

Таким образом, неударные-сложения активно пополняют класс сложных единиц номинации современного русского языка в рамках существующих разновидностей сложения, являющегося продуктивным способом синхронного словообразования. В процессе неологизации сложные неударные возникают в процессе когнитивно-дискурсивной деятельности как номинанты, дифференциально обозначающие познаваемые реалии вместе с появляющимися в концептосфере русского языка новыми концептами. Сложные неударные своей формальной словообразовательной структурой выделяют предмет когниции и его атрибут. Такие новообразования характеризуются семантической многоплановостью благодаря номинативной значимости ономазиологического базиса и ономазиологического признака, которые в сложных неударных передаются первой и второй производящими основами.

Итак, будучи продуктом постоянного познания новых сторон, качеств и признаков современной действительности, сложные неударные, наряду с другими типами новых единиц номинации, являются неиссякаемым источником развития, преобразования и обогащения словарного состава русского языка, средством динамичного обновления языковой картины мира.

Список литературы

1. Зеленин А. В. О евро- и евро / А. В. Зеленин // Русский язык в школе. – 2003. – № 6. – С. 90–93.
2. Китайгородская М. В. Современная экономическая терминология / М. В. Китайгородская // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М. : Языки русской культуры, 2000. – С. 162–236.
3. Петрухина Е. В. Возможности, функции и конкуренты словопроизводства в современном русском языке / Е. В. Петрухина // Новые явления в славянском словообразовании: система и функционирование. – М. : МГУ им. М.В. Ломоносова, 2010. – С. 424–443.
4. Складаревская Г. Н. Предисловие / Г. Н. Складаревская // Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / ИЛИ РАН ; под ред. Г. Н. Складаревской. – М. : Астрель : АСТ, 2001. – С. 5–25.
5. Стернин И. А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX века / И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 2003. – 75 с.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ И ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ МАСКУЛИННЫХ ПРОМИССИВАХ В АНГЛИЙСКОМ, НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Н.М. Колоколова

В данной статье рассматривается вопрос использования профессиональной и терминологической лексики в речевом акте обещания мужчин в институциональном дискурсе в трех разноструктурных языках: английском, немецком и русском. В работе анализируется вариативность и целесообразность употребления различных профессионализмов и терминов в мужской речи; проводится их количественный подсчет в зависимости от национальности говорящего; сопоставляются национальные особенности их употребления в институциональном дискурсе. На основе проведенного сравнительно-сопоставительного исследования автор выявляет стилевые, гендерные и национальные особенности маскулильных профессиональных промиссивов.

In the paper the question about professional and terminological lexiques using in the promising masculine speech in the institutional discourse in three different structural languages: English, German and Russian. In the paper the variation and purposefulness of such professionalisms and terms in the masculine speech using is analyzed; their qualitative calculation is made according to the orator's nationality; their national peculiarities of the institutional discourse are compared. On the basis of the comparative research the author identifies the stylistic, gender, national peculiarities of masculine professional promissives.

Ключевые слова: речевой акт обещания, промиссив, маскулинные исследования, английский, немецкий, русский, профессионализмы, терминологическая лексика, гендерный аспект, институциональный дискурс.

Key words: speech act of promise, promissive, masculine investigations, English, German, Russian, professionalisms, terminological lexics, gender aspect, institutional discourse.

Профессионализмы – это слова и выражения, используемые группами лиц, объединенных по роду своей деятельности. Профессионализмы характеризуются большей дифференциацией в обозначении орудий и средств производства, в названии конкретных предметов, действий, лиц и т.д. Они распространены преимущественно в разговорной речи людей той или иной профессии, являясь иногда своего рода неофициальными синонимами специальных наименований. Нередко их отражают словари, но обязательно с пометой «профессиональное». В текстах газетно-журнальных, а также в художественных произведениях они выполняют, как правило, номинативную функцию, а также служат изобразительно-выразительным средством. Широкого распространения в литературном языке профессионализмы обычно не получают, то есть сфера их употребления остается ограниченной.

К терминологической лексике относятся слова или словосочетания, используемые для логически точного определения специальных понятий или предметов какой-нибудь области науки, техники, сельского хозяйства, искусства и т.д. В отличие от общепотребительных слов, которые могут быть многозначны, термины в пределах определенной науки, как правило, однозначны. Им присуща четко ограниченная, мотивированная специализация значения [1].

Развитие науки и техники, возникновение новых отраслей всегда сопровождается обильным появлением новых терминов, поэтому терминология – одна из самых подвижных, быстрорастущих и быстроизменяющихся частей общенародной лексики.

В классификации высказываний с позиции теории речевых актов Дж.Р. Серля [14] выделяется речевой акт обещания, или промиссив. Обещание – данное кому-нибудь добровольное обязательство, заверение выполнить какое-либо действие в пользу адресата. В семантике промиссива всегда присутствуют два компонента: обязательство выполнить что-либо в интересах адресата или по его просьбе (принятие обязательства), и обещание позитивных последствий при выполнении взятого на себя обязательства [15].

Дискурс, понимаемый как текст, погруженный в ситуацию общения, допускает множество измерений. Социолингвистический подход выделяет два основных типа дискурса: персональный (лично-ориентированный) и институциональный. В первом случае говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором случае – как представитель определенного социального института. Институциональный дискурс представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отноше-

ний. Применительно к современному обществу, считает В.И. Карасик [2], можно выделить следующие виды институционального дискурса: политический, дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический и массово-информационный.

Основными участниками институционального дискурса являются представители института (агенты) и люди, обращающиеся к ним (клиенты), например, учитель и ученик, врач и пациент, политик и избиратель, священник и прихожанин. Поскольку все участники институционального общения являются представителями той или иной профессии, нам представляется возможным применить в качестве синонима слову «институциональный» слово «профессиональный» и далее по тексту использовать эти два термина как синонимичные.

Профессиональная и терминологическая лексика служит изобразительно-выразительным средством, поэтому ее наличие в речевых актах обещания свидетельствует о намерении говорящего заручиться верой адресата в то, что это обещание будет выполнено, так как человек, произносящий его, является профессионалом в своей области. Профессионализмы и термины как показатели искренности обещания и намерения исполнить данное обещание, встречающиеся в анализируемых нами промиссивах, относятся к различным профессиям, поэтому нас интересует их количественное содержание в трех исследуемых языках.

Нами было проанализировано 300 мужских профессиональных промиссивов (по 100 в каждом из изучаемых языков), которые приняты за 100 % при количественном подсчете.

Так, в английском языке в 64 % институциональных промиссивов мужчины употребляют различную профессиональную и терминологическую лексику (например: *€1.9 million, the race, crime, teaching jobs, infrastructure, government* и др.):

1) “I promise to fight *crime* and I want to *deliver*”, – Nick Herbert said to the commissioners [3] – Обещаю бороться с преступностью и хочу ее побороть;

2) “I promise you will win *the race*”, – said the first trainer of the team [4] – Первый тренер команды сказал: «Я обещаю, вы выиграете гонку»;

3) “I promise to create 60,000 *teaching jobs* and 150,000 *government-subsidised...* opposite in order to retain the confidence of *investors*”, – Matthew Campbell said to his clients [5] – Я обещаю создать 60 000 рабочих мест для преподавателей и 150 000 мест для работников правительства.

Анализ промиссивов немецких мужчин показывает, что 66,6 % из них содержат профессионализмы и термины (например: *Parfum riecht, WM, sukzessive steigern, Qualitätsunterschiede, Negativmeldungen, Revolverblättchen, Positivmeldungen, FF, Imitationseffekt, Stylings* и др.):

1) Karl Lagerfeld: “Wenn man dieses *Parfum riecht*, denkt man sofort an Italien, an Rom. Das verspreche ich!” [6] – Если вы почувствуете запах этих духов, вы сразу же подумаете об Италии, о Риме. Я обещаю!;

2) “Ich verspreche, wir werden die nächste *WM gewinnen*”, sagte Montezemolo [7] – Я обещаю, мы выиграем следующий чемпионат мира;

3) Haug: “Wir sind in der letzten Saison – unserer ersten mit eigenem Team – Vierter geworden. Wir werden uns *sukzessive steigern*, das verspreche ich” [8] – Наша собственная гоночная команда Mercedes GP Petronas в прошлом сезоне заняла четвертое место. Мы будем наращивать успех, я обещаю!;

4) Von der Leyen: “Florian, Sie sehen die *Qualitätsunterschiede*, ja? Aber wir behalten Sie im Auge, das verspreche ich Ihnen” [9] – Флориан, Вы видите разницу в качестве, да? Так имейте в виду, я Вам это обещаю.

Русские мужчины также употребляют в институциональных промиссивах профессиональную и терминологическую лексику (например: *наркопритоны, наркотрафик, оптовые заказы, взаимофолловиться, правительство, оборонка, коррупция, четверные прыжки* и др.). Количественный подсчет показал, что таких речевых актов 62 %:

1) Владимир Жириновский (политик): «Уничтожу все *наркопритоны* и перекрою *наркотрафик* по России!» [10];

2) Антон Коромолов (блогер): «Теперь азмь есть в твиттере. Обещаю писать чаще, чем здесь. *Френды*, давайте *взаимофолловиться!*» [12];

3) В.В. Путин (премьер-министр): «Обещаю вам, что такое поручение *Правительству* будет *сформулировано*» [13];

4) Дмитрий Rogozin (вице-премьер по ВПК): «Обещаю вам по вашему *поручению* вести работу жестко с тем, чтобы в *установленные сроки* воссоздать *оборонку* и железной рукой вырубать всякие поползновения на *коррупцию*».

Результаты количественного подсчета можно представить в следующей таблице:

| Лексико-грамматический компонент | Английский язык | Немецкий язык | Русский язык |
|--|-----------------|---------------|--------------|
| Профессиональная и терминологическая лексика | 64 % | 66,6 % | 62 % |

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1) стилистической особенностью институциональных промиссивов можно считать активное употребление такого лексико-грамматического компонента как профессиональная и терминологическая лексика;

2) одинаковая частотность использования профессионализмов и терминов (примерно 62–67 %) английскими, немецкими и русскими мужчинами не позволяет выявить на уровне институционального речевого акта обещания каких-либо национальных особенностей;

3) тот факт, что в двух обещаниях из трех, мужчины–представители трех различных культур, используют профессионализмы и термины с целью придать речевым актам обещания некоторую положительную характеристику, продемонстрировать свой профессионализм в данной области и расположить к себе адресата, можно расценивать, на наш взгляд, как гендерную особенность исследуемых промиссивов.

Список литературы

1. Валгина Н. С. Современный русский язык : учебник / Н. С. Валгина, Д. Э. Розенталь, М. И. Фомина / под ред. Н. С. Валгиной. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Логос, 2002. – 528 с.
2. Карасик В. И. О типах дискурса. – Режим доступа: <http://www.ruslang.com/education/discipline/philology/disrurs/material/material2>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
3. Режим доступа: <http://www.thesundaytimes.co.uk/tto/news/crimes>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
4. Режим доступа: <http://www.thesundaytimes.co.uk/tto/news/sport>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

5. Режим доступа: <http://www.thesundaytimes.co.uk/tto/news/europe>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
6. Режим доступа: http://www.elle.de/Artikel/KARL-LAGERFELD_266233.html, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
7. Режим доступа: <http://www.n-tv.de/sport/Ferrari-Chef-verspricht-WM-Titel-article199725.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
8. Режим доступа: <http://www.zeit.de/2011/03/Motorsport-Interview-Haug>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
9. Режим доступа: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,660751,00.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
10. Режим доступа: <http://echo.msk.ru/blog/zhirinovskiy/852>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
11. Режим доступа: twitter.com/koromolov, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
12. Режим доступа: www.youtube.com/watch?v=nfWb, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
13. Режим доступа: <http://www.radiomayak.ru/news/show/id/573/rc/29>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
14. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 170–194.
15. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 151–169.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ РЕКЛАМЫ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК

Н.В. Комстачева

Статья посвящена рассмотрению сходств и различий рекламы биологически активных добавок и лекарственных препаратов в плане использования языковых средств. Раскрываются основные причины выявленных различий, описываются особенности рекламирования биологически активных добавок.

Article is devoted to consideration of similarities and distinctions of advertizing of biologically active additives and medicines in respect of use of language means. The main reasons for the revealed distinctions reveal, features of advertizing of biologically active additives are described.

Ключевые слова: рекламная коммуникация, рациональная аргументация, биологически активные добавки, лекарства.

Key words: advertizing communication, rational argument, biologically active additives, medicines.

Рекламная коммуникация представляет собой многоплановое явление, предполагающее взаимодействие адресата и адресанта, в котором немалая роль отводится непосредственно предмету общения – объекту рекламирования. Реклама различных товаров не представляется единообразной ввиду того, что каждый объект рекламы, будь то бытовая техника, средства гигиены, косметика или лекарства, имеет свои особенности в плане репрезентации. На необходимость учета специфики товарной категории указывают авторы коллективной монографии «Рекламный текст: семиотика и лингвистика»: «Есть товарные категории, в которых потенциальные потребители уделяют преимущественное внимание утилитарным свойствам, а есть категории товаров, в восприятии которых на первое место выходит эмоциональный фон, желан-