

УДК 811.112.2'42

П. В. Дендебера, студент магистратуры

Минский государственный лингвистический университет, Минск, Беларусь

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ТЕМПОРАЛЬНОСТИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

Рассмотрена представленность и основные функции лексических средств выражения темпоральности в текстах немецкоязычной рекламы. В ходе анализа выявлена специфика их использования, семантика и особенности их взаимодействия с грамматическими формами.

Ключевые слова: лексические средства; семантика; темпоральность; рекламные тексты.

Наряду с грамматическими средствами в рекламных текстах регулярно используются лексические средства, маркирующие темпоральную отнесенность сообщения. Среди отобранных для анализа рекламных немецкоязычных текстов в 78 % отмечено их присутствие. В наибольшем количестве представлены наречия времени, которые составляют 26 % от общего количества лексических средств. Наречия времени в исследуемых текстах служат как для выражения момента времени: *Jetzt kommen clevere Autokäufer voll auf Ihre Kosten*, так и для выражения длительности действия: *So ein sicherer Staubsauger wird Ihnen ewig Hilfe leisten, sodass Sie nie bedauern werden, ihn gekauft zu haben*.

Распространённым явлением в исследуемых текстах рекламных сообщений также являются прилагательные со значением времени (24 %), например: *Die nächste Druckvorlage kommt von Composit*. Не все прилагательные

с семантикой времени, встречающиеся в отобранных рекламных текстах, имеют однозначную временную отнесенность, как *gegenwärtig*, *gestrig*, *zukünftig*: *Ihr zukünftiges Glück hängt nun von uns ab*. При этом обращает на себя внимание тот факт, что наиболее распространенными являются прилагательные, указывающие на прошедшие события: *Ich habe ihm über meine **gestrigen** Einkäufe ausführlich erzählt*.

В меньшем количестве представлены существительные со значением времени, например: *Der smarte Tablet-PC ist dank seines leistungsstarken Prozessors innerhalb weniger **Sekunden** einsatzbereit, das Multitouch-Display macht die Bedienung zum Kinderspiel*. Аналогично прилагательным, лишь 11 % существительных демонстрируют четкую временную отнесенность к настоящему/будущему времени, например, *die Gegenwartigkeit, die Zukunft. Meine **Zukunft** steht immer noch nicht fest*.

В текстах рекламных сообщений встречаются также и глаголы со значением времени, которые во всех случаях их использования не указывают на временной отрезок, а маркируют длительность действия: *Aber wie lange **dauert** das denn noch?* Особо следует отметить их регулярное использование в одном контексте с наречиями времени.

Следует отметить, что лексические средства выражения темпоральности не используются самостоятельно, а взаимодействуют с определенными временными формами, обозначают начало или окончание процесса, а также его длительность: *Heute **beginnt** eine wichtige Periode in ihrem Leben und wann sie **endet**, können wir nicht versichern*.