

Ellipse) соответствуют конструкции с элиминацией глагола-связки. Также возможна элиминация как субъектного местоимения, так и глагола связки. Такие компактные структуры могут располагаться в начале или в конце текста и нести определенную семантическую нагрузку: *Lieber @sigmargabriel, man kann nicht Flüchtlingszahlen reduzieren wollen und dann alle Maßnahmen blockieren, die dazu führen. Nur mal so* ‘Дорогой @зигмаргабриэль, невозможно хотеть сократить число беженцев и при этом препятствовать всем мерам, которые к этому ведут. К слову сказать’.

Wichtige Arbeit. Warte immer noch auf gesetzl. Regelung f Dolmetscherkosten bei Behandlung hier lebender #Flüchtlinge twitter.com/DKultur/status. ‘Важная работа. Все еще ожидаю законного урегулирования расходов на переводческие услуги при работе с проживающими здесь беженцами’.

Таким образом, компрессия в текстах твитов как основная характеристика данного жанра интернет-коммуникации, проявляясь на всех уровнях языка, отражает характерные для данной социальной общности образцы речевого поведения, а их изучение позволит расширить лингвистические знания о современном немецком языке в социальном контексте.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахренова, Н. А. Лингвистические особенности микроблогов / Н. А. Ахренова // Альманах современной науки и образования. – Тамбов : Грамота, 2011. – С. 119–122.
2. Горошко, Е. И. «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер или что нового появилось в виртуальном жанроведении / Е. И. Горошко // Вестн. Твер. гос. ун-та. 2011. – С. 11–21.
3. Gansel, Ch. Textlinguistik und Textgrammatik / Ch. Gansel, F. Jürgens. – Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht, 2007. – 270 S.

Г. А. Каспирович (Минск, Беларусь)

АПЕЛЛЯТИВНОСТЬ КАК УНИВЕРСАЛЬНАЯ КАТЕГОРИЯ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В СЛОВООБРАЗОВАНИИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Когда мы говорим об апеллятивности, мы имеем в виду языковую интерпретацию понятийной категории повелительности, которая, по данным последних исследований, представляет собой функционально-семантическую категорию, статус которой определяется, прежде всего, представлением в сознании человека действия как требуемого, к которому его побуждает говорящий/ пишущий.

Апеллятивная функция характерна, в первую очередь, для рекламных текстов, которым присуща прямая обращенность к адресату, причем реклама

обращается не к потребителям вообще, а конкретно к каждому отдельному человеку. Рекламный текст направлен на создание прагматического эффекта, определяемого как воздействие, которое он оказывает на адресата. Результатом воздействия, осуществляемого апеллятивным текстом, является побуждение адресата к совершению запланированных отправителем действий или модификация его поведения.

Апеллятивность реализуется в основном посредством использования определенных ресурсов словообразования, в соответствии с продуктивными словообразовательными моделями.

Деривационная лексика как особый пласт словарного состава языка представляет большой интерес для исследователей. Обнаруживая широкий спектр внутренних характеристик, производные слова рассматриваются с различных позиций, как функциональных, так и когнитивных.

Наиболее продуктивной моделью является пара «глагол – существительное» или субстантивная деривация. Данный словообразовательный тип характеризуется также «регулярностью и семантической монолитностью», а, следовательно, почти все глаголы могут участвовать в образовании имен действия. Многообразие характеристик и внутренних возможностей глагола позволяют ему активно участвовать в деривационных процессах разного порядка.

Что касается аугментативов, то они встречаются у существительных чаще, нежели у прилагательных. Как и следовало ожидать, большей частью это существительные с иностранными аугментативными элементами: *Top-topf* – *Super-* ‘супер’.

Компонент *System* ‘система’, присутствующий у неотглагольных реляционных композитов, – один из самых частотных. Очень часто позицию основного компонента занимают реляционные существительные, служащие обозначениями людей. Это, в первую очередь, такие существительные, как *Spezialist* ‘специалист’, *Experte* ‘эксперт’, а также *Kunde* ‘клиент’, *Partner* ‘партнер’: *AXA-Kunde* ‘клиент страховой компании AXA’, *SEAT-Partner* ‘партнер автомобилестроительной компании SEAT’.

Новообразования, базирующиеся на отношениях «части целого», среди которых большинство словообразовательных конструкций – это специальные термины из области рекламы автомобилей, обозначают прежде всего моторы, иногда подкрепленные конститuentами с позитивным коннотативным значением, например *Hybrid-Limousine* ‘лимузин с гибридным приводом’.

Далее следуют новообразования, в основу которых положен локальный признак, например лексема *Krankenhaus-Navigator* ‘поисковик по больницам и госпиталям’.

Композиты с целевой направленностью являются чаще всего номинациями технических новинок: *Kinderkopfstütze* ‘подголовник для ребенка’, *Panoramaglasdach* ‘панорамная стеклянная крыша’. Они апеллируют к определенной целевой аудитории, реализуя суггестивную функцию.

Высок удельный вес номинаций, относящихся к словотворчеству автора, окказиональных композитов, служащих, как правило, для обозначения

названий брендов и товаров: *BMW Fahrdynamikkonzept* 'концепция динамики движения БМВ', *Commerzbank Topzins-Anlage* 'накопительный счет под большой процент в коммерческом банке'.

Таким образом, словообразовательные конструкции, образованные по определенным принципам из своих непосредственно составляющих, могут быть обобщены, поскольку они действуют для различных конкретных лексических элементов.

И. Г. Лебедева (Минск, Беларусь)

СУДЕБНОЕ КРАСНОРЕЧИЕ НА ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ: СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ И СТИЛЕМОДИФИЦИРУЮЩИЕ ФОНЕТИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ

Совокупность сегментных и просодических характеристик, используемых для выполнения определенных функций в конкретной сфере речевой деятельности, образует фонетический стиль [1]. По мнению Ю. М. Скребнева, среди факторов, влияющих на выбор говорящим языковых средств, следует различать стилеобразующие и стилемодифицирующие факторы [2]. Данное замечание позволяет находить в рамках одного фонетического стиля большое количество жанров. Так, франкоязычные лингвисты внутри одного произносительного стиля выделяют до 50 жанров [3]. Например, П. Леон и П. Батт в высоком стиле различают такие жанры, как выразительное чтение, политическое публичное выступление, судебное красноречие, проповедь, конференция, декламация поэтических текстов и т.д. [4, с. 98]. Обращает на себя внимание тот факт, что на сегментном уровне каждый из выделенных авторами жанров может иметь существенные отличия. Так, выразительное чтение и декламация поэтических текстов на французском языке, как правило, имеют минимальный уровень компрессии, отсутствие эллипса гласных и согласных, употребление значительного количества факультативных связываний. Представленное таким образом политическое выступление вызовет определенный внутренний протест у франкоязычной аудитории, создаст иллюзию, что выступающий политик превозносит себя над остальными и в то же время морально устарел. Именно поэтому в публичных речах французских политиков количество традиционного факультативного связывания ограничено, кроме того, речь несколько «омолаживается» за счет эллипса, свойственного среднему произносительному стилю.

С целью выявления жанрообразующих и жанромодифицирующих факторов в качестве объекта исследования нами было выбрано судебное красноречие. Материалом исследования послужили записи документальных фильмов, представляющих судебные процессы в различных городах Франции. Было проанализировано 10 защит и 10 обвинений.

Согласно нашим наблюдениям, речь защиты и обвинения характеризуется четким и ясным произнесением слов. Количество факультативных