

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Воронежская государственная технологическая академия

Кафедра иностранных языков



**Отраслевая терминология:  
Лингвопрагматические аспекты  
Цикл 3**

(Тезисы докладов Межвузовской научно-практической конференции. Воронеж  
26-27 ноября 1998 г.)

ВОРОНЕЖ

1998

АПЕЛЛЯТИВНЫЙ ХАРАКТЕР ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ  
В РЕКЛАМНЫХ ПРОСПЕКТАХ

Изучение свойств терминологических единиц не всегда одинаково отражает их основные качества, присущие им в рамках одного стиля. Жесткая закреплённость терминологической лексики за одним функциональным стилем в последнее время не имеет четкого подтверждения. Движение терминологической лексики делает рамки стилей все более размытыми.

Лингвистический анализ терминологии отдельных жанров или сортов текста (от немецкого "Textsorte") сводится к определению ее основных свойств. Термин "сорт текста" наиболее точно отражает исследуемый объект. Взятые для анализа немецкие тексты рекламных проспектов туристической фирмы "Sonja-Reisen", обнаруживают апеллятивность, особое построение, специфическое лексическое заполнение и т.д.

Свойства общеупотребительной и терминологической лексики объясняются прежде всего особенностями языка рекламы, который выполняет множественные коммуникативные функции и представлен различными сортами текста.

Непосредственно к терминологии туризма примыкает значительная группа слов, условно называемая *лексикой диффузной семантики*. Она обладает свойствами общеупотребительной лексики, но при учете контекста часто обнаруживает терминологические ЛСВ (Сравн.: Leistung, Höhepunkt и др.)

Понятийно-тематическое деление позволяет проследить характер единиц, связанных одним прагматическим регистром. Тематическую группу "виды туристической активности", в частности, формируют такие нейтральные единицы как Ausflug, Fahrt, Reise, Kurortbummel, Spaziergang. Говорить о квазитерминологических свойствах лексики группы можно уже не из-за их общеупотребительности или легкости декодирования, а по причине их свойства обслуживать определенную сферу знания или науки.

В лексике данного сорта текста отмечено значительное количество *новообразований терминологического характера*, полученных способом сложения нейтральных лексем (Reise, Fahrt, Welt и т.д.) с определяющим словом. При этом они теряют нейтральность и приобретают оттенок специальных обозначений, увеличивая степень прагматической нагрузки и апелляции к читателю: Reise - Erlebnisreise, Spaß - Ferienspaß, Romantik - Seemannsromantik.

Апеллятивный аспект терминологических единиц касается, таким образом, двух основных категорий: а) слов, называющих этапы путешествия и б) адъективных образований, декларирующих наиболее привлекательные пункты туристской программы. Детальное изучение свойств указанных единиц позволяет сделать выводы о современном состоянии и специфике терминологии в отдельно взятом сорте текста.

Поименный указатель авторов

Анюшкин Е.С.	3	Поляков А.В.	3
Анжеурова Н.Н.	21	Попова М.В.	16
Адащик А.А.	12	Попова В.Ф.	18
Бабушкин А.П.	6	Прокудина Н.Ф.	21
Беляев Н.Н.	17	Рехвиашвили Т.Б.	15
Бедина Л.И.	9	Рыбкина И.Ю.	20
Бобкова Н.С.	15	Стежко Н.В.	5
Воронкова И.С.	20	Татаринцева И.А.	13
Жукова М.Н.	13	Тертышная Т.И.	7
Зубченко И.В.	12	Фролова В.П.	14
Карлова С.В.	16	Чигирин Е.А.	8
Козыренко Е.В.	9	Щербатых Т.Ю.	5
Королева Л.А.	10	Янова Ю.В.	22
Курчаева В.К.	7		
Мажарова А.Г.	17		
Пастухов А.Г.	11		

Заказ № 649.

Тираж 30. Объем 1,5 п.л.