сравнить использование отдельных видов аббревиатур-онимов в разных дискурсах на материале немецкого языка.

Мы разделяем точку зрения О.В. Косоноговой, акцентирующей внимание на том, что с наибольшей частотностью «в различных типах дискурса в качестве терминообразующих элементов встречаются антропонимы и топонимы» [Косоногова 2016: 43]. Тем не менее считаем необходимым уточнить, что в рассматриваемых нами дискурсах высокой частотностью обладают также эргонимы и гемеронимы, входящие в периферийную зону ономастического пространства.

Анализ онимов позволяет сделать выводы о различии их содержания в зависимости от типа дискурса. Так, в экономическом и политическом дискурсе широко распространены аббревиатуры-эргонимы, но если в первом преобладают наименования фирм и объединений предприятий, то во втором чаще встречаются названия партий, союзов, политических объединений. Антропонимы-аббревиатуры в экономическом дискурсе связаны с наименованиями фирм, а в компьютерном дискурсе преобладают никнеймы и адреса электронной почты. Различны и функции видов аббревиатур. Омоакронимы в экономическом дискурсе выполняют преимущественно рекламную функцию, в газетно-публицистическом дискурсе – функцию стилистическую и т.д.

С точки зрения ономастики мы можем выделить среди аббревиатур в первую очередь: эргонимы, топонимы, гемеронимы, а также антропонимы. Одним из наиболее распространенных видов аббревиатур-онимов являются эргонимы, т.е. сокращенные наименования объединений, организаций, учреждений, политических партий, фирм, предприятий и т.п.

Естественно, что аббревиатуры деловых объединений, фирм и предприятий связаны в первую очередь с экономическим дискурсом. Аббревиатуры-эргонимы в этом случае выполняют целый ряд важных функций, к числу которых относятся функция языковой экономии и коммуникативная функция, выражающаяся в том, что аббревиатура значительно удобнее в произношении, особенно при общении с иностранными партнерами. С этим связана и функция маркировки социального статуса фирмы, название которой в сокращенном виде настолько известно на международной арене, что не нуждается в расшифровке, например: *VW* (Volkswagen), *Agfa* (Aktiengesellschaft für Anilinfabrikation), *Milka* (Milch + Kakao), *Adidas* (Adi /Adolf/ Dassler) и другие.

Благодаря наличию в составе аббревиатур-эргонимов таких компонентов, как слоги и усечения, которые более узнаваемы, чем инициалы, аббревиатуры могут осуществлять информационную функцию, т.е. несут информацию о производимых продуктах: *Milka* – Milch + Какао «Милка» (фирма, производящая молочные продукты); о специфике торгового предприятия: *ALDI* – Albrecht Discount (немецкая сеть торговых предприятий – жёстких дискаунтеров); о характере продукта и основателе фирмы: *Tchibo* – Tchilling + Bohnen (нем.: бобы; фирма по производству одноимённого растворимого кофе), а также об основателях и/или владельцах фирмы: *Hertie* – Herman Tietz in Berlin («Херти» – сеть универмагов: мебель, кухни, постельное белье и т.д.); *Adidas* – Adi (Adolf) Dassler «АДИДАС» (фирма-изготовитель спортивных изделий); *Eduscho* – Eduard – Schopf («Эдушо» – предприятие, продающее кофе). В трех последних случаях аббревиатура-эргоним по сути является антропонимом.

Помимо названных функций аббревиатуры могут также выполнять подобно местоимениям текстосвязующую функцию, позволяющую избежать повторов. Аббревиатурам-эргонимам присуща и функция создания новых наименований с помощью метонимии (*BMW, VW, Tchibo* означают как наименование фирмы, так и марку продукции и сами изделия, производимые этими фирмами). В словосочетании *ein regelmäßiges Sozial-TÜV* аббревиатура *TÜV* (Technischer Überwachungsverein – Государственная служба технического надзора) означает не службу надзора, а регулярно осуществляемый ею контроль. Функцию пополнения словарного состава языка аббревиатуры-эргонимы выполняют также благодаря реализации деривационного потенциала при создании композитов, например: *BASF-Werk, BASF-Gruppe* и т.д. Перечисленные нами функции аббревиатур-эргонимов можно отнести к числу общих функций аббревиатур, не зависящих от конкретного типа дискурса.

В то же время аббревиатуры могут выполнять и функции, связанные с их использованием в конкретном дискурсе. В экономическом дискурсе аббревиатуры-эргонимы способны выступать в функции логотипа фирмы, зачастую они выполняют рекламную функцию, в частности, если они имеют форму омоакронима, т.е. совпадают по форме с полнозначными словами. В наибольшей степени это относится к аббревиатурам, созвучным антропонимам: *SUSAN* – Schiffsführungs- und Simulationsanlage (установка для моделирования судов и судовождения), *LEO* – Leistungserbringer-Organisation (организация, предоставляющая определенные услуги; организация юридических лиц, предоставляющих услуги определенного рода) и топонимам: *NIZZA* – Neues-IT-unterstütztes Zollzahlstellenverfahren (новая процедура оплаты таможенных сборов на основе информационных технологий), поскольку в качестве таковых они привлекают к себе внимание и легко запоминаются, а кроме того, имена собственные понятны и реципиентам, которые не владеют немецким языком. К числу специфических функций, присущих аббревиатурам-эргонимам, следует отнести также функцию индивидуализации называемого объекта. Можно отметить, что аббревиатуры-эргонимы имеют определенные структурные особенности. Так, из общего числа отобранных нами аббревиатур (172), обозначающих наименования банковских учреждений, 161 являются собственно эргонимами, то есть обозначают наименования конкретных банков, среди которых 138, т.е. 85,7%, являются инициальными аббревиатурами. 11 аббревиатур представляют собой наименования региональных, местных сберегательных касс, банков, филиалов, отделений, не являющихся именами собственными. Среди них 9, т.е. 82%, представляют собой комбинированные аббревиатуры, например: *Spk* – Sparkasse (сберегательный банк, сберегательная касса), *PschA* – Postscheckamt

(почтово-сберегательное отделение), *PGiroA* – *Postgiroamt* (жиробанк в почтовом отделении), *Pr.-K.* – *Privatkasse* (частная касса). Таким образом, структурные особенности аббревиатур-эргонимов позволяют им выполнять дифференцирующую функцию, т.е. функцию отличия от аббревиатур, не являющихся именами собственными.

В политическом дискурсе также достаточно часто используются аббревиатуры-эргонимы – наименования политических объединений и партий, а не предприятий и фирм, например: *SPD* – Sozialdemokratische Partei Deutschlands (Социал-демократическая партия Германии – СДПГ), *BDJ* – Bund Deutscher Jugend (Союз немецкой молодежи), *BDKL* – Bund der Deutschen Katholischen Jugend (Союз немецкой католической молодежи). Помимо общих для аббревиатур функций – языковая экономия, облегчение коммуникации, когезивная или текстосвязующая функция, реализация деривационного потенциала и пополнение словарного состава немецкого языка – данному виду аббревиатур-эргонимов также свойственны специфические функции, реализуемые ими именно в политическом дискурсе. Так, по мнению Селмы Гребович, важной в определенных ситуациях может являться функция завуалирования идеологической платформы, которая выражена в полном наименовании партии [Grebović 2007: 59]: *DKP* – Deutsche Konservative Partei (Германская консервативная партия), *APPD* – Anarchistische Pogo-Partei Deutschlands (Анархистская партия Германии).

В политическом дискурсе также используются омоакронимы, которые опять-таки помимо общих функций (привлечение внимания и облегчение запоминания), например: *PARTEI* (партия) – Partei für Arbeit, Rechtsstaat, Tierschutz, Elitenförderung & basisdemokratische Initiative (Партия за труд, правовое государство, охрану животных, содействие элите общества и за основные демократические инициативы), выполняют функцию создания положительного имиджа партии или объединения благодаря значению апеллятива, с которым они совпадают по форме: *BAUM* (дерево) – Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management (Рабочая группа в парламенте ФРГ по делам управления с учетом экологической безопасности), *PRO* (за) – Partei Rechtsstaatlicher Offensive (Партия наступательной политики правового государства) и т.д.

В экономическом и политическом дискурсах аббревиатуры-эргонимы лишены, как правило, такой функции, как маркирование сниженного (разговорного) стиля речи. Они, скорее, акцентируют деловой стиль текста и сигнализируют направленность на компетентного реципиента, которому не требуется для ее понимания расшифровка аббревиатуры. В газетно-публицистическом дискурсе, напротив, применение аббревиатур-эргонимов на графемном уровне открывает возможности для выражения иронии благодаря использованию такого приема, как языковая игра, например: *UNOrdnung* (*UNO* – ООН + *Ordnung* – порядок = *Unordnung* –

*беспорядок*), *tEUer* (*EU* – ЕС, *teuer* – дорогой, намек на то, что создание ЕС дорого обходится Германии), *BRDigung der DDR* (намек на то, что ФРГ похоронила ГДР).

В качестве одной из особенностей политического дискурса можно отметить широкое использование в наименовании объединений и партий инициалов-топонимов, таких как *D* (Deutsch), *S* (Schweiz): *PdAS* – Partei der Arbeit der Schweiz (Швейцарская партия труда), *Ö* (Österreich): *ÖVP* – Österreichische Volkspartei (Австрийская народная партия), *DFP* – Deutsche Frauenpartei (Германская партия женщин) и т.д.

Как показывают приведенные ниже примеры, для обозначения отдельных государств существует иногда несколько аббревиатур-синонимов, например: *US*, *USA*, *V.St.v.A.* (США), *YE*, *YEM* (Йемен), *NL*, *NLD*, *NED* (Нидерланды), *IE*, *IRL*, *Id* (Ирландия). Это объясняется тем, что одни сокращения соответствуют коду ISO (мы привели их первыми), другие (наиболее краткие) приняты в указании биржевых индексов, курсов: (в частности, использование инициала *A* вместо *Ö* в сокращении *ATX* – Austrian Traded Index), третьи используются в более ранних, традиционных редакциях, предлагаемых в списках сокращений в словарях. В этом случае распределение аббревиатур по различным типам дискурсов помогает снять синонимию, т.к. указание биржевых курсов связано с финансами, т.е. входит в сферу действия экономического дискурса. Отметим, что аббревиатуры, соответствующие коду ISO, преимущественно используются в политическом дискурсе, в массмедийном или газетно-публицистическом дискурсе зачастую встречаются неофициальные, но распространенные сокращения, такие как *BRD* (Bunderepublik Deutschland – ФРГ), *V.St.v.A.* (Vereinigte Staaten von Amerika – США).

При этом, как выясняется, наряду с проблемой синонимии возникает и проблема омонимии. Например, аббревиатура *RU* в кодах ISO присвоена России, в международных же номерных знаках автомобилей она соотносится с Burundi (Бурунди). Код *CL* в стандарте ISO соответствует Чили (Chile), а в номерных знаках автомобилей – Шри-Ланке (Sri Lanka) и т.д. [Кукина 2018]. Сокращение аббревиатуры до одного инициала в большей мере выполняет функцию компрессии текста при вхождении аббревиатуры в состав многокомпонентного сокращения, а использование усечений, т.е. удлинение «следа» полного прототипа сокращения, делает аббревиатуру более прозрачной, а также выполняет функцию снятия омонимии.

Как мы уже видели, газетно-публицистический дискурс имеет свои особенности, и сокращения выполняют здесь ряд специфических функций. В частности, широко используемые здесь гемеронимы (наименования печатных изданий) нередко становятся в сокращенном виде омофонами, т.е. оказываются созвучными апеллятивам, например: *WiWo*

(WirtschaftsWoche – Экономический еженедельник) созвучно латинскому *vivo* (жизнь, живой), *WISTA* (Wirtschaft und Statistik – журнал по вопросам экономики и статистики) созвучно итальянскому *vista* (вид, взгляд, перспектива, виды на будущее), выполняя при этом функцию создания положительного имиджа издания, рекламную функцию, а также мнемоническую функцию, способствующую лучшему их запоминанию. Кроме того, использование аббревиатур наряду с полными онимами выполняет функцию свидетельства о том, что автор статьи владеет достаточно широкой палитрой языковых средств [Fleischer, Michel 1977: 74]. Использование этнонимов-аббревиатур (например, *Ossis* – жители «новых земель», образованных на территории бывшей ГДР, *Wessis* – используется для общего обозначения жителей «старых земель», входивших в состав ФРГ до объединения), с одной стороны, выполняет функцию интегрирования языка печатного издания с языком читателей, с другой стороны, может выполнять и стилистическую функцию. Особенно наглядно это демонстрирует образованный из слов *Besserwissender* (всезнайка) и *Wessi* неологизм *Besserwessi*, обозначающий жителя ФРГ, который в отношениях с жителями бывшей ГДР (особенно в области экономической политики) использует поучающий назидательный тон.

Достаточно широко применяемые в газетно-публицистическом дискурсе аббревиатуры-антропонимы выполняют различные функции, причем отличные от функций аналогичных онимов в экономическом дискурсе, где им преимущественно свойственна словообразовательная функция, поскольку они являются там компонентами фирмонимов: *Hakle* – Hans Klenk («Хакле» – фирма-производитель туалетной бумаги и салфеток); *KHK* – Karl-Heinz Killeit («Карл-Хайнц Киллайт» – предприятие по созданию программного обеспечения, названное по имени основателя). В газетно-публицистическом жанре встречаются антропонимы-аббревиатуры в самостоятельном употреблении, при этом Л.А. Артемова выделяет различные антропонимические модели. Так, в достаточно обширных статьях, посвященных какой-либо конкретной личности, после указания в начале статьи его или её полного имени и фамилии в дальнейшем могут использоваться инициалы, причем в слитном написании без точек после аббревиатуры имени: *HGM* (Hans Georg Mockel), *ICK* (Ingrid Christiane Krumm). Большим разнообразием отличаются модели так называемых авторских знаков, которые могут включать в себя: конечные буквы фамилии автора статьи: *ack.* (Renate Schostack); начальные буквы имени и фамилии автора: *ahе.* (Anno Hecker), *ajw.* (Anton Jakob Weinberger); начальные буквы фамилии автора: *bar.* (Hans D.Barbier) и т.д. [Артемова 2007].

Однако в каждом из приведенных нами примеров главной функцией аббревиатур-антропонимов является компрессия или сжатие текста, иначе обстоит дело при использовании в текстах публицистики антропонимов-

сокращений, образованных по модели: первый слог (начало фамилии) + суффикс *-i*, поскольку в этом случае им присуща стилистическая функция выражения определенной фамильярности. Особенно часто эти варианты сокращений используются при упоминании знаменитых спортсменов, и тогда им свойственен оттенок эмоциональной теплоты: *Flori* < Andre Floschitz (санный спорт), *Schumi* < Schuhmacher в отличие от указания имен политиков, например: *Münte* < Franz Müntefering (один из руководителей СДПГ), особенно после того, как партия потерпела поражение на выборах в бундестаг). Еще одним примером могут служить телескопические образования на базе антропонимов, создаваемые путем сращения начального и конечного компонента двух имен собственных, как например: *Merkozy* от Merkel и Sarkozy, как в 2011 году евроскептики назвали этот тандем политиков.

Особенности имеет и использование аббревиатур-онимов в компьютерном дискурсе. Характерными для него являются аббревиатуры-инетонимы (термин, используемый для обозначения Интернет-продукции и поисковых систем [Елькин, Ровенская 2015], например: *uid* – universal identification (пользовательский интерфейс), *UMA* – upper memory area (верхняя область памяти), *UMB* – upper memory block (блок верхней области памяти). Как мы видим, преимущественно здесь фигурируют англицизмы, выступающие в функции заполнения лакун в языке-реципиенте. При создании адреса электронной почты часто используются аббревиатуры-антропонимы, представляющие собой начальные слоги имени и фамилии (*natmil, lubtev*), имя и начальные буквы отчества (*nina.m. (michailowna), natalia-vl (vladimirowna)* и т.д. Помимо этого, инициалы антропонимов используются также при создании ников или никнэймов (англ. nickname – первоначально «ключка, прозвище»), т.е. сетевых имен или псевдонимов, используемых пользователями при общении в Интернете (в блогах, форумах, чатах), например: *SannaK, Alenk-k, NataPS, MatKas*. Как показывает статистика, примерно 20,2% пользователей отталкиваются при создании ника от своих настоящих имени и фамилии, а 16% интернет-пользователей называют себя настоящим (иногда лишь немного измененным) именем, хотя применяются с этой целью и другие аббревиатуры (*Neo*).

Широкое распространение сокращений в чатах и форумах объясняется стремлением к уменьшению объема передаваемой информации, следовательно, и времени на её восприятие, а также желанием добиться необычности и нестандартности форм коммуникации. Результатом является появление таких аббревиатур-окказионализмов, как *Y? Why?* (Почему?), *2L8 Too Late* (слишком поздно) и др. Как правило, их употребление ограничено компьютерным дискурсом. Следует отметить, что под влиянием широко распространенной в английском языке замены цифрами слов-омофонов, таких как: *to, too*, заменяемых цифрой 2 (*two*),



предлога *for*, заменяемого цифрой 4 (*four*), окончания слова *late*, заменяемого цифрой 8 (*eight*), и в немецком языке появляются аналогичные буквенно-цифровые аббревиатуры: *n8* (*Nacht*) и *gn8* (*gute Nacht* – доброй ночи) [Палкова 2004]. Однако если в английском языке этот прием широко используется и в деловом дискурсе (например, *B2B* – «Business to business» («бизнес для бизнеса»)), то немецкое *n8* является принадлежностью компьютерного сленга.

Следует отметить, что в компьютерном сленге нередко встречаются и омоакронимы. Пользователями компьютерного сленга являются и профессионалы, и любители. Соответственно целевой аудитории варьируются и функции используемых аббревиатур в целом и омоакронимов в частности. Для профессионалов наиболее важной является функция экономии языка, в силу чего аббревиатуры заменяют в компьютерном сленге не только словосочетания, но нередко и целые фразы: *MUSEN* – *Meinem unmaßgeblichen Sprachempfinden nach* (по моему скромному мнению после услышанной речи), *SAHARA* – *Sammlung häufig registrierter Anfragen* (список часто регистрируемых запросов) и т.п.

Для пользователей-любителей при использовании омоакронимов более важной является функция оживления языка общения, а также функция создания у пользователей чувства общения на языке, непонятном непосвященным, поэтому этимология и семантика узуальной единицы, созвучной созданной аббревиатуре, значения практически не имеет, например: *SUMO* – *Shut Up Move On* (закрой рот и продолжай действовать), *CHAOS* – *Chief Has Arrived On Scene* (шеф появился в поле зрения). Так, М.Г. Чабаненко отмечает такие функции никнеймов, как функцию самопрезентации личности при одновременном сокрытии настоящего имени, функцию дискурсивного маркера, контактоустанавливающую функцию, эмоционально-экспрессивную функцию, а также игровую функцию, позволяющую благодаря удачному выбору имени-маски создать новый имидж [Чабаненко 2007].

Подводя итог, можно сказать, что в рассматриваемых нами дискурсах, к которым относятся экономический, политический, газетно-публицистический и компьютерный, используются различные аббревиатуры-онимы. В экономическом и политическом дискурсах преобладают эргонимы, выполняющие ряд общих функций (языковая экономия, облегчение коммуникации, когезивная или текстосвязующая функция, реализация деривационного потенциала и пополнение словарного состава немецкого языка) и ряд специфических. Так, в экономическом дискурсе они могут выполнять функцию логотипа и рекламы; в политическом – функцию завуалирования идеологической платформы. Для газетно-публицистического дискурса характерны аббревиатуры-гемеронимы, которым могут быть присущи функция создания положительного имиджа издания, рекламная, а также

мнемоническая функция. Для данного типа дискурса наряду с текстосвязующей функцией аббревиатуры важна также функция свидетельства о владении автором статьи достаточно широкой палитрой языковых средств. Для компьютерного дискурса специфическим видом онимов являются аббревиатуры-инетонимы, представляющие собой преимущественно англицизмы и выполняющие прежде всего функцию заполнения лакун и пополнения словарного запаса языка-реципиента.

Проведенный нами анализ позволяет утверждать, что практически для всех дискурсов характерно использование антропонимов в сокращенном виде, функции которых, однако, варьируются в зависимости от типа дискурса. Так, в экономическом дискурсе они несут информацию о создателе или владельце фирмы; в газетно-публицистическом жанре они могут содержать информацию об авторе статьи, применительно же к объекту статьи они могут выполнять стилистические функции с положительной или негативной коннотацией. Для антропонимов-аббревиатур помимо функций, общих для всех дискурсов, характерны специфические функции, среди которых наибольший интерес представляют следующие: создание электронного адреса и/или никнеймов, в которых, в свою очередь, реализуются функция создания «чувства» общения на языке, непонятном непосвященным; функция самопрезентации, функция сокрытия настоящего имени и, одновременно, функция создания нового имиджа, функция дискурсивного маркера, контактоустанавливающая функция, а также эмоционально-экспрессивная и игровая функция.

### ***Библиографический список***

*Алексеев А.В.* Аббревиация в современной виртуальной коммуникации: прагматический аспект (на материале английского и немецкого языков): дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2017. 191 с.

*Артемова Л.А.* Особенности функционирования антропонимов в газетных текстах различных жанров // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. № 2 (ч. 2). С. 66–74.

*Голубева Т.С.* О влиянии английских аббревиатур-заимствований на структуру немецких сокращений в языке профессионального общения // Materials of the VI international research and practice conference Vol. II. December 27–28. Munich, Germany, 2013. Pp. 97–100.

*Демьянков В.З.* Политический дискурс как предмет политологической филологии [Электронный ресурс] // Политическая наука. 2002. № 3. С. 31–44. URL: [www.infolex.ru/PolDis.html](http://www.infolex.ru/PolDis.html) (дата обращения: 04.02.2020).

*Елькин В.В., Ровенская А.В.* К проблеме формулирования принципов классификации прагмонимов // Университетские чтения – 2015.

Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск, 2015. С. 149–155.

*Кадимова Р.Р.* Деловой экономический дискурс как форма институциональной коммуникации (на материале французского языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2013. № 10 (670). С. 51–61.

*Касумова М.Ю.* Компьютерный дискурс как новый вид коммуникации // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. 2009. № 3. С. 61–64.

*Косоногова О.В.* Статус онимического термина в лингвистике. Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2016. 117 с.

*Кукина Н.В.* Варьирование в аббревиации топонимов (на материале современного немецкого языка) // Филологические науки в МГИМО. 2018. № 3 (15). С. 25–31.

*Ларионова М.В.* К вопросу о языковых манипуляциях (на материале испанского газетно-публицистического дискурса) // Иберо-романистика в современном мире: научная парадигма и актуальные задачи: Тезисы конференции: МГУ имени М.В. Ломоносова, Филологический факультет, 22–23 ноября 2012 г. М.: МАКС Пресс, 2012. С. 53–55.

*Лингвистический энциклопедический словарь* / под ред. В.Н. Ярцевой. М., 1990. 682 с.

*Маланханова А.Е., Сысоев П.В.* Особенности перевода текстов экономического дискурса с китайского языка на русский язык // Язык и культура. 2015. № 4 (32). С. 31–45.

*Палкова А.В.* Аббревиация как способ образования новых лексических единиц в сфере компьютерной техники и Интернета // Иностранные языки в экономических вузах России: Всероссийский научно-информационный альманах. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, 2004. С. 66–80.

*Паневчик В.В.* Деловое письмо: практическое пособие. 2-е изд. Минск: Амалфея, 2015. 160 с.

*Чабаненко М.Г.* Молодежный дискурс как реализация типовой и индивидуальной языковой личности: дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2007. 198 с.

*Чернявская В.Е.* Власть дискурса и дискурс власти. Проблемы речевого воздействия. М: Наука, 2006. 134 с.

*Fleischer W., Michel G.* Stilistik der deutschen Gegenwartssprache. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1977. 394 S.

*Grebović Selma.* Kurzwörter in Presstexten. Würzburg, 2007. 156 S.