

доустройства и ставит его обладателя в зависимость от спроса и предложения на рынке труда.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кран Х., Лоу А., Черныш Н. И. Как живешь, студент? Некоторые результаты

сравнительного социологического исследования проблем высшего образования на Украине и в Канаде // Филос. и социол. мысль. Киев, 1992. №1.

#### Технические науки

### ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ТОКСИЧНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЯДОВ ПРИ ВОЗДЕЙСТВИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ШУМА

Азизов Б.М., Халиков М.Ф.

*Казанский государственный технологический университет  
Казань, Россия*

Проблема сочетанного действия вредных веществ с шумом общеизвестна, причем в настоящее время имеется более 300 работ, прямо или косвенно затрагивающих этот вопрос. Однако анализ существующего литературного материала свидетельствует о сравнительно неглубокой разработке проблемы. В большинстве случаев результаты проделанных экспериментов сводятся к простой констатации факта увеличения токсичности различных веществ.

В настоящей работе предпринята попытка обобщения результатов ряда исследований по изучению воздействия шума на степень токсичности промышленных ядов по отноше-

нию к живым организмам. При этом была поставлена задача провести не только качественный, но и количественный анализ полученных результатов и представить расчетные зависимости, позволяющие учитывать эти вредные факторы при гигиеническом нормировании вредных веществ.

С целью получения количественной зависимости изменения степени токсичности вещества в зависимости от уровня шума были обобщены данные по ряду промышленных ядов. Все яды классифицировались по степени опасности воздействия на организм человека, в соответствии с ГОСТ 12.1.007-76:

В качестве обобщающей зависимости принималось соотношение вида:  $LD_{50} = A L^a + Hz^b$ , где  $LD_{50}$  – летальная доза, мг/г;  $L$  – уровень шума, дБ;  $Hz$  – частота, Гц

В результате обобщения получены расчетные формулы, позволяющие учитывать изменения  $LD_{50}$  при повышенных уровнях шума:

По результатам обобщения предлагаются следующие расчетные формулы:

Для чрезвычайноопасных веществ:

$$LD_{50} = 23050000 L^{-1,5828} + Hz^{-1,9281};$$

с погрешностью до 25,23%;

Для высокоопасных веществ:

$$LD_{50} = 37,5 L^{-0,1849} + Hz^{-0,7957};$$

с погрешностью до 23,84%;

Для умеренноопасных веществ:

$$LD_{50} = 0,0000000421 L^{2,4018} + Hz^{-0,4783};$$

с погрешностью до 19,12%;

где 60 дБ  $\leq L \leq 120$  дБ;

600 Гц  $\leq Hz \leq 6000$  Гц

где 60 дБ  $\leq L \leq 120$  дБ;

600 Гц  $\leq Hz \leq 6000$  Гц

где 60 дБ  $\leq L \leq 120$  дБ;

600 Гц  $\leq Hz \leq 6000$  Гц

где  $LD_{50}$  – летальная доза, мг/г;  $L$  – уровень шума, дБ;  $Hz$  – частота, Гц

### ПРОДУКТИВНОСТЬ МОДЕЛЕЙ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ В РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЯХ НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО, АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

Беляева В.А.

*Алтайский государственный университет  
Барнаул, Россия*

Реклама – явление чрезвычайно многогранное и многоаспектное. Она занимает по-

граничное положение между различными профессиональными сферами и привлекает внимание представителей различных профессий. Выделение отдельных направлений деятельности в рекламной сфере свидетельствует об определенном уровне ее развитости. Согласно последним исследованиям в области средств массовой информации, использование сложносокращенных слов (далее – ССС) в рекламных объявлениях существенно возросло в 1990-е годы. Участилось использование аббревиатур отдельных слов и словосочетаний, в регио-

нальной прессе нередко встречаются аббревиатуры на иностранном языке.

Употребление сложносокращенного слова (ССС) в рекламных объявлениях зависит от типа конкретной модели и от явлений языкового порядка. В рекламе, направленной на широкий круг читателей, необходимо использование максимально доступных для понимания слов.

Исследования ССС показали, что в русском, немецком и английском языках больше всего сложносокращенных слов первого типа (слог+слог), однако в **рекламных объявлениях** несколько иные результаты. В русском и немецком языках чаще всего употребляются ССС второй группы (слог+слово). В русском это - 7,8 % от общего числа ССС данной группы, в немецком языке - 62 %. В английском языке преобладают сложносокращенные слова третьей группы (первый слог первого слова + последний слог второго слова) - 25,6 % от общего числа ССС. На втором месте в русском и немецком языках ССС первой группы (2,1 % и 3% соответственно от общего числа ССС данной группы), в английском языке - это вторая группа (11% от общего числа ССС данной группы). На последнем месте в русском и немецком языках стоит третья группа, в английском языке - первая группа.

Преобладание в рекламных объявлениях ССС второго типа в русском и немецком языках можно объяснить тем, что ССС данного типа образованы обычно от части прилагательного и полного существительного. Следовательно, это позволяет не только назвать предмет и сразу дать его краткую характеристику, что необходимо для короткого рекламного объявления, но и делает подобные слова максимально понятными для читателей, так как в словах, относящихся к данной рубрике, лишь первая часть нуждается в расшифровке. Преобладание в английском языке третьей группы вполне оправдано, так как эта группа относится к «сугубо английскому явлению». Слова подвергаются сокращению преимущественно по «телескопному» принципу, который отмечен многими лингвистами как «сугубо английский» (*Oxbridge* ← *Oxford* + *Cambridge*, *dunch* ← *dinner* + *lunch*) [Омельченко, 1981; Дюжикова, 1997].

Таким образом, мы можем говорить о том, что ССС первого типа (как немецкие, так и русские) занимают в рекламных объявлениях второе место. Основу данной группы составляют двухкомпонентные сложения (модель <слог + слог>), каждая часть представляет собой некий <аббревиационный> слог (это либо трехфонемный закрытый слог, либо минимально усеченная основа исходного слова, в

результате чего в качестве <слога> выступает корень, который берет на себя большую семантическую нагрузку). По таким частям слова угадываются достаточно легко.

Что касается третьей группы, то здесь необходимо отметить ее малочисленность в русском и немецком языках. Это может быть связано с тем, что данный вид сложносокращенных слов, как в русском, так и в немецком языке еще только формируется. Слова, построенные по указанной модели, немногочисленны: рация, мотель, мопед, интервидение, бионика, параланг, авиазент, Vegut и некоторые другие. Необходимо отметить, что практически все слова этой группы, используемые в рекламных объявлениях, являются специализированными терминами. Этот вид словообразования развивается в современном русском и немецком языке под влиянием западноевропейских, в частности, английского, откуда заимствуются существительные, произведенные данным способом для названия новых явлений действительности.

Таким образом, структурная группа сложносокращенных слов, которая имеет наиболее прозрачную внутреннюю форму - (начало + целое слово) наиболее узнаваема, а выявленная тенденция позволяет говорить о том, что новая аббревиационная модель постепенно развивается, но она еще не стала «обычным» способом образования сложносокращенных слов. А достаточно высокий процент употребления слов данной группы в рекламных объявлениях свидетельствует, скорее всего о том, что достаточная часть этих слов известна.

Итак, употребление сложносокращенного слова в рекламных объявлениях зависит от типа конкретной модели и от явлений языкового порядка. В рекламе, направленной на широкий круг читателей, необходимо использование максимально доступных для понимания слов.

#### **ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПОЛУЧЕНИЯ СТЕКЛЯННЫХ МИКРОШАРИКОВ МЕТОДОМ ПЛАЗМЕННОГО РАСПЫЛЕНИЯ**

Бессмертный В.С., Ляшко А.А., Дюмина П.С.,  
Гурьева А.А., Панасенко В.А., Крахт В.Б.\*,  
Бахмутская О.Н.\*, Паршина Л.Н.\*

*Белгородский университет потребительской  
кооперации, Белгород, Россия*  
*Старооскольский технологический институт  
(филиал) ФГОУ ВПО НИТУ МИСиС,  
Старый Оскол, Россия*

В настоящее время, перспективным направлением является производство стеклянных