**ОГЛАВЛЕНИЕ**

Введение

Глава I Словообразование как один из способов пополнения активного запаса современного русского языка

1.1 Словообразование как наука

1.2 Способы словообразования в современном русском языке

1.3 Аббревиация как способ словообразования

Выводы по главе I

Глава II Изучение аббревиатур в печатной рекламе

2.1 Общая характеристика журнала «ЦЕНЫ» и рекламных объявлений

2.2 Аббревиатуры в названиях организаций

2.3 Аббревиатуры в названиях строительных материалов

Выводы по главе II

Заключение

Список литературы

**Введение**

С развитием экономики, политики, производства и других сфер жизни в современном русском языке появляются новые слова. Новые слова заимствованы из других языков, а так же образуются различными способами. Одним их продуктивных способов словообразования является аббревиация.

Актуальность темы определяется тем, что аббревиация, как способ словообразования позволяет нам сокращать речевой поток слов, делать лексические единицы более коммуникативными и удобными. В то же время наблюдается проблема употребления аббревиатур, так как не всегда дается ее расшифровка, и составители аббревиатур не всегда правильно ее образуют.

Объектом исследования курсовой работы является словообразование современного русского языка.

Предметом исследования являются аббревиатуры в журнале «ЦЕНЫ».

Цель курсовой работы - выделить виды аббревиатур в рекламных объявлениях журнала «ЦЕНЫ».

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Охарактеризовать словообразование современного русского языка

2. Описать основные способы словообразования

3. Охарактеризовать аббревиацию как продуктивный способ словообразования

4. Выделить виды аббревиатур в рекламных объявлениях журнале «ЦЕНЫ».

Цель и задачи курсовой работы определили ее структуру.

Данная курсовая работа состоит из двух глав, выводом по первой и второй главе, заключения, списка литературы и приложения.

**Глава I Словообразование как способ пополнения словарного**

**состава современного русского языка**

**1.1 Словообразование как наука**

Существует несколько способов пополнения словарного состава современного русского языка. Одним из основных способов является словообразование.

Словообразование или дериватология – раздел языкознания, изучающий структуру и семантику производных слов, способы словообразования и их объединения. (8, с. 487)

Основным объектом рассмотрения в словообразовании является производное слово (дериват). Производные слова – это слова, значение и звучание которых обусловлены семантикой и звуковой формой других, однокоренных с ними слов.(1, с. 206). По образному определению польского лингвиста В. Дорошевского, производные слова – это «галерея окон, через которое мы можем смотреть на все то, что есть вне нашего «я» и что в форме воспоминаний сохраняется в нашей памяти и благодаря словам может оживать в ней». Производное слово семантически и формально выводится из родственного слова, которое мотивирует его. (8 с. 487)

Словообразование изучает образование (или деривацию) слов от родственных, однокоренных слов и описывает установившееся нормально-смысловое соотношение между производящим и производным. Следовательно, термином «словообразование» обозначается и система словообразовательных отношений в языке, и раздел языкознания, изучающий эти отношения. (1 с. 205)

Словообразовательная система русского языка в настоящее время изучается как с позиции словообразовательного анализа, так и в плане синтеза словообразовательных отношений.

Основной задачей словообразовательного анализа является установление словообразовательной структуры деривата.

Словообразовательный анализ – наиболее активно разрабатываемое (и, можно сказать, уже традиционное) направление изучения строение русского слова. В ходе словообразовательного анализа описывается структура производных слов, определяется способ их образования, устанавливаются их семантические связи с родственными словами.(1, с. 207)

Словообразовательный синтез – это относительно новое, выделившееся в 70-е годы XX в. Направление в изучении словообразовательных отношений. Словообразовательный синтез опирается на выводы и положения словообразовательного анализа. (1, с. 207)

Центральным понятием словообразования является дериват.

Дериват – это слово или основа, которого мотивирована по форме и значению основой другого слова или основами нескольких слов. Принято различать дериваты системные (языковые) и контекстуальные (речевые). (1, с 209)

Системные дериваты построены в строгом соответствии со словообразовательными законами языка и фиксируются в толковых и иных словарях (писатель, самозабвенный, прочитать). Такие дериваты не создаются говорящим в процессе коммуникации, а воспроизводятся им в готовом виде, «извлекаются» из словарного запаса, хранящегося в памяти.(1, с. 209)

Среди контекстуальных дериватов, образуемых говорящем в речи по мере надобности, различают потенциальные слова и окказионализмы.

Потенциальные слова – это обычно не фиксируемые словарями дериваты типа (самозакрепощение, возражатель, проинтегрировать), создаваемые в случае необходимости в спонтанной речи по образцам.(1, с. 209)

Окказионализмы – это авторские неологизмы, созданные в разговорной или художественной речи с нарушением словообразовательных закономерностей противопоставленные как «реальным» словам, так и потенциальным словам, что делает их ярким стилистическим средством, широко используемым в поэзии.(1, с. 209) (В. Хлебников много экспериментировал со словом самогнанец «тот, кто гонит себя сам» (Самогнанцы в даль, в чужбу).

В основе деривата существует соотношение двух элементов

а) производящего (т.е. производящей основы или нескольких таких основ);

б) дериватора (или словообразовательного форманта). Например, в основе деривата книжечк(а) выделяются производящее книж- и дериватор -ечк-. высокопродуктивных словообразовательных типов.(1, с. 210)

Производящая основа - может быть представлена в основе деривата как в полном виде (чита(ть) – чита-тель), так и в усеченном виде (высок(ий) – высота).(1, с. 210)

Дериватором - называется элемент словообразовательной структуры, представляющей собой конкретное средство, с помощью которого данное производное слово образовано от производящего. (1, с. 210)

Можно сказать, что словообразование изучается с позиции словообразовательного анализа и словообразовательного синтеза. Главным понятием словообразования является дериват. В составе деривата существует соотношение двух элементов: производящей основы и дериватора.

**1.2 Способы словообразования в современном русском языке**

В современном русском языке выделяют несколько способов словообразования. Способами словообразования называются типы выражения деривационных отношений с помощью определенных дериваторов, а также сами классы производных слов, устанавливаемые с учетом характера дериватора. (1, с. 211)

В.В. Виноградов, предложил первую в русистике развернутую классификацию способ словообразования в русском языке, разграничивал четыре способа:

1. Морфологический (точнее было бы сказать морфемный или аффиксальный) способ со следующими разновидностями:

- суффиксальный (прокат – прокатчик);

- префиксальный (бежать – побежать);

- суффиксально-префиксальный (стакан – подстаканник);

- бессуффиксный (глухой – глушь).

2. Лексико-семантический способ - «расщепление» многозначного слова на омонимы (1.Титан – сильная героическая личность. 2. Титан – большой кипятильник для воды).

3. Лексико-синтаксический способ словообразования – сращение в одно слово двух или нескольких лексических единиц (спаси Бог – спасибо).

4. Морфолого-синтаксический способ словообразования – переход слова из одной части речи в другую (деепричастие «благодаря» - предлог «благодаря»). (1, с. 211)

В.В. Виноградов с учетом характера дериватов в современном русском языке разграничил следующие способы словообразования:

- аффиксальные: префиксальный, суффиксальный, постфиксальный, префиксально-суффиксальный, префиксально-постфиксальный, префиксально-суффисально-постфиксальный;

- безаффиксные: конверсия, сокращение, сложение, аббревиация, словосложение;

- смешанные: префиксально-сложный, суффиксально-сложный, сращение с суффиксацией. (1, с. 212)

Аффиксальные способы словообразования:

1. Префиксальный способ словообразования или префиксация – один из основных аффиксальных способов. Дериватором является префикс. При префиксации производящее и производное относятся всегда к одной части речи. Данный способ используется при образовании дериватов всех самостоятельных частей речи (чемпион – экс-чемпион; история – предыстория; интересный – преинтересный; естественный – противоестественный);

2. Суффиксальный – дериватом является суффикс. Характерен для образования существительных (читать – читатель; храбрый – храбрец);

прилагательных (медь – медный; синий – синенький).

3. Постфиксальный – способ образования глаголов (ссорить – ссориться); используются так же при образовании неопределенных местоимений (что – что-то; какой – какой-либо).

4. Префиксально – суффиксальный характерен для образования производных слов. Этот способ используется при образовании сущ. (смысл – бессмыслица; служить – сослуживец).

5. Префиксально – постфиксальный – способ образования глаголов, когда в качестве деривата выступает функциональное единство префикса и постфикса (смотреть – всмотреться; спать – выспаться).

6. Суффиксально – постфиксальный – способ образования глаголов, при котором дериватором служит функциональное единство суффикса и постфикса (петух – петушиться; присесть – присаживаться).

7. Префиксально – суффиксально – постфиксальный – способ образования глаголов, когда в качестве дериваторов используется функциональное единство префикса постфикса и суффикса (шутить – перешучиваться; блуждать – заблудиться). (1, с. 212)

Безаффиксные (операционные) способы словообразования:

1. Субстантивация – это безаффиксный способ словообразования сущ., при котором средством словообразовательных отношений является коренное изменение грамматических признаков производного слова по сравнению с производящим (перевязочный - перевязочная; учительский – учительская).

2. Сокращение - дериватором является усечение производящей основы. Сокращениями называют и соответствующие производящие слова:

сущ. (фото – фотография);

несклоняемые прилагательные (беж – бежевый);

неспрягаемые глаголы (хлоп – хлопнуться).

3. Сложение – это обобщенное наименование для некоторых безаффиксных способов, при котором производящее представлено двумя или несколькими основами.

4. Чистое сложение (сложение в узком смысле) - это объединение в составе производной основы нескольких производящих основ в полном (неусеченном) виде (Волгоград; сорвиголова).

5. Аббревиация (или сложносокращенный способ словообразования) – это образование на базе сочетания слов, основы которых входят в состав производной основы в усеченном виде (ВУЗ, ЭВМ);

6. Сложносоставной (или словосложение) - это разновидность сложения, представляющая собой образование производных слов путем объединения производящих слов целиком, вместе с флексиями (музей-квартира, диван-кровать, выставка-продажа);

сложносоставным способом образуются существительные (платье – костюм);

и числительные (двадцать пять, сто сорок шесть).

7. Сращение – это еще одна разновидность сложения, представляющая собой образования адъективных и глагольных дериватов на базе сочетания слов и словоформ, связанных словоподчинительными отношениями (фосфорсодержащий – содержащий фосфор; умалишенный – лишенный ума). (1, с. 215)

Смешанные способы словообразования:

1. Префиксально – сложный – сложение производящих основ сопровождается префиксацией (умиротворить – мир, творить);

2. Суффиксально – сложный - сложение производящих основ сопровождается суффиксацией (мореплаватель – море + плавать + - тель);

3. Префиксально – суффиксально – сложный – сложение производящих основ, которое сопровождается одновременно префиксацией и суффиксацией (повсеместный – все места +по +н);

4. Сращение с суффиксацией - смешанный способ словообразования, при котором сращение элементов производящей базы сопровождается суффиксацией (ничегонеделание – ничего не делать);

5. Сокращение с суффиксацией – сокращение производящей основы сопровождается суффиксацией (велик – велосипед; телик – телевизор);

6. Сращение с префиксацией и суффиксацией – это смешанные способ словообразования прилагательных типа «бесхозный» - «не имеющий хозяина», когда к сокращенной производящей основе прибавляются одновременно префикс и суффикс. (1, с. 218)

Таким образом, можно сказать, что способы словообразования классифицируют на основе деривационных отношений и с помощью определения дериваторов.

**1.3 Аббревиация как способ словообразования**

Аббревиация как способ словообразования изучается сравнительно недавно. Важную роль в её становлении сыграли исследования Ф.Ф. Фортунатова, разграничившего формы словоизменения и словообразования.

Аббревиация (или сложносокращенный способ словообразования) – это образование существительного на базе сочетания слов, основы которых входят в состав производной основы в усечённом виде (госкомитет – государственный комитет). (6, с. 10)

Аббревиация активно взаимодействует с другими способами словообразования. От аббревиатур могут образовываться новые слова с помощью традиционных способов словообразования:

а) словопроизводства;

б) словосложения;

в) конверсии.

Взаимодействие аббревиации и словосложения привело к созданию в современном языке нового структурного типа частичносокращённых слов.

Несмотря на то, что производные слова регистрируются в русском языке давно, объектом научных исследований эти лексические единицы стали совсем недавно, и работ, посвящённых изучению этого вопроса, пока немного. Что касается частоты употребления дериватов сокращений, то, как уже отмечалось выше, количество аббревиатурных производных остаётся небольшим.

В последние годы наметился кризис перенасыщения языка инициальными аббревиатурами, неудобными для произношения и трудными для запоминания. Но язык справился с этим кризисом внутренними средствами: усилилась тенденция лексикализации аббревиатур, в результате чего появился качественно новый способ аббревиации - омоакронимия, под которой понимается создание сокращённых единиц, совпадающих по своей фонетической структуре с общеупотребительными словами.

Омоакронимы - это совершенно особые, уникальные лексические единицы. В настоящее время омоакронимия является наиболее развитой и важной степенью аббревиации. Особенно охотно прибегают к омоакронимии при создании специальных терминов, что вполне объяснимо: обилие терминов затрудняет их запоминание, но "подогнанные" под какое-либо широко известное и всеми употребляемое слово, они быстро входят в речевой обиход, а потом закрепляются в языке, так как стереотипность форм сокращения даёт возможность легко сохранить их в памяти (ГЭС – Гидро-электро станция или ГЭС - ). В качестве модели выбирается не только наиболее знакомое слово, но и такое, чтобы его значение ассоциировалось с внутренней формой, смыслом этого термина. При этом в образовании омоакронимов тесно взаимодействуют морфологический и лексический аспекты: первый определяет структуру омоакронима, второй - его семантику. Это явление получило название коррелятивной аббревиации, под которой В. В. Борисов, всесторонне исследовавший особенности сокращённых единиц, и, особенно, акронимов, понимает процесс параллельного, одновременного создания сокращения и коррелята, а также случаи подбора новых коррелятов к уже существующим значениям. (5, с. 27)

Аббревиация как способ словообразования представляет сложное, многогранное явление, уходящее своими корнями в далёкое прошлое. Распространение аббревиатур связывают с появлением в реальной действительности сложных денотатов, требующих для своего обозначения словосочетаний или сложных слов.

Функция аббревиатуры в процессе коммуникации состоит в более экономном выражении мысли и устранении избыточности информации. В аббревиатурах информация передаётся меньшим числом знаков, поэтому "ёмкость" каждого знака больше, чем в соответствующих исходных единицах, что даёт основание рассматривать аббревиацию как один из видов оптимизации речевого сообщения.

Актуальность аббревиации определяется потребностью в наименовании новых понятий и объектов. Дальнейшее развитие аббревиации представляется перспективным направлением. Языки в целом ни в малейшей степени не проявили тенденции к общему уменьшению аббревиатурных номинаций. Более того, сохранение оболочек - это глубоко значимый факт в истории аббревиации. По наблюдениям некоторых современных лингвистов, в слоговых и многосложных аббревиатурах используются специфические элементы морфологического характера, - так называемые "осколки морфем". Это не отдельные звуки или буквы, это и не целые корневые морфемы, но они обладают рядом признаков: семантически - опознавательностью, фонетически - произносимостью, функционально - оптимальностью структуры. Этот факт подтверждает высказывание известного лингвиста Е. Д. Поливанова, который рассматривал сокращённые слова в плане общей теории экономии языковых средств и считал, что тенденция к производству аббревиатур в языке настолько сильна, что в будущем возможна замена некоторых лексико-грамматических классов слов своеобразными морфемами, "потомками нынешних сокращений".(5, с. 28)

Таким образом, аббревиатуры экономны по форме (экономят площадь печатной продукции и время устных сообщений), но в то же время они избыточны, поскольку их основной корпус требует расшифровки (полного несокращенного наименования).

Дериваты, полученные указанным способом, называются аббревиатурами или сложносокращенными словами.

Аббревиатура - в словообразовании: существительное, образованное из усечённых отрезков слов (исполком, комсомол), из таких же отрезков в сочетании с целым словом (роддом, запчасти), а также из начальных звуков слов или названий их начальных букв (АТС, МХАТ), сложносокращённое слово. (2 с. 15)

Аббревиатура – Слово, образованное из начальных букв или из начальных звуков слов, входящих в исходное словосочетание (инициальная аббревиатура). (10 с. 10)

Аббревиатура обычно синонимична исходному словосочетанию. Различаются следующие типы аббревиатур (классификация В.В. Виноградова):

1) буквенные – сложение названий начальных букв в производящих словах (МПГУ – Московский педагогический государственный университет);

2) фонемные – сложение начальных фонем производящих основ (РАН – Российская Академия наук);

3) буквенно-фонемные – например, в аббревиатуре ЦСКА – Центральный спортивный клуб армии. Объединены названия букв Ц и. С, а также. К и. А, произносимые вместе как КА;

4) слоговые – результат объединения начальных частей производящих основ (профком – профсоюзный комитет);

5) фонемно-слоговые – (ИМЛИ – Институт мировой литературы);

6) слого-словные - объединение начального элемента одного слова с другим словом, предоставленным в полном виде (Госдума – Государственная дума);

7) слого-словоформные – объединение начального элемента одного слова падежной формой другого слова (завбазой - заведующий базой);

8) слоговые «телескопические», так называемые начально-конечные (мопед – мотоцикл + велосипед). (1 с. 216)

Одной из наиболее обоснованных в настоящее время теорий появления сокращений является концепция экономии речевых средств, получившая наибольшее развитие в трудах А. Мартине и Е. Д. Поливанова. Суть "экономного использования языка" заключается в обеспечении передачи максимального количества информации в единицу времени, то есть в повышении коммуникативной роли языка. С такой точки зрения именно экономное использование аббревиатур языком рассматривается, как один из способов концентрирования информации в целях повышения эффективности общения. (5, с. 30)

Особое свойство производных слов - их формальная и семантическая связанность с другими лексическими единицами, структурная и смысловая обусловленность другими языковыми знаками, иначе говоря, их мотивированность. Благодаря последней производные слова образуют в языковой системе особый класс лексических единиц. В нём одновременно фиксируется, закрепляется сам словообразовательный процесс со всеми его участниками, и до тех пор, пока слово в какой бы то ни было свёрнутой или производной форме сохраняет следы этого процесса, оно удерживает свой статус деривата.

Таким образом, одной из главных функций аббревиатур является передача максимального количества информации в единицу времени.

**Выводы по главе I**

Изучив теоретический материал можно сделать следующие выводы:

Во-первых, словообразование русского языка молодая отрасль языкознания, которая изучается с точки зрения - словообразовательного анализа и словообразовательного синтеза.

Центральным понятием словообразования является деривация слов, от родственных и однокоренных слов.

Во-вторых, В.В. Виноградов выделяет четыре основных способа словообразования: морфологический, лексико-семантический, лексико-синтаксический, морфолого-синтаксический. С учетом характера дериватов разграничивает: аффиксальные, безаффиксные, смешанные способы словообразования.

В-третьих, аббревиация активно взаимодействует с другими способами словообразования: словопроизводство, словосложение, конверсия.

В-четвертых, В. В. Виноградов выделяет восемь основных видов, классификации аббревиатур: буквенные, фонемные, буквенно-фонемные, слоговые, слого-словные, слого-словоформные, телескопические.

В-пятых, в последнее время в нашей стране происходит перенасыщения языка инициальными аббревиатурами, которые не удобны для произношения. В результате этого появился совершенно новый способ аббревиации – омоакронимия.

В-шестых, аббревиация – это сложное, многогранное явление. Функция аббревиатуры в процессе коммуникации состоит в более экономном выражении мысли. Дальнейшее развитие аббревиатур – это перспективное направление, так как еще не один язык мира не проявил тенденции к уменьшению аббревиатур в речи.

**Глава II Изучение аббревиатур в печатной рекламе**

**2.1 Общая характеристика журнала «ЦЕНЫ» и рекламных**

**объявлений**

«Реклама вскармливает потребительские способности людей. Она порождает потребности в более высоком уровне жизни. Она ставит перед человеком цель обеспечить себя лучшим жилищем, лучшей одеждой, лучшей пищей. Она стимулирует усердие и производительность. Она объединяет в плодотворный брачный союз такие вещи, которые в других обстоятельствах просто не сошлись бы друг с другом». (4, с. 3).

Потребитель читает рекламу «по диагонали», смотрит «одним глазом», слушает «одним ухом». Он воспринимает ее непроизвольным вниманием, для которого характерно отсутствие определенной цели. Поэтому непроизвольное внимание быстро угасает. Для того чтобы реклама была замечена, надо непроизвольное внимание превратить в произвольное, которое отличается целенаправленностью. Потребитель начинает выделять данную рекламу из общей массы, и у него появляется желание подробнее ознакомиться с ее содержанием.

Существует несколько основных видов рекламы:

1. Реклама на радио;

2. Реклама на телевидении;

3. Реклама в печатном издании.(4, с. 87)

Самым популярным видом рекламы является реклама в печатных изданиях, а именно объявления. Существует множество видов печатной рекламы: проспектов, листовок, буклетов, каталогов, рекламных плакатов, но самым распространенным являются рекламные объявления в журналах и газетах. Огромные тиражи газет, журналов, обеспечивают низкую стоимость одного рекламного контакта, хотя цена одной полосы обычно весьма высока. Время жизни рекламного объявления в газете, - один - два дня, в журнале – неделя, месяц и даже больше, если он лежит в холле гостиницы, в салоне красоты и т.п. Но газету просматривают ежедневно, и поэтому рекламное объявление, регулярно помещаемое в ней, воздействует на читателя часто. С другой стороны, журнал обеспечивает более высокое качество полиграфического исполнения, а значит, и более сильное эмоциональное воздействие.

Существует несколько основных правил создания рекламного объявления для печатного издания:

1. Рекламное объявление должно быть кратким.

2. Рекламное объявление должно посвящаться одному товару или группе однородных товаров.

3. Нужно выделять самое важное в рекламируемом товаре, и излагать это в короткой лаконичной фразе.

4. Нужно обращаться не к широким массам, а к конкретному потребителю.

5. Необходимо максимально точно и конкретно излагать предложения и избегать расплывчатых фраз.

6. Избегать ненужной информации в рекламном объявлении.

7. Изменения, вносимые в рекламное объявление, не должны менять его общий стиль и эмоциональную окраску.

8. Иллюстрации в рекламном объявлении должны дополнять текст, а не существовать сами по себе.

9. В рекламном объявлении должны быть предоставлены адрес, телефон, а если название состоит из аббревиатуры, то расшифровку данной аббревиатуры. (4, с. 132)

Рекламные объявления в печатных СМИ, имеют определенную структуру:

1. Название организации.

2. Перечень рекламируемого товара.

3. Контактный телефон, адрес.

4. Иллюстрацию по теме рекламируемого товара. (4, с. 132)

В курсовой работе нами проанализированы объявления в журнале «ЦЕНЫ».

Журнал «ЦЕНЫ» - еженедельный информационный бюллетень по товарам и ценам. Бюллетень зарегистрирован Государственным комитетом РФ по печати 30. 09.1999г.

Журнал содержит в себе следующие рубрики:

1. Продукты питания.

2. Одежда, обувь, ткани.

3. Бытовая химия.

4. Сельхозтовары.

5. Хозяйственные товары.

6. Мебель, предметы интерьера.

7. Торговое оборудование, технологическое оборудования.

8. Упаковка.

9. Одноразовая посуда, строительные материалы, отделочные материалы и сантехника.

10. Сырье и продукция химической промышленности.

11. Резинотехнические изделия.

12. Металлопродукция.

13. Оборудование.

14. Системы контроля климата.

15. Электрооборудование, электроинструмент, инструмент.

16. Компьютеры.

17. Оргтехника.

18. Бумага, расходные материалы, канцтовары, полиграфия, рекламные услуги.

19. Товары для спорта и отдыха.

20. Автомобили, автозапчасти.

21. Специальная техника, аудио - видео - бытовая техника.

22. Часы, бижутерия, подарки, сувениры, аксессуары.

23. Услуги (грузоперевозки).

24. Недвижимость.

25. Товары для детей, игрушки.

26. Выходные данные.

27. Список фирм.

Реклама является одним из основных способов продвижения товара, более эффективная реклама – печатная, так как помещенные в печатных СМИ, объявления могут просматриваться в течение долгого времени.

**2.2 Аббревиатуры в названиях организаций**

В журнале «ЦЕНЫ» нами были проанализированы аббревиатуры, встречающиеся в названиях организаций. В результате анализа были выделены несколько видов аббревиатур: буквенные, фонемные, буквенно-фонемные, слоговые, слого-словные.

1. Буквенные аббревиатуры в названиях организаций

1. СТД.

Данная аббревиатура произносится как (ЭСТЭДЭ), расшифровывается - Самарский Торговый Дом.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

2. СТХ.

Данная аббревиатура произноситься как (ЭСТЭХА), расшифровывается - СамараТехноХолод.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в названии данной организации.

3. ВРК.

Данная аббревиатура произносится как (ВЭЭРКА), расшифровывается - Волгаресурскомплект.

Аббревиатура образованна по названию элементов слов, входящих в название данной организации.

4. МПТО.

Данная аббревиатура произносится как (ЭМПЭТЭО), в объявлении не расшифровывается название данной организации.

5. КС.

Данная аббревиатура произносится как (КАЭС), расшифровывается - Комплект – Сервис.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

6. МТК.

Данная аббревиатура произносится как (ЭМТЭКА), расшифровывается - Метизная Торговая Компания.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

7. ТКС.

Данная аббревиатура произносится как (ТЭКАЭС), расшифровывается – Техкомплектсервис.

Аббревиатура образована по названию первых букв элементов слов, входящих в название организации.

8. СЦСПС.

Данная аббревиатура произносится как (ЭСЦЭЭСПЭЭС), в объявлении не дается полное написание названия данной организации.

9. ТСК.

Данная аббревиатура произносится как (ТЭЭСКА), в объявлении не расшифровывается название данной организации.

10. ЗЖБК

Данная аббревиатура произносится (ЗЭЖЭБЭКА), расшифровывается - Завод Железобетонных Конструкций.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

11. СЛК.

Данная аббревиатура произносится как (ЭСЭЛКА), в объявлении не указывается полное написание названия данной организации.

12. МС.

Данная аббревиатура произносится как (ЭМЭС), расшифровывается - МеталлСоюз.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

13. ПМК.

Данная аббревиатура произносится как (ПЭЭМКА), расшифровывается - Промышленная Металлургическая Компания.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

14. ЕАЕ

Данная аббревиатура произносится как (ЕАЕ), в объявлении не указывается расшифрованное название данной организации.

15. СПТК.

Данная аббревиатура произносится как (ЭСПЭТЭКА), расшифровывается - Самарская Производственно-Техническая Корпорация.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

16. ВП

Данная аббревиатура произносится как (ВЭПЭ), расшифровывается - Волга-Проект.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

17. СВ ЖБЗ

Данная аббревиатура произносится как (ЭСВЭ ЖЭБЭЗЭ), расшифровывается - Северный Железобетонный Завод.

Аббревиатура образованна по названию элементов слов, входящих в название данной организации.

18. ПКФ «СОББИТ».

Данная аббревиатура произносится как (ПЭКАЭФ), расшифровывается - Производственно Коммерческая Фирма «СОББИТ».

Аббревиатура образованна по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

19. СВ-климат.

Данная аббревиатура произносится как (ЭСВЭ), расшифровывается - Свежий Климат.

Аббревиатура образованна по названию элементов слов, входящих в название данной организации.

20. АДВ-групп.

Данная аббревиатура произносится как (АДЭВЭ), в объявлении не дается полное написание названия данной организации.

21. ДМ-текстиль

Данная аббревиатура произносится как (ДЭЭМ), расшифровывается - Домашний текстиль.

Аббревиатура образованна по названию элементов слов, входящих в название данной организации.

22. ХПП

Данная аббревиатура произносится как (ХАПЭПЭ), в объявлении не указывается расшифрованное написание данной организации.

23. ЛДСП

Данная аббревиатура произносится как (ЭЛДЭЭСПЭ), в объявлении не указывается полное написание названия данной организации.

24. СВ-упаковка

Данная аббревиатура произносится как (ЭСВЭ), в объявлении не указывается расшифрованное написание данной организации.

25. МДФ.

Данная аббревиатура произносится как (ЭМДЭЭ), в объявлении не указываются слова, входящие в название данной организации.

26. ЦСП.

Данная аббревиатура произносится как (ЦЭЭСПЭ), в объявлении не дается полное написание названия данной организации.

27. СПК.

Данная аббревиатура произносится как (ЭСПЭКА), расшифровывается - Совместная производственная компания.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

28. БСУ

Данная аббревиатура произносится как (БЭЭСУ), расшифровывается - Бетонно-Смесительный Узел.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

29. ОАО

Данная аббревиатура расшифровывается как Открытое Акционерное Общество.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

30. ООО

Данная аббревиатура расшифровывается - Общество с Ограниченной Ответственностью.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

31. ЗАО.

Данная аббревиатура расшифровывается как Закрытое Акционерное Общество.

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данной организации.

2. Фонемные аббревиатуры в названиях организаций.

1. РИК.

Данная аббревиатура произносится как [РИК], в объявлении не дается полное написание названия данной организации.

2. ВЭЗ

Данная аббревиатура произносится как [ВЭЗ], в объявлении не указывается расшифрованное написание данной организации.

3. РОСАР

Данная аббревиатура произносится как [РОСАР], в объявлении не дается полное написание названия данной организации.

4. ЮНИСТЭК

Данная аббревиатура произносится как [ЮНИСТЭК], в объявлении не указывается расшифрованное написание данной организации.

5. СМиК

Данная аббревиатура произносится как [СМИК], в объявлении не расшифровывается название данной организации.

6. ДАЯС

Данная аббревиатура произносится как [ДАЯС], в объявлении не расшифровывается название данной организации.

7. СКИЛЛ

Данная аббревиатура произносится как [СКИЛЛ], в объявлении не указывается полное название данной организации.

8. ОПТИМ

Данная аббревиатура произносится как [ОПТИМ], в объявлении не дается полное, расшифрованное название данной организации.

9. ИРБИС

Данная аббревиатура произносится как [ИРБИС], в объявлении не расшифровывается название данной организации.

10. ФИКОН.

Данная аббревиатура произносится как [ФИКОН], в объявлении не дается полное написание названия данной организации.

11. ФРОСТ

Данная аббревиатура произносится как [ФРОСТ], в объявлении не указывается полное написание названия данной организации.

12. СИГМА

Данная аббревиатура произносится как [СИГМА], в объявлении не указывается расшифрованное написание названия данной организации.

13. Спарк

Данная аббревиатура произносится как [СПАРК], в объявлении не дается расшифрованное написание названия данной организации.

3. Буквенно-фонемные аббревиатуры в названиях организаций.

1. ИПКФ «КРОН».

Данная аббревиатура произносится как (ИПЭКАЭФ), расшифровывается – Инвестиционная Производственно Коммерческая Фирма КРОН».

Аббревиатура, образованна по названию первых букв слова, входящих в название данной организации.

2. ОКАХИМ.

Данная аббревиатура произносится как (ОКАХИМ), в объявлении не указываются слова, из которых состоит название данной организации.

4. Слоговые аббревиатуры в названиях организации.

1. Контрсофит

В объявлении не указывается расшифрованное написание данной аббревиации.

2. Химпласт

Данная аббревиатура расшифровываетися как Химическая пластмасса;

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

3. Промавтохим.

Данная аббревиатура расшифровывается как - Промышленная автомобильная химия.

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

4. Метаком.

Данная аббревиатура расшифровывается как Металлургическая компания.

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

5. Торгмет.

Данная аббревиатура расшифровывается как Торговля металлом

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

6. Техпром.

Данная аббревиатура расшифровывается как Техническая Промышленность.

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

7. Химпром.

Данная аббревиатура расшифровывается как Химическая промышленность.

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

8. Армаснаб.

Данная аббревиатура расшифровывается как Арматурное снабжение

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

9. Технопак.

Данная аббревиатура расшифровывается как Техническая упаковка

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

10. Хозопторг.

Данная аббревиатура расшифровывается как Оптовая торговля хозяйственными товарами.

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

11. Волгопромснаб.

Данная аббревиатура расшифровывается как «Волга» промышленное снабжение.

Аббревиатура образована при помощи имени собственного и элементов слов.

12. ХИМСБЫТ.

Данная аббревиатура расшифровывается как Химический сбыт;

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

13. Реахим Самара.

Данная аббревиатура расшифровывается как Химические реактивы;

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

14. ЭлКом.

Данная аббревиатура читается как [ЭЛКОМ], расшифровывается - Электрическая компания.

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

15. .СинТол.

Данная аббревиатура читается как [СИНТОЛ], в объявлении не указывается расшифрованное написание названия данной организации.

16. ЭлТех.

Данная аббревиатура читается как [ЭЛТЕХ], расшифровывается - Электрическая техника.

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной аббревиации.

17. Южуралметпром плюс.

Данная аббревиатура расшифровывается как Южно-Уральская Металлургическая Промышленность Плюс.

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, а так же целого слова входящего в название данной организации имени собственного.

18. МАКСКОМ.

В объявлении не указывается расшифрованное написание названия данной организации.

19. АРМАКОМ.

Данная аббревиатура расшифровывается как Арматурная компания;

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, входящих в название данной организации.

5. Фонемно-слоговые аббревиатуры в названиях организаций.

1. САТКО.

Данная аббревиатура расшифровывается как САмарская Торговая Компания.

Аббревиатура образованна по названию первых двух букв слов, а так же по названию первой буквы, из которых состоит название данной организации.

6. Слого-словные аббревиатуры в названиях организаций.

1. «РОСпосуда».

Данная аббревиатура расшифровывается как Российская посуда.

Аббревиатура образована при помощи первых трех букв слова, а так же целого слова, из которого состоит название данной организации.

2.Стройопторгсервис.

Данная аббревиатура расшифровывается как Строительный оптово – торговый – сервис.

Аббревиатура образована при помощи элементов слов, а так же двух целых слов, входящих в название данной организации.

3. РУССТАЛЬ.

Данная аббревиатура расшифровывается как Русская Сталь.

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента одного слова с другим словом, представленным в полном виде, входящим в название данной организации и имени собственного.

4. Стройкомплект.

Данная аббревиатура расшифровывается как Строительный Комплект.

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента одного слова с другим словом, входящих в название данной организации.

5. Интерметпоставка.

Данная аббревиатура расшифровывается как Интернациональная Металлопрокатная Поставка.

Аббревиатура образована при помощи объединения начальных элементов слов, а так же целого слова, входящего в название данной организации.

6. Уралтрубосталь

Данная аббревиатура расшифровывается как Уральская Трубочная Сталь.

Аббревиатура образована при помощи объединения элемента слова, имени собственного, а так же целого слова.

7. Энергомашкомплект.

Данная аббревиатура расшифровывается как Энергетический Машинный Комплект.

Аббревиатура образована при помощи объединения начальных элементов слов, а так же целого слова, входящего в название данной организации.

8. Бийскэнергомаш – Комплект

Данная аббревиатура расшифровывается как Бийские энергетические машины.

Аббревиатура образована при помощи объединения начальных элементов слов, имени собственного, входящего в название данной организации.

9. Желдорэкспедиция

Данная аббревиатура расшифровывается как Железно – Дорожная Экспедиция.

Аббревиатура образована при помощи объединения начальных элементов слов, а так же целого слова, входящего в название данной организации.

10. Славнефть.

Данная аббревиатура расшифровывается как Славянская нефть.

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента слов, а так же имени собственного, входящего в название данной организации.

11. ЕвразХолдинг.

Данная аббревиатура расшифровывается как Евразийский Холдинг.

Аббревиатура образована при помощи объединения целого слова, а так же имени собственного входящего в название данной организации.

12. Интехпласт Самара.

Данная аббревиатура расшифровывается как Интернациональная техническая пластмасса.

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента слова, целого слова, а так же имени собственного.

13. Промснаб Волга.

Данная аббревиатура расшифровывается как Промышленное Снабжение «Волга».

Аббревиатура образована при помощи объединения начальных элементов слов, входящих в название данной организации, а так же имени собственного «ВОЛГА».

14. Электрощит.

Данная аббревиатура расшифровывается как Электрический Щит.

Аббревиатура образована при помощи объединения двух слов, входящих в название данной организации.

15. Волгастройматериалы.

Данная аббревиатура расшифровывается как «Волга» Строительные Материалы.

Аббревиатура образована при помощи объединения двух слов и имени собственного.

16. ТрансСтрой.

В объявлении не указывается расшифрованное написание названия данной организации.

17. СамараВиброПресс.

Данная аббревиатура расшифровывается как Самарские вибро прессы;

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента слова, целого слова, а так же имени собственного.

18. СамараАгроСтрой.

Данная аббревиатура расшифровывается как Самарское аграрное строительство.

Аббревиатура образована при помощи объединения начальных элементов слов, а так же имени собственного.

19. СамараПожСервис.

Данная аббревиатура расшифровывается как Самарский пожарный сервис.

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента слова, целого слова и имени собственного.

20. Юниксстрой.

В объявлении не указывается расшифрованное написание данной аббревиатуры.

21. ПОЛИМЕРСТРОЙМАТЕРИАЛЫ.

Данная аббревиатура расшифровывается как Полимерные строительные материалы.

Аббревиатура образована при помощи объединения начальных элементов слов, а так же целого слова, входящего в название данной организации.

Таким образом, можно сказать, что в названиях организаций наиболее употребляемые аббревиатуры – это слого-словная, буквенная.

**2.3 Анализ аббревиатур в названиях строительных материалов**

1. Буквенные аббревиатуры в названиях строительных материалов.

1. ПВХ.

Данная аббревиатура читается как (ПЭВЭХА), расшифровывается - Поливинилхлорид;

Аббревиатура образована по названию букв слов, входящих в название данного строительного материала.

2. ДВП.

Данная аббревиатура читается как (ДЭВЭПЭ), расшифровывается - Древесно-волокнистая плита;

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данного строительного материала.

3. ДСП.

Данная аббревиатура читается как (ДЭЭСПЭ), расшифровывается -Древесно-стружечная плита;

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данного строительного материала.

4. ДВПО

Данная аббревиатура читается как (ДЭВЭПЭО), расшифровывается - Древесно-волокнистая плита оригинальная;

Аббревиатура образована по названию первых букв слов, входящих в название данного строительного материала.

2. Слоговые аббревиатуры в названии строительных материалов.

1.Полистар.

В объявлении не указывается расшифрованное написание данного строительного материала.

3. Слого-словные аббревиатуры в названии строительных материалов.

1. Профнастил.

Данная аббревиатура расшифровывается как Профессиональный Настил;

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента слова, а так же целого слова, входящего в название данного строительного материала.

2. Гофрокартон

Данная аббревиатура расшифровывается как Гофрированный Картон;

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента слова, а так же целого слова, входящего в название данного строительного материала.

3. Поликарбонат.

В объявлении не расшифровывается название данной организации.

4. Оргстекло.

Данная аббревиатура расшифровывается как Органическое Стекло.

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента слова, а так же целого слова, входящего в название данного строительного материала.

5. Огнеупоры.

Данная аббревиатура расшифровывается как Огневые Упоры.

Аббревиатура образована при помощи объединения начального элемента слова, а так же целого слова, входящего в название данного строительного материала.

6. ПЕНОПОЛИУРЕТАН.

В объявлении не указывается расшифрованное название данной организации.

Проанализировав виды аббревиатур в названиях строительных материалов, можно сказать, что наиболее употребляемая аббревиатура – это слого-словная.

**Выводы по главе II**

Проанализировав рекламные объявления в журнале «ЦЕНЫ» нами сделаны следующие выводы:

1. Рекламные объявления в печатных изданиях являются самым популярным видом рекламы. Рекламное объявление, помещенное в печатных изданиях, сильно воздействует на человека, так как читатель каждый день просматривает печатные СМИ. Существует несколько основных правил создания печатных объявлений, также существует определенная структура рекламного объявления.

2. В рекламных объявлениях все чаще встречаются аббревиатуры, так как они экономны по форме (экономят площадь рекламной продукции). Но, к сожалению, не все организации указывают расшифровку аббревиатура.

3. В рекламных объявлениях журнала «ЦЕНЫ», нами были выделены две тематические группы для анализа аббревиатур: строительные материалы, название организаций.

4. В названиях организаций наиболее употребляемыми являются буквенные, фонемные, слоговые, слого-словные аббревиатуры, наименее употребляемые: буквенно-фонемные, фонемно-слоговые, не представленные вообще виды аббревиатур: слого – словоформные, «телескопические».

5. В названиях строительных материалов чаще употребляются буквенные, слого-словные аббревиатуры, реже встречаются слоговые аббревиатуры, не представлены вообще фонемные, буквенно-фонемные, фонемно-слоговые, слого-словоформные, «телескопические» аббревиатуры.

**Заключение**

Данная курсовая работа посвящена печатным объявлениям в журнале «ЦЕНЫ».

В первой главе нами рассматриваются теоретические аспекты словообразования: представляется классификация способов словообразования, типы аббревиатур.

Мы выяснили, что существует несколько типов аббревиатур: буквенная, фонемная, буквенно-фонемная, слоговая, фонемно-слоговая, слого-словная, слого-словоформная, «телескопическая».

В нашем исследовании мы выяснили, что главной функцией аббревиации состоит в более экономном выражении мысли. Так как аббревиатуры экономят не только поток устной, но и письменной речи. Они быстрее запоминаются и легче воспринимаются.

Аббревиация как способ словообразования представляет сложное, многогранное явление, уходящее своими корнями в далёкое прошлое. Распространение аббревиатур связывают с появлением в реальной действительности сложных денотатов, требующих для своего обозначения словосочетаний или сложных слов.

Главная задача аббревиатуры в процессе коммуникации состоит в более экономном выражении мысли и устранении избыточности информации. В аббревиатурах информация передаётся меньшим числом знаков, поэтому "ёмкость" каждого знака больше, чем в соответствующих исходных единицах, что даёт основание рассматривать аббревиацию как один из видов оптимизации речевого сообщения.

Актуальность аббревиации определяется потребностью в наименовании новых понятий и объектов. Дальнейшее развитие аббревиации представляется перспективным направлением. Языки в целом ни в малейшей степени не проявили тенденции к общему уменьшению аббревиатурных номинаций. Более того, сохранение оболочек - это глубоко значимый факт в истории аббревиации.

В настоящее время аббревиация стала одним из продуктивных способов словообразования, так как ее все чаще используют в названиях организаций, строительных материалов и так далее. Но, к сожалению, не во всех рекламных объявлениях присутствует расшифрованная аббревиатура.

Для названия организаций чаще всего выбирают два вида аббревиатур: буквенные, слого-словные.

Для названия строительных материалов чаще всего используется слого-словный вид аббревиатур.

Таким образом, мы достигли цели нашей курсовой работы и решили поставленные задачи.

**Список литературы**

1. Современный русский язык: Учеб. для студ. вузов, обучающихся по спец. «Филология» / П.А. Леканта, Е.И. Диброва, Л.Л. Касаткин и др.; Под ред. П.А. Лекант, Е.И. Диброва, испр. – М.:Дрофа, 2001. – 560с.

2. Толковый словарь русского языка 4-е изд., дополненное. Ожегов С.И. и Шведова Н.Ю. – М.: Азбуковник, 1999. – 944с.

3. Еженедельный информационный бюллетень журнал «ЦЕНЫ» - ООО РИА «Абсолют», 2006. – 128с.

4. Песоцкий Е. Современная реклама. Теория и практика. – Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2001. – 320с. и цв. вкл.

5. Проблема аббревиации в разноструктурных языках: деривационно-номинативные отношения http://umnee.ru

6. Электронная энциклопедия Кирилла и Мефодия, 2005.

7. Словарь сокращений –Под общей редакцией Е. Г. Коваленко. – М.: ЭТС, 1995. – 668с.

8. Современный русский язык: Теория: Анализ языковых единиц: Учеб. для студ. высш. учеб. Заведений: В 2 ч. – Ч 1: Фонетика и орфоэпия. Графика и орфография. Лексикология. Фразеология. Лексикография. Морфемика. Словообразование / Под. ред. Е. И. Дибровой. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 544с.

9. Дорошевский В. Элементы лексикологии и семантики. – М., 1973. – 222с.

10. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь – справочник лингвистических терминов. – М.: ООО «Издательство Астрель», ООО «Издательство АСТ», 2001. – 624с.

11. Современный русский язык / Под ред. Н.С. Валгиной: Учебник для вузов. – Изд. 6-е, перераб. и доп. – М.: Логос, 2002. – 528 с.

**Слово к защите**

Тема представляемой нами курсовой работы формируется следующим образом: «Аббревиация в журнале «ЦЕНЫ».

Работа посвящена проблеме расшифровывания аббревиатур в журнале «ЦЕНЫ». Рекламные объявления в печатных изданиях, зачастую небольшого формата. В связи с этим мы можем размещать небольшой объем информации и используем для этого аббревиатуры, так как они экономят не только устный, но и письменный поток речи. Но, к сожалению, не все печатные издания расшифровывают в своих рекламных объявлениях те или иные аббревиатуры. Эта проблема, что, несомненно, свидетельствует об актуальности избранной темы.

Объектом исследования в курсовой работе является словообразование современного русского языка, предметом – аббревиатуры в журнале «ЦЕНЫ».

Цель курсовой работы – выделить виды аббревиатур в рекламных объявлениях журнала «ЦЕНЫ».

Для достижения поставленной в курсовой работе цели необходимо было решить следующие задачи:

1. Охарактеризовать словообразование современного русского языка

2. Описать основные способы словообразования

3. Охарактеризовать аббревиацию как продуктивный способ словообразования

4. Выделить виды аббревиатур в рекламных объявлениях журнале «ЦЕНЫ».

Материалом исследования в курсовой работе послужили печатные рекламные объявления в журнале «ЦЕНЫ».

Цель и задачи, стоящие перед работой определили ее структуру.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Во введении обосновывается выбор темы и ее актуальность, обозначаются объект и предмет исследования, определяются цель и задачи, стоящие перед исследованием, характеризуется структура и материал курсовой работы.

Основная часть работы состоит из двух глав. В первой главе мы выяснили классификацию способов словообразования, а так же типы аббревиатур.

В этой главе нами рассматривается словообразование как наука, способы словообразования, аббревиация как способ словообразования.

Во второй главе нами изучается общая характеристика печатного объявления и непосредственно рекламные объявления в названиях организаций и строительных материалах журнала «ЦЕНЫ».

В этой части работы приводятся доказательства тому, что не все печатные издания указывают полное, расшифрованное написание аббревиатуры в названиях организаций и строительных материалов.

Анализ, проведенный нами, позволяет сделать следующие выводы:

Словообразование современного русского языка молодая отрасль языкознания. Существует четыре основных способа словообразования морфологический, лексико-семантический, лексико-синтаксический, морфолого-синтаксический. С учетом характера дериватов разграничивает: аффиксальные, безаффиксные, смешанные способы словообразования.

Аббревиация активно взаимодействует с другими способами словообразования: словопроизводство, словосложение, конверсия.

Дальнейшее развитие аббревиатур – это перспективное направление, так как еще не один язык мира не проявил тенденции к уменьшению аббревиатур в речи.

Рекламные объявления в печатных изданиях являются самым популярным видом рекламы. Рекламное объявление, помещенное в печатных изданиях, сильно воздействует на человека, так как читатель каждый день просматривает печатные СМИ. Существует несколько основных правил создания печатных объявлений, также существует определенная структура рекламного объявления.

В рекламных объявлениях все чаще встречаются аббревиатуры, так как они экономны по форме (экономят площадь рекламной продукции). Но, к сожалению, не все организации указывают расшифровку аббревиатура.

В рекламных объявлениях журнала «ЦЕНЫ», нами были выделены две тематические группы для анализа аббревиатур: строительные материалы, название организаций.

В названиях организаций наиболее употребляемыми являются буквенные, фонемные, слоговые, слого-словные аббревиатуры, наименее употребляемые: буквенно-фонемные, фонемно-слоговые, не представленные вообще виды аббревиатур: слого – словоформные, «телескопические».

В названиях строительных материалов чаще употребляются буквенные, слого-словные аббревиатуры, реже встречаются слоговые аббревиатуры, не представлены вообще фонемные, буквенно-фонемные, фонемно-слоговые, слого-словоформные, «телескопические» аббревиатуры.