

позитивные высказывания их партнеров о других женщинах. Кроме того, для женщин важно ощущать себя молодыми, в силу чего в общении между собой они склонны избегать стиля коммуникации женщин старшего возраста.

Что касается употребления лингвистических и экстралингвистических средств выражения коррекции выявленных нарушений, то как мужчины, так и женщины употребляют в высказываниях подобного рода прямые императивы, оценочные высказывания, прямые обращения и сопутствующие невербальные средства (мимика и жесты, эмоциональная окраска голоса). При этом только женщины используют вербальные выражения уступки и смягчения императива или отрицания, конструкции отрицания оценки, косвенные императивы, риторические вопросы, предположения, иронические советы, междометия. Содержание высказываний-напоминаний у женщин связано с отсылками к социороловому статусу людей, у мужчин — к коммуникативным ситуациям. Корректирующие сообщения мужчин чаще, чем у женщин (3:1), имеют незавершенную синтаксическую структуру (апосиопеза).

#### Список цитируемых источников

1. *Kinsella, S. Shopaholic Ties the Knot* / S. Kinsella. — U. K. : Dell publishing Company, 2002. — 406 с.
2. *Kinsella, S. Confessions of a Shopaholic* / S. Kinsella. — U. K. : Dell publishing Company, 2000. — 368 с.
3. *Kinsella, S. Shopaholic and Sister* / S. Kinsella. — U. K. : Dell publishing Company, 2004. — 388 с.
4. *Садыкова, И. А.* Корректирующие высказывания в татарской и русской диалогической речи (на материале отражения нарушений этноречевых запретов в современной драматургии) / И. А. Садыкова // Научная электронная библиотека disserCat [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/korrektiruyushchie-vyskazyvaniya-v-tatarskoi-i-russkoi-dialogicheskoi-rechi-na-materiale-otr> . — Дата доступа: 10.04.2017.

УДК 81

К. Ю. Маркевич

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

### ПРОБЛЕМА НОМИНАЦИИ ПРОФЕССИЙ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ: ЭТИМОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

**Введение.** Этимология — это происхождение слова и наука о происхождении слов [1, с. 547]. Она является одной из многочисленных наук о языке и, наверное, наиболее интересной. Язык каждого народа очень подвижен, в нем постоянно происходят незначительные изменения, которые со временем накапливаются и образуют новые языковые феномены.

**Основная часть.** Процесс номинации осуществляется на базе уже известного понятия, обозначенного словом. Человек всегда пытается понять новое через уже известное, например: *der Asphaltieur* ← *der Asphalt, asphaltieren*; *der Bäcker* ← *backen*; *der Bibliograph* ← *die Bibliographie*; *вышивальщик* ← *вышивать*; *колбасник* ← *колбаса*; *охотник* ← *охота*.

Анализ научной литературы позволил сделать вывод, что наименования профессий разделяют на исконно немецкие лексемы, заимствования из других языков и интернационализмы.

Согласно концепции В. В. Акуленко, под интернациональными понимаются лексемы, сходные до степени идентичности с полной или частично общей семантикой, выражающие понятия международного значения и представленные в нескольких (не менее чем в трех) языках [2, с. 127].

Интернационализмы, как отмечает М. Н. Володина, в отличие от простых заимствований, возникающих в результате межкультурных контактов, выражают понятия международного значения и имеют широкую сферу употребления [3, с. 33].

В языке наблюдается общая закономерность: заимствованные названия лиц по профессии приходят тематическими блоками, донором же выступает язык той страны, в которой соответствующая сфера деятельности получила наибольшее развитие. Например:

— профессии сферы экономики и торговли: *логист, девелопер* (специалист, работающий с проектированием, разрабатывающий бизнес-планы, строительные проекты, покупки или аренды земельных участков для строительства объектов недвижимости, рекламных компаний, инвестирования), *мерчендайзер, менеджер, коучер* (консультант руководителя по созданию структуры персонала, кадровой политике и стратегиям кризисного менеджмента, проводит психологические тренинги для руководителей и персонала компании), *трейдер* (сотрудник брокерской фирмы, выполняющий заказы клиентов на куплю-продажу ценных бумаг на бирже), *маркетолог, аудитор, дилер* (предприниматель, торгующий в розницу продукцией, которую он закупил оптом), *дистрибьютор* (лицо, которое от имени фирмы-изготовителя занимается сбытом и гарантийным обслуживанием продукции), *консигнатор* (агент, посредник, физическое или юридическое лицо, принимающее на себя обязательство исполнять поручения

организации по совершению сделок по продаже товаров и реализующее товар во внешнеторговых операциях со своего склада, находящегося за границей, и от своего имени за соответствующее вознаграждение, получаемое от владельца товара), *координатор*, *прокурис* (доверенное лицо торгового предприятия, имеющее полномочия на совершение сделок), *промоутер* (частное лицо или группа лиц, занимающаяся целенаправленной рекламой товара), *риелтор* (это частное лицо или организация, профессионально занятое посредничеством при заключении сделок купли-продажи недвижимости, аренды коммерческой и жилой недвижимости путем сведения партнеров по сделке и получение комиссионных), *сейлзмен* (торговый агент), *сейлзменеджер* (менеджер по продажам, отслеживает спрос на продаваемые товары, контролирует сделки, которые осуществляют представители фирм по продажам, проводит поиск клиентов), *экспедитор* (работник, ведающий приемом, отправкой, рассылкой чего-нибудь);

– профессии сферы питания: *кавист* — продавец алкогольной продукции; *фудстайлер* (англ. foodstyler, дословно — стилист еды) — специалист по оформлению блюд, по украшению их овощами и фруктами);

– профессии из области индустрии красоты: *постижер* (специалист по изготовлению париков, а в театральных мастерских также — накладных усов, бород), *der Designer, der Stylist, der брейдер* (специалист в области парикмахерского искусства, занимающийся плетением жгутов, дредов, африканских косичек), *имиджмейкер* (специалист по имиджу), *конфекционер* (специалист на швейном производстве, который занимается подбором и закупкой тканей и различной фурнитуры для одежды), *шоппер, инструктор по аэробике, der Вуайтейкер, эпилаторша*;

– профессии сферы СМИ: *пиарщик, der Blogger, der Web-Meister, der Web-Designer, ИТ-специалист, копирайтер, медиабайер, медиапланер, оптимизатор сайта, SEO-оптимизатор, нейджмейкер, стендист, P.O.S.-специалист, аудитор веб-сайтов, стрингер* (внештатный корреспондент, ведущий телерепортажи и киносъёмку из «горячих точек»), *верстальщик, der Interviewer*;

– профессии сферы страховых и прочих услуг: *der Akvizitor* (работник страховой компании, страховой агент, осуществляющий деятельность по заключению или возобновлению страховых контрактов, договоров о страховании), *андеррайтер* (лицо, уполномоченное страховой компанией анализировать, принимать на страхование (перестрахование) и отклонять все виды рисков, а также классифицировать выбранные риски для получения по ним оптимальной страховой премии), *клерк актуарный* (специалист в страховом деле, в области сбора и анализа информации, составляет актуарные таблицы страховых компаний, с помощью которых определяется вероятность различных видов риска), *актуарий* (специалист, занимающийся разработкой методологии и исчислением страховых тарифов, расчетами, связанными с образованием резерва страховых взносов по долгосрочным видам страхования, определением размеров выкупных и редуцированных страховых сумм, а также ссуд по договорам страхования жизни и пенсий), *комиссионер* (посредник в торговой сделке), *отельер* (владелец или управляющий отелем), *системный интегратор* (специалист, занимающийся оказанием консультационных услуг, настройкой программного обеспечения и оборудования), *хостес* (лицо компании, администратор), *валеолог, бодигард*.

Этимологический анализ являлся одним из аспектов комплексного номинативно-ономазиологического анализа наименований профессий немецкого языка. Основанием для отбора послужили соответствующие пометы в словаре, который был использован для проверки этимологических данных [4].

Этимологический анализ помог определить, наименования каких профессий представлены исконно немецкими лексемами, а какие являются заимствованиями или интернационализмами.

Количество интернационализмов составило 2,5%, например: *der Akademieprofessor, der Aktivist, der Aviatiker, der Dermatologe, der Laryngologe, der Mechanisator, der Metropolit, der Prorektor, der Provisor, der Revisor, der Taxator, der Technologe*.

Количество заимствований составило 27,5%, например:

– из французского языка: *der agioteur, der akteur, der friseur, der graveur, der ingenieur, der inspekteur, der journalist, der juwelier, der redakteur*;

– из английского языка: *der administrator, der assistent, der astronaut, der boxer, der clown, der designer, der informator, der kommentator, der konduktor, der producer, der reporter, der sprinter*;

– из латинского языка: *der advokat, der arzt, der gaukler, der gymnastiker, der historiker, der laborant, der lektor, der meister, der publizist*;

– из греческого языка: *der aeronaut, der agronom, der bibliograph, der geograph, der ideologe, der komiker, der mathematiker, der padagoge*;

– из итальянского языка: *der firnisser, der mosaiker, der pianist*;

– из испанского языка: *der gitarrist*.

Количество наименований профессий с исконно немецкими лексемами составило 70%, например: *der Almer, der Alpinist, der Anreißer, der Beleuchter, der Dolmetscher, der Zimmerer*.

**Заключение.** С помощью этимологического анализа было выявлено, что большинство наименований немецких профессий образовано на основе исконно немецких лексем, заимствования происходят преимущественно из латинского, французского, греческого, английского и итальянского языков, а интернационализмы составляют небольшое количество от общей выборки.

#### Список цитируемых источников

1. Матвеева, Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. — Ростов н/Д : Феникс, 2010. — 562 с.
2. Акуленко, В. В. Вопросы интернационализации словарного состава языка / В. В. Акуленко. — Харьков : Изд-во Харьк. ун-та, 1972. — 215 с.
3. Володина, М. Н. Национальное и интернациональное в процессе терминологической номинации / М. Н. Володина. — М. : Изд-во МГУ, 1993. — 112 с.
4. Kluge. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache, bearbeitet von Elmar Seebold. — 25., durchgesehene und erweiterte Auflage. — De Gruyter, 2011. — 1021 S.

УДК 81

А. П. Мясоед, О. В. Жуковская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

### СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ЭРВИНА ШТРИТТМАТТЕРА

**Введение.** Эрвин Штриттматтер был одним из популярнейших писателей ГДР, его произведения выпускались тиражом до пяти миллионов экземпляров. Он писал о деревне и ее жителях, о природе родного края, лесах, полях, животных и растениях, потому что это было его миром. Эрвин Штриттматтер сам родился в деревне, мог жить только там и, как никто другой, писал для «простых» людей, для тех, из числа которых он сам вышел [1].

**Основная часть.** Книга “Schulzenhofer Kramkalender” (вариант перевода — «Шульценхофский календарь всякой всячины») состоит из небольших рассказов, миниатюр, заметок, в которых наблюдения за природой, животным миром, поведением животных перемешиваются с житейскими премудростями. В соответствии с тематикой данного произведения его можно отнести к художественному экологическому дискурсу. Для художественного дискурса характерно использование различных средств выразительности. И в произведении “Schulzenhofer Kramkalender” автор широко использует тропы — эпитеты, сравнения, метафоры.

Троп — риторическая фигура, слово или выражение, используемое в переносном значении с целью усилить образность языка, художественную выразительность речи. Тропы широко используются в литературных произведениях, ораторском искусстве в повседневной речи [2].

Тропы являют собой одну из возможностей создания и выражения экспрессии, потому что они, как правило, связаны с семантическими сдвигами, которые приводят к дополнительной экспрессивной насыщенности текста в целом.

Эпитет — средство речевой выразительности, предназначенное для описания значимых свойств объекта, придания ему образной характеристики [3]. Анализ текста показал наличие большого количества различных эпитетов, служащих как для конкретизации понятий, так и для эмоционального воздействия на читателя. Эпитеты могут различаться по силе передаваемых эмоций и по степени выраженности той или иной характеристики. Например: *eine kluge Maus* — *eine pfiffige Maus* (“Maustod”). Различают общеязыковые, постоянные и авторские эпитеты:

– общеязыковые — любые описательные характеристики, украшающие информацию: *die reifen Holunderdolden, die reifen Beeren* (“Holunder”), *silbergraue Stute, milder Maitag* (“Waldmeister”), *gelbe Kürbisse* (“Die Macht des Wortes”), *gelbe Baumblätter* (“Knospen”), *schneelose Wintertag* (“Mathematik einer kleinen Kiefer”);

– постоянные — прочно закрепившиеся в сознании общества эпитеты, связанные с определенными словами: *strenge Winter* (“Der Birkenholzkäfig”), *die jungen Birken* (“Windige Geschichte”), *eine bauchige Flasche* (“Eifersucht”), *einige hungertjährige Bäume* (“Föhren”), *arabische Stute* (“Stieglitz und Stute”);

– авторские — индивидуальные, впервые употребленные эпитеты, используемые авторами в художественной литературе: *rätselhafte Kühle* (“Die Kolkkraben”) *die scheintote Kuh, die Eiskuh* (“Die Eiskuh”), *eines eigenwilligen Sees, am abwechslungsreichen Ufer* (“Waldmeister”).

В анализируемом произведении эпитеты используются в обычной функции — для усиления выразительности образов изображаемых предметов или явлений, выделения их наиболее существенных признаков. Помимо этого, были выявлены дополнительные функции, такие как передача отношения автора к изображаемому, выражение авторской оценки и авторского восприятия явления: *harmloses Waldtier* (“Mardersuche”); *merkwürdiger Bock* (“Vogelzug”), придание тексту настроения: *im schneebedeckten Märchenwald* (“Eichkätzchenschweif”), *frisches Pferdeblut* (“Naturrein”).

Сравнение — это изобразительный прием, основанный на сопоставлении одного явления или понятия с другим [3]. Чаще всего сравнение происходит по причине неких сходств в характеристике разных понятий. Часто эти сходства очевидны. Например: *die Wolken sind dick wie Federbetten* (“Grasmähen”), *der Mond war schmal*