

Широкое и систематическое использование аудитивных и аудиовизуальных источников информации является одним из важных условий успешного обучения аудированию и говорению на занятиях. Аудио и видео материалы можно успешно использовать на всех вышеописанных этапах. Средства массовой информации являются богатым источником аудитивных и аудиовизуальных материалов, использование которых способствует дальнейшей рационализации учебного процесса, интенсификации занятий, приближает процесс обучения аудированию и говорению к условиям реального языкового общения, усиливает интерес и обеспечивает условия мотивации иноязычной речевой деятельности студентов.

Н. В. Фролова

Науч. рук **А. П. Нарчук,**

ст. преподаватель

СЕМАНТИЧЕСКОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ПАССИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Семантико-структурные особенности пассива, а именно, обобщение и генерализация субъекта действия, приводят к тому, что высказывание часто характеризуется временной нелокализovanностью. Этот признак может быть сопряжен с передачей качественного своеобразия объекта высказывания. Поскольку субъект действия не называется, и все внимание концентрируется на объекте, процесс, выраженный пассивной конструкцией, в силу своей обобщенности, абстрагированности приближается к семантике постоянного свойства, характеристики объекта: *«Wer sonst außer Sharp kann Träume in so atemberaubende Realität verwandeln? Kristallklare Bilder, lebendiger Kontrast und minimaler Energieverbrauch – das ist Sharp LCD-TV. Faszination pur. Mit weniger als 6 cm Tiefe ideal, um einfach an der Wand befestigt zu werden ...»*.

Информативно-повествовательная функция пассива позволяет использовать его аргументирующие способности для выражения причинно-следственных связей: *«Renommierete Architekten geben den Wohnungen und Geschäftsflächen ein neues, modernes Gesicht. Wertvolle Substanz wird dabei erhalten und harmonisch integriert»*.

Неупоминание субъекта действия в пассивных конструкциях может иметь несколько мотивов. Среди них: экономичность, некатегоричность (вежливость) языкового выражения, создание обобщенных высказываний; безагентные пассивные конструкции также могут сознательно или бессознательно использоваться как удобное средство «ухода от ответственности», в рекламном тексте пассив может служить для выражения сразу нескольких эксплицитно и имплицитно выраженных намерений говорящего: *«LiftActiv Nacht begünstigt durch Gingko, Phytopeptide und einer speziellen Massagetechnik die Drainage-Wirkung. Die Elastizitätskraft der Haut wird verbessert»* [1, с. 46].

Таким образом, семантический потенциал пассивных конструкций отражает социально-психологические, культурные особенности языковой личности, служит для выражения ее намерений посредством языка, благодаря чему усиливается информативная сторона высказывания и придается коммуникативный характер описываемым в рекламе элементам.

Литература

1 Богданов, В. В. Семантико-синтаксическая организация предложения / В. В. Богданов. – М.: Издательство ЛГУ, 1977. – 204 с.