

ПОБУДИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ КАК СРЕДСТВО ОТРАЖЕНИЯ ПОЛЯ ПОБУДИТЕЛЬНОСТИ ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОМ ФОНДЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Введение. В связи с изменением научной парадигмы и утратой ведущей роли структурной лингвистикой, в основе которой лежит понимание языка как знаковой системы с чётко выделенными структурными элементами и стремление к строгому описанию языка, особую важность в настоящий момент играют вопросы, связанные с коммуникацией, прагматической ситуацией, фактором адресата и т. д. [1, с. 53].

Феномен побудительности закономерно приобретает статус категории, обобщающей специфический способ отражения действительности — через побуждение объекта к действию, является коммуникативно-семантической категорией, обладающей соответствующими категориальными признаками. Описание категории побудительности — одно из наиболее динамично развивающихся направлений современной теории познания. Как справедливо отмечает А. В. Вельский, «общение немислимо без побуждения к действию. Люди непрерывно обращаются друг к другу с разнообразными побудительными фразами» [2, с. 83].

Актуальность данного исследования заключается в том, что пословицы и поговорки вызывают интерес у учёных, поскольку их можно рассматривать как способ воздействия и влияния на человека. Исследование категории побудительности, а также определение наличия и степени побудительности в немецких пословицах и поговорках соответствуют современной лингвистической парадигме и способствуют решению одной из проблем языкознания. При выработке теоретических подходов к теме исследования автором были использованы следующие методы: интерпретационный; сплошной выборки; дефиниционного, контекстуального и сопоставительного анализа.

Основная часть. Интегрирующим понятием для нашего исследования является понятие побудительности. Анализ определённых аспектов реализации данной категории в одном из видов человеческой речевой деятельности позволяет объединить различные методы анализа языковых единиц и вывести исследование на междисциплинарный уровень. Считая правомерным отнесение категории побудительности к коммуникативно-семантическим, А. Ю. Маслова исходит из того, что реализация категории осуществляется посредством иерархически организованных и взаимодействующих коммуникативных, прагматических и собственно лингвистических составляющих. Коммуникативная составляющая категории побудительности базируется на том, что побуждение — неотъемлемая часть речевого общения. Прагматическая составляющая категории побудительности предполагает исследование коммуникативных средств в отношении к человеку, когда внимание концентрируется на коммуникативной ситуации и цели, с которой происходит побуждение к действию. Лингвистическая составляющая категории побудительности представлена совокупностью равноуровневых языковых средств, выражающих побудительное значение и организованных по принципу функционально-семантического поля (согласно положениям функциональной грамматики) [3].

Категориальным основанием побудительности выступает категориальный смысл побуждения — общекатегориальное значение, которое складывается из набора значений отдельных коммуникативно-семантических групп, каждая из которых имеет коммуникативное содержание, обусловленное, прежде всего, коммуникативной побудительной целью. Категориальный принцип системной организации является иерархическим, репрезентирующим взаимодействие коммуникативных, прагматических, семантических и собственно языковых факторов [4].

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. На наш взгляд, всё это многообразие выразительных средств может быть изучено только при условии их упорядоченности и анализа. Одним из таких средств выступают побудительные конструкции, которые мы, вслед за А. Ю. Масловой, рассматриваем как «синтаксические построения, включающие в свой состав формы императива и его синонимы, при помощи которых говорящий выражает свою волю или желание для того, чтобы добиться от адресата выполнения желаемого действия» [5].

Материалом для исследования послужили пословицы и поговорки, отобранные методом сплошной выборки из фразеологических словарей и словаря крылатых слов немецкого языка [6], в количестве 35 выражений. Анализируя пословицы и поговорки немецкого языка, следует сделать вывод,

что категория побудительности — не частое явление в паремиологии. Нами было проанализировано 400 пословиц и поговорок немецкого языка, и лишь 35 из них содержали побуждение.

Проведённый анализ отобранного материала свидетельствует о том, что доминантой микрополя побудительности являются побудительные конструкции, содержащие формы императива (2-е лицо единственного и множественного числа, форма вежливого обращения), которые характеризуются регулярностью выражения побуждения к действию и имеют глобальное значение в коммуникации и человеческой деятельности. В. С. Рябенко отмечает: «Тот факт, что императив не обладает категорией времени, не означает, что императив существует вне времени, а напротив. Императив имеет тесные связи с будущим временем, а также с настоящим временем. *Komm sofort herunter, Sascha!*» [7, с. 5]. Выделение доминанты представляет собой первоначальный и наиболее важный этап в рассмотрении поля побудительности, поскольку её дифференциальные признаки служат ориентиром при определении принадлежности конститuentов к ядру или периферии. Доминанта помещается в центр поля на основании того, что её категориальное значение является «тем стержнем, вокруг которого группируются другие средства выражения сходной семантики» [8]. Следует отметить, что доминантное положение в данном поле занимает категория императива, например: *Sage mir, mit wem du umgehst, und ich sage dir, wer du bist. Versprich nicht, was du nicht halten kannst. Wer will fahren, zieh' auch den Karren.*

Одним из распространённых средств выражения побудительности является инфинитив. Инфинитив как форма, отрицающая связь с лицом, употребляясь в побудительном значении, подчёркивает безразличие к личности адресата. Это свойство инфинитива делает его особенным средством для выражения оттенков наиболее категоричного, по сравнению с другими ядерными конститuentами, побуждения: *Erst denken, dann lenken. Züchtigen, aber nicht entehren. Erst wägen, dann wagen.*

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, исходя из теории, более категоричны, чем инфинитивные предложения с одним второстепенным членом, например: *Besser zweimal messen, als einmal vergessen.* — *Abwarten und Tee trinken!*

Проведённый анализ показывает, что по сравнению с побуждением, выражающим желание говорящего воздействовать на слушающего или третье лицо в целях изменения ситуации, термин «побудительность» имеет более широкое значение: это свойство людей и других явлений действительности каузировать изменение окружающей действительности. Категория побудительности может рассматриваться современной лингвистической наукой как функционально-семантическая категория с полевым принципом построения разноуровневых языковых единиц побудительной семантики.

Заключение. Исследование функционально-семантического поля побудительности, выраженное побудительными конструкциями с императивом и инфинитивом, показывает, что императив и инфинитив как по содержательным, так и по формальным признакам следует описывать, не включая в категорию склонения, так как формы категории склонения предназначены для реализации повествовательной, или коммуникативной, функции. Императив является единственной формой глагола, которая в своём прямом значении (как вокатив имени) выполняет побудительную функцию, что позволяет объединить императив наряду с другими средствами, обладающими семантикой побудительности, в рамках функционально-семантического поля побудительности. Разнообразие конститuentов, составляющих ядро поля побудительности, свидетельствует о значительно развитой системе языковых средств, выражающих модальность в немецком языке.

Список цитируемых источников

1. Виноградов В. В. О категории модальности и модальных словах в русском языке // Исслед. по рус. грамматике. М. : Наука, 1975. С. 53—88.
2. Левус Г. П. Логическое содержание категории побудительности // Функцион.-семант. анализ яз. ед. Алма-Ата, 1986. 189 с.
3. Маслова А. Ю. Коммуникативно-семантическая категория побудительности и её реализация в славянских языках (на материале сербского и болгарского языков в сопоставлении с русским) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2009. 49 с.
4. Там же. С. 8.
5. Там же. С. 10.
6. Афонькин Ю. Н. Русско-немецкий словарь крылатых слов. М. : Рус. яз., 1990. 288 с. ; Бинович Л. Э., Гришин Н. Н. Немецко-русский фразеологический словарь. М. : Рус. яз., 1975. 264 с. ; Бинович Л. Э., Гришин Н. Н. Немецко-русский фразеологический словарь. 2-е изд., испр. и доп. М. : Рус. яз., 1975. 656 с.
7. Рябенко В. С. Функционально-семантическое поле побудительности в современном немецком языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Минск, 1975. 63 с.
8. Там же. С. 3.