

Список цитируемых источников

1. Окунева, И. О. «Красивый» и «Модный» в русском и английском языках / И. О. Окунева // Вестн. Моск. ун-та. — 2008. — № 4. — (Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация).
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. — М.: Совет. энцикл., 1990. — 530 с.
3. Ayto, J. The Oxford Dictionary of Rhymic Slang / J. Ayto. — Oxford: Oxford University Press, 2002. — 278 p.
4. Flucs, F. How to read fashion [Electronic resource] / F. Flucs // Fiberfluxblog. — Mode of access: <http://www.fiberfluxblog.com/2011/09/how-did-you-learn.html>. — Data of access: 02.10.2016.

УДК 81.271.2

Т. С. Давидовская, З. И. Корзун

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПОБУДИТЕЛЬНОСТИ В ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Введение. Постепенно утвердившаяся в современном языкознании антропоцентрическая парадигма создает серьезную теоретико-методологическую основу для разработки комплексного подхода к описанию речевого поведения, ориентированного на изменение мира путем вербального воздействия на членов тех или иных социальных сообществ. Исследования различных аспектов категории побудительности (типологического, функционально-семантического, прагмалингвистического, социо- и этнокультурного) представляют собой одну из самых активно развивающихся областей лингвистического знания. Как известно, до второй половины XX века категория побудительности рассматривалась через призму традиционного подхода к изучению языка, когда принцип «от формы к значению» отбирал только императивные предложения, а конструкции с побудительным значением, но выраженные неимперативными средствами языка, оставались вне фокуса научного исследования [1, с. 24].

Актуальность исследования обусловлена тем, что побудительность в коммуникативном аспекте играет важную роль и требует многоаспектного изучения, а также повышенным интересом к изучению пословиц и поговорок, которые совмещают в себе признаки единиц разных уровней языка; активным использованием пословиц и поговорок побудительной семантики. Основной целью исследования является выявление и описание языковых (морфологических, синтаксических и лексических) средств выражения побудительности в немецких пословицах и поговорках. Эмпирическую базу исследования составили пословицы и поговорки немецкого языка объемом 146 единиц, отобранные на основе сплошной выборки из словарей: А. И. Алёхина «Фразеологическая единица и слово»; Ю. Н. Афонькин «Русско-немецкий словарь крылатых слов»; В. С. Кожемяко «Русские пословицы и поговорки и их немецкие аналоги»; М. Я. Цвиллинг «Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок»; Duden “Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten” Band II; А. Е. Graf “Russische und deutsche idiomatische Redewendungen”.

Основная часть. Каждое современное общество старается уделять свое основное внимание правилам, которые необходимо соблюдать в процессе речевого общения. Побудительные предложения составляют значительную часть речевой продукции человека, с их помощью регулируется общественно-производственная деятельность в обществе. Как отмечает Е. Е. Кубарева, «категория побудительности обладает чрезвычайно богатым арсеналом выразительных средств. Средствами языка можно выразить все оттенки эмоционально-побудительных значений — от самых мягких, просительных, некатегоричных, вежливых до самых резких, грубых, настойчивых» [2, с. 82].

Самым ярким проявлением языка является народное творчество, уходящее своими корнями в далекое прошлое и призванное характеризовать не только колорит самобытной культуры народа, его многовековую историю, но и культуру, традиции и историю. В рамках народного творчества особую роль играют пословицы и поговорки, так как, переходя от поколения к поколению, они поддерживали уклад народной жизни, крепили духовный и нравственный облик народа. Особый интерес составляют пословицы побудительной семантики, в которых выделяется также побудительное значение, представляющее собой реализацию в языке и сознании людей директивного речевого акта, характеризуемого целью волеизъявления и программирующего действия адресата. Анализируя пословицы и поговорки немецкого языка, следует указать, что категория побудительности — не частое явление в паремииологии. Нами было проанализировано 2 000 пословиц и поговорок немецкого языка, и лишь 146 из них содержали побуждение.

Общепризнанным является положение, что в выражении побуждения участвуют все наклонения глагола, оба залога. В зависимости от того, что является ведущим средством выражения — сама структура коммуникативно-прагматической формы побуждения или включаемая в нее определенная языковая единица, — все множество средств делится на морфологические, синтаксические и лексические средства.

Что касается **морфологического уровня**, то безусловной доминантой функционально-семантического поля «побудительность» является *императив*. В результате анализа эмпирического материала нами выявлены 54 пословицы и поговорки (36,9% от общего количества выборки), в которых категория «побудительность» вербализована с использованием форм повелительного наклонения. Например: *Sage mir, mit wem du umgehst, und ich sage dir, wer du bist* [3, с. 56]. Вышеизложенное доказывает, что императивные предложения являются прямым грамматическим средством выражения побудительности, а значение побуждения составляет семантическое содержание императивных форм. Вместе с тем проведенный анализ особенностей употребления императива в немецких пословицах и поговорках свидетельствует о том, что во многих случаях кроме данных форм используются различные частицы в целях усиления побуждения, придания высказыванию/пословице эмоционально-экспрессивного характера: **aber, bloß, doch, endlich, erst, mal, ja, nur**. Например: *Kehre erst vor deiner Tür, denn du hast Schmutz genug dafür* [3, с. 45].

Несмотря на большую роль императива, немецкий язык располагает и другими средствами выражения побудительности. В ходе проведенного исследования нами установлено, что в качестве ядерных конstituентов поля побудительности в своих синтагматических значениях, синонимичных прагматическому значению императива, выступают и другие средства морфологического уровня — **презенс и футурум индикатив и инфинитив**. Что касается пословиц и поговорок немецкого языка, то нами обнаружены лишь три пословицы и поговорки (2,1%), где коммуникативная интенция «побуждение» выражена повествовательным предложением с **глаголом в настоящем времени**: *Du kriegst die Motten!* [4, с. 22]. Основная цель коммуникации в данных случаях — управлять поведением адресата или не участвующего в коммуникации, когда наименование адресата является обязательным: *Da schnallst du ab!*

Форма инфинитива, отрицающая связь с лицом, употребляясь в побудительном значении, подчеркивает безразличие к личности адресата. Эта особенность инфинитива делает его особенным средством для выражения оттенков наиболее категоричного, по сравнению с другими ядерными конstituентами, побуждения: *Nicht ärgern, nur wundern!* [4, с. 89]. Исследуя предложения, содержащие пословицы и поговорки с категорией побудительного инфинитива, можно констатировать, что в большинстве случаев данные предложения не имеют много второстепенных членов, а значит, более категоричны, чем инфинитивные предложения с второстепенными членами. Сравним: *Besser zweimal messen, als einmal vergessen* [3, с. 9].

Следует отметить, что в проанализированных нами пословицах и поговорках категория «побудительность» выражается при помощи **причастия II** (1 единица, или 0,7%). Причастие второе, как и инфинитив, может употребляться самостоятельно с модальным значением требования, приказа: *“Gesagt — getan!”*.

Синтаксический уровень также обладает своими средствами для оформления побудительной ситуации. Синтаксические средства выражения побудительности — это, прежде всего, употребление конструкций *haben / sein + zu + инфинитив*. Наблюдение за функционированием синтаксических средств позволило нам констатировать следующее: конструкции *haben + zu + Infinitiv/ sein + zu + Infinitiv* представлены не часто в немецких пословицах и поговорках (3 единицы, что составляет 2,1%): *Die Ahle ist im Sack nicht zu verbergen* [3, с. 12]. *Verstand ist zubeachten, Schönheit zu betrachten* [4, с. 104].

Осуществленный анализ пословиц и поговорок немецкого языка позволяет отнести к конstituентам императива **безглагольные конструкции**. Например: *Früh mit den Hühnern zu Bette und auf mit dem Hahn um die Wette* [3, с. 33]. *Augenauf!* [6, с. 29]. В данных конструкциях глагол отсутствует, но смысл предложения понятен, исходя из контекста. Количество таких предложений из всей выборки составило 11, или 7,5%. Следует указать, что типичной структурой безглагольных побудительных поговорок в отобранном материале выступает предложное (реже беспредложное) сочетание существительного с наречием или другим существительным: *Kopfhoch! Schwammdarüber!* [5, с. 42]. Особую группу побудительных поговорок образуют также сочетания некоторых существительных с *kein (e), immer, nur*, например: *Kein Aber!* [7, с. 146].

В результате анализа практического материала нами установлено, что для выражения поля побудительности в немецких пословицах и поговорках используются также и средства **лексического уровня**. Лексические способы представления побудительности выражаются, в первую очередь, с помощью модальных глаголов, которые по своей семантике способны придать различные оттенки модальности. Согласно точке зрения А. А. Босак, модальные глаголы — это «глаголы, объединённые в особую группу и не выражающие действие или состояния (как полнозначные глаголы), а отношение говорящего к действию (т. е. может ли, хочет ли, обязан ли говорящий совершать то или иное действие)» [8, с. 101—103], например: *Die Suppe, die man sich einbrockt, muss man auch auslöffeln*. На данном уровне нами было обнаружено употребление модальных глаголов **sollen, müssen, dürfen** и **können** (52 единицы, 35,6%). Наиболее часто встречается модальный глагол **müssen**, который, как и глагол *dürfen*, выражает наиболее категоричное долженствование/побуждение по сравнению с глаголом *sollen*. В результате анализа практического материала нами были выявлены 33 (22,6%) пословицы и поговорки, в которых категория «побудительность» выражена глаголом **müssen**: *Man muß das Eisenschmieden, solange es heiß ist* [3, с. 48]. *Wer A sagt, muß auch B sagen* [3, с. 66] и глаголом **sollen** (16 единиц, 10,9%): *Man soll nicht zwei Hasen auf einmal jagen* [3, с. 53]. *Man soll den Tag nicht vor dem Abend loben* [40, с. 47].

В качестве одного из языковых средств лексического уровня для выражения побудительности в проанализированных нами пословицах и поговорках выступает и модальный глагол *können* (2 единицы, 3,8%): *Das kannst du in die Esseschreiben* [5, с. 12]. *Man kann nicht über seinen eigenen Schatten springen* [7, с. 153]. Следует отметить, что среди проанализированных пословиц и поговорок нами не выявлены конструкции с модальными глаголами *mögen* и *wollen*.

Одним из средств выражения побудительности в немецком языке являются инфинитивные конструкции с глаголом *lassen*, однако данная конструкция встречается довольно редко (9 единиц, 6,2%). В инфинитивных императивных конструкциях с глаголом *lassen* побуждение ориентировано в большинстве случаев на второе лицо единственного числа, и лишь в одной пословице носит опосредованный характер. Например: *Laß dem Narren seine Kappe* [3, с. 46]. *Laß es dich nicht nach fremdem Gut gelüsten* [3, с. 59]. Анализ немецких пословиц и поговорок с глаголом «*lassen*» показывает, что, будучи употребленным с инфинитивом, глагол *lassen* имеет значение «не препятствовать / способствовать осуществлению какого-либо действия, разрешать / допускать его» [8].

Заключение. Результаты анализа практического материала показывают, что побудительность объективируется в немецких пословицах и поговорках средствами, которые принадлежат к разным уровням языковой системы: морфологическому, синтаксическому и лексическому. Факт множественности способов и средств выражения императивности в немецком языке свидетельствует об универсальности категории «побудительность».

Список цитируемых источников

1. Лобанова, Е. В. Базовые параметры категории побудительности в английском языке: когнитивно-онтологический подход / Е. В. Лобанова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. — Вып. 2. — 2011. — С. 17—25.
2. Кубарева, Е. Е. Эксплицитные и имплицитные побудительные конструкции в английском языке (в сопоставлении с русским) / Е. Е. Кубарева // Сопоставительный лингвистический анализ: науч. тр. — Куйбышев, 1977. — С. 82.
3. Кожемяко, В. С. Русские пословицы и поговорки и их немецкие аналоги / В. С. Кожемяко, Л. И. Подгорная. — СПб.: КАРО, 2003. — 192 с.
4. Цвиллинг, М. Я. Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок / М. Я. Цвиллинг. — 3-е изд., стереотип. — М.: Рус. яз., 2002. — 216 с.
5. Алёхина, А. И. Фразеологическая единица и слово / А. И. Алёхина. — М.: Высш. шк., 1991. — 76 с.
6. Duden. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Band II. — Mannheim-Leipzig-Zürich, 1997. — 693 S.
7. Афонькин, Ю. Н. Русско-немецкий словарь крылатых слов: ок. 1 200 единиц / Ю. Н. Афонькин. — М.: Рус. яз., 1990. — 288 с.
8. Босак, А. А. Грамматика немецкого языка. Морфология: учеб. пособие / А. А. Босак. — Минск: БГЭУ, 2003. — 210 с.

УДК 800

А. В. Драбня

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ГРУППА КОММУНИКАТИВНЫХ ГЛАГОЛОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Введение. Проблемы коммуникации находятся в центре многих наук, таких как психология, психолингвистика, психофизиология, семиотика, социология др. Коммуникация в человеческом обществе в своем большинстве осуществляется при помощи языка. Язык — важнейшее средство передачи информации, ее хранения, так как основная информация, циркулирующая в обществе, есть информация, реализуемая в языковой форме. Так как коммуникация охватывает все сферы жизни человека, изучение лексики, выражающей речепроизводство, является актуальной проблемой. Исследования в данной области позволили возникнуть такому направлению лингвистики, как коммуникативная лингвистика, которая активно развивается и в наше время. В рамках коммуникативной лингвистики проводится изучение глаголов коммуникации в языке. Несмотря на существование значительного количества работ, посвященных исследованию лексических единиц, выражающих коммуникативную направленность, проблема коммуникативного аспекта только находит свое решение. Актуальным представляется семантическое описание поля коммуникации в английском языке и изучение функционирования его единиц.

Цель исследования состоит в описании лексико-семантической группы глаголов коммуникации, выявив собственно коммуникативные глаголы.

Объектом исследования являются английские глаголы, имеющие в своем значении компонент «коммуникативность».