

Ідіоми як засіб номінації концепту “Спонування до дії”

*Роботу виконано на кафедрі німецької філології
ВНУ ім. Лесі Українки*

У статті запропоновано аналіз концепту “Спонування до дії” на основі ідіом. Особливу увагу приділено експліцитним та імпліцитним засобам його вираження, розкрито досліджуваний концепт “парасолькою”.

Ключові слова: концепт, спонування, ідіома, експліцитний, імпліцитний, мотивація.

Бондарчук Е. Ю. Идиомы как средство номинации концепта “Призыв к действию”. В статье предлагается анализ концепта “Призыв к действию” на основании идиом. Особое внимание обращается на эксплицитные и имплицитные средства его выражения. Изучаемый концепт раскрыт “зонтиком”.

Ключевые слова: концепт, призыв, идиома, эксплицитный, имплицитный, мотивация.

Bondarchuk O. Y. Idiomatical Means of Expression of the Concept “Induce to the Action”. The article deals with analysis of the concept “Induce to the action” on the idiomatical basis. Special attention is paid to the explicit and implicit means of its expression. The article represents the opening of the concept as an “umbrella”.

Key words: concept, induce, idiom, implicit, explicit, motivation.

Постановка наукової проблеми та її значення. Посилена увага до мовних явищ як репрезентації досвіду, знань та уявлень мовців (концепт, картина світу, концептуальний простір тексту, прототип і т. д.) характеризує сучасний період розвитку лінгвістичної науки. Концепт як методологічну категорію з позицій різних підходів успішно досліджували В. І. Карасик, Є. С. Кубрякова, В. А. Маслова, А. М. Приходько, Ю. С. Степанов, В. Н. Телія, Р. М. Фрумкіна, М. Шварц та ін. Спонування стало об'єктом досліджень з позицій граматики, комунікативної лінгвістики та дискурсознавства у працях С. В. Мясоєдової, А. Пянтковської, С. С. Кулезньової. **Актуальність** роботи обумовлюється і загальним інтересом до дослідження такого соціально значущого концепту “Спонування до дії” з лінгвокогнітивного погляду, і вивченням ідіом німецької мови як засобів передачі досвіду поколінь.

Саме концепт “Спонування до дії” став **об'єктом** нашого дослідження, тому що він превалюючий для німецького народу, у концептосфері якого завжди актуальні концепти “Ordnung”, “Fleiss”, “Arbeit”, “Sparsamkeit” [6], що передбачають певні спонукальні інтенції. Історична зумовленість потреби у спонуванні простежується і в часи феодального роздроблення країни, коли необхідно було швидко і вміло згуртувати народ від нападу ворогів, і в період падіння Берлінської стіни, що стало початком об'єднання ФРН і НДР і, відповідно, потребувало фізичної і психологічної співпраці Ossis і Wessis. У період сучасних процесів глобалізації та наслідків світової економічної кризи спонування безумовно наявне у свідомості мовців.

Так, **метою** нашої статті можна визначити як дослідження фразеологічних засобів вираження концепту “Спонування до дії”, а саме ідіом, у німецькій мовній картині світу та виявлення антропологічних кореляцій у процесах їхнього функціонування. Поставлена мета передбачає виконання низки дослідницьких **завдань**: 1) вивчити спонування як феномен; 2) виокремити ідіоми, що експлікують концепт “Спонування до дії”; 3) описати ідіоми як експліцитні та імпліцитні засоби вираження концепту “Спонування до дії”; 4) показати їхні можливості концептуально-семантичного групування і взаємодії.

Матеріалом нашого дослідження послуговували ідіоми, відібрані з сучасних німецьких словників Duden, Agricola, Wahrig.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У межах нашого дослідження ми погоджуємося із трактуванням концепту за З. Д. Поповою: “Концепт – дискретне ментальне утворення, що становить базову одиницю мислення людини з відносно впорядкованою внутрішньою структурою, що являє собою результат пізнавальної діяльності людини і суспільства, яке містить комплексну, енциклопедичну інформацію про предмет або явище, про інтерпретацію цієї інформації суспільним пізнанням і ставлення суспільного пізнання до цього явища чи предмета” [2, 34]. Інтерес до спонування як до складного та неоднозначного явища

соціального спілкування людей сягає своїм корінням у глибоку давнину. Ще Арістотель, аналізуючи загальну структуру людської діяльності, називає один з її елементів телеологічною причиною (від грец. *teleos* – той, хто досягає мети). Під телеологічною причиною він розумів внутрішню зацікавленість, потребу, мету суб'єкта діяльності, прагнення до яких є внутрішнім фактором сприйняття зовнішнього примусу, зокрема певного спонукального висловлювання. Під спонуканням ми розуміємо феномен, за якого діяльність однієї людини регулює інша, зважаючи на ту чи іншу потребу, саме воно є фактором цілеспрямованих людських дій, що зумовлюється наміром мовця вплинути на співрозмовника і певним способом змінити або зберегти наявний стан речей.

Фразеологічні засоби становлять особливу форму вербалізації концептів: вони “заповнюють лакуни в лексичній системі мови, яка не може повністю забезпечити найменування пізнаних людиною сторін діяльності, і в багатьох випадках є одним позначенням предметів, процесів, властивостей, станів, ситуацій” [4, 5]. Специфічні обставини життя народу зумовлюють виникнення характерних лише для однієї мови фразеологізмів, що становлять собою дух цієї мови, її національну самобутність і відображають менталітет і цінності нації.

Ми погоджуємося з широким розумінням обсягу фразеології. Мінімальну одиницю фразеологізмів, за нашими спостереженнями, становлять двослівні утворення (*alles in Butter*), а максимальну одиницю – речення (*Was du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen.*) [7, 10].

Ідіоматика – це безперечне ядро фразеології, оскільки лише ідіоми еквівалентні словам, що виконують цілісну номінативну функцію. Всі інші фразеологічні одиниці становлять периферію фразеології [10, 15].

Аналіз зібраного матеріалу показав, що за засобами вираження спонукальної семантики варто розмежувати ідіоми, що виражають концепт “Спонукання до дії”, на експліцитні та імпліцитні.

Вивчаючи детально експліцитні засоби вираження концепту “Спонукання до дії”, прослідковуємо невелику кількість ідіом, що за своєю структурою можуть прямо виражати імперативність. Наприклад, ідіома *Ab durch die Mitte!* з'явилася з-за куліс театру. Там актори отримували вказівки, як вони мають залишати сцену. Другорядні фігури йшли ліворуч або праворуч, а головний герой, як правило, після вдалого виступу крокував зі сцени посередині. Тепер ця ідіома має значення “не йти непомітно, а показати себе у всій красі”. *Ab nach Kassel!* може вживатися в різних ситуаціях: діти мають йти спати, вставати до школи. Ця ідіома вживається як останнє прохання, якому передувала певна кількість проігнорованих спонукань і передбачає в разі невиконання більш жорсткі засоби, ніж усні висловлювання. *Aus die Maus!* може вживатися в прямому значенні, коли батьки вимикають телевизор після закінчення мультика про мишенят і цим дають зрозуміти, що сеанс перегляду закінчився. А значення ідіоми *Aus die Maus!* етимологічно пов'язане з мертвими мишами в мишоловках, але тепер позначає кінець ситуації, розмови, якогось процесу, справи. *Abwarten und Tee trinken* спонукає діяти лише після свідомого обдумування ситуації, що має привести до мирного вирішення конфлікту. Ця ідіома сягає корінням у часи, коли проблеми обговорювалися за чашкою чаю. *Dalli dalli* походить від польського *dalej* (далі) і виражає спонукання поквипитися, йти далі, продовжувати щось робити. Імперативна семантика прослідковується і в таких ідіомах: *hinter etwas Dampf machen* (пришвидшити роботу), *j-n auf die Beine bringen* (змусити когось брати участь у певному заході), *j-n auf Draht bringen* (змусити когось діяти швидко та якісно), *etw. in die richtige Bahn lenken* (спрямувати щось у правильне русло).

Переходячи до аналізу імпліцитних засобів вираження концепту “Спонукання до дії”, беремо до уваги, що висловлення цього типу залежать від конситуації. Лише знання ситуації дає змогу адекватно сприймати спонукальний потенціал таких ідіом. Розуміння закладеного у висловленні віковичного досвіду народу, його комунікативних намірів можливе завдяки здатності наступних поколінь декодувати інформацію, що містить та чи інша фразеологічна одиниця, а особливо ідіоматика, бо вона розглядається як порівняно закрита незалежна категорія ментального лексикону. Досвід народу передається за допомогою ідіом імпліцитно шляхом натяку, поради, застереження, заборони та ін. Проаналізуємо, коли саме ідіоми імпліцитно спонукають нас до дій.

1. Сприятливі умови, обставини, за яких відбувається дія; удача; поінформованість; хороша форма; контроль над перебігом подій – *gute Karten haben, Schwein haben, gut drauf sein.*
2. Легкі завдання, легкодосяжна мета – *eine der leichtesten Übungen, mit Händen zu greifen sein.*
3. Поставлені плани, сподівання – *die Weichen stellen, etw. in die Augen fassen, gut drauf sein etw. zu tun.*

4. Потреба самореалізації, що констатується у:

4.1. Протистоянні перешкодам – *die Ohren steif halten, Haare auf den Zähnen haben, j-m die Stirn bieten*.

4.2. Подоланні перешкод, усуненні непорозумінь, уникненні небезпеки, нових сподівань на успіх – *aus dem Schneider heraus sein, über den Berg sein, j-m fällt ein Stein vom Herzen*.

5. Слід діяти ситуативно адекватно – *etw. in Kauf nehmen, seine Grenzen kennen*.

6. Рішучість, готовність ризикувати – *die Gelegenheit beim Schopfe fassen, etw. übers Knie brechen, sich in die Höhle des Löwen begeben*.

7. Прогрес у певній справі спонукає діяти далі, успішно завершити справу – *auf dem richtigen Weg sein, laufen wie geschmiert, einen Schritt weiter gehen*.

8. Готовність допомогти іншому – *j-m unter die Arme greifen, j-m aus der Patsche helfen, für j-n durchs Feuer gehen*.

9. Беззаперечно, що імперативним фактором для будь-якої особистості є мотивація як процес спонукання себе та інших до діяльності для досягнення й особистих, і суспільно важливих цілей. Ефективність мотивації пов'язана з конкретною ситуацією. Сучасна наука виділяє два види теорій мотивації – змістовні та процесуальні. Змістовні теорії пов'язані з внутрішніми спонуканнями людини (що називають потребами), які примушують її діяти в тому чи іншому напрямі. Наприклад, потреба у професійному рості, моральному розвитку – *am Ruder sein, alle Fäden in der Hand halten, auf Draht sein, eine Sache übers Knie brechen*. Процесуальні теорії мотивації сучасніші. Вони ґрунтуються у першу чергу на тому, як поводяться люди залежно від їхнього виховання і пізнання: *nach jemandes Geige tanzen, den Ton angeben, die Finger davonlassen*.

Розглянемо детальніше, до яких дій спонукають нас ідіоми:

1. До вправлення у якійсь справі: *etwas will gelernt sein*.

2. До впертості, цілеспрямованості: *am Ball bleiben, auf Draht sein*.

3. До взаємодопомоги: *eine Hand wäscht die andere*.

4. До очікувань: *der Dinge harren, die da kommen sollen, abwarten und Tee trinken*.

5. До руху в правильному напрямку: *etwas auf die Beine stellen, bringen*.

Будь-який концепт межує з іншими концептами, вони доповнюють один одного. За Є. С. Кубряковою, вміст, значення певного концепту розкривається “парасолькою” [3]. Концепт “Спонукання до дії”, вербалізуючись ідіомами, розкривається за допомогою концептів “Освіта”, “Риси характеру”, “Людські стосунки” (рис. 1).

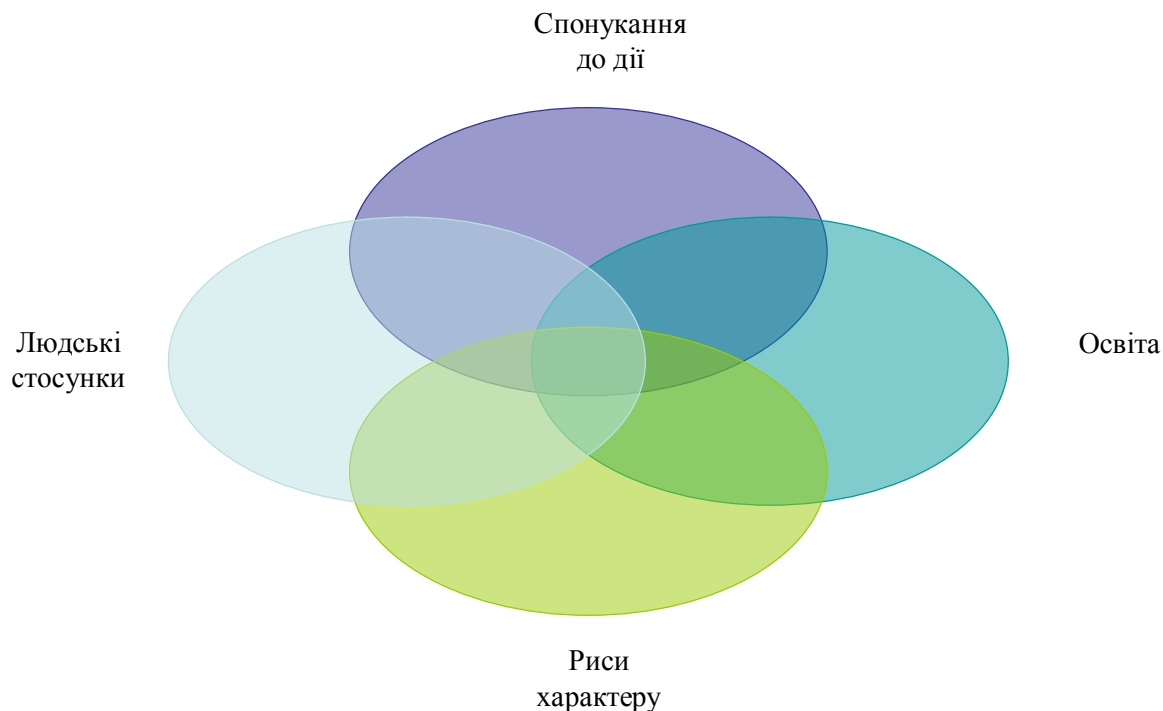


Рис. 1. Розкриття концепту “Спонукання до дії” “парасолькою” за допомогою інших концептів на основі ідіом

Риси характеру людини мають здатність впливати на людські взаємини, кар'єрний ріст, успіх, долю цієї людини. Сильний характер відрізняється впертістю, наполегливістю, така людина має харизму. Всі прагнуть наслідувати людей саме з сильним типом характеру, намагаються діяти за шаблоном їхньої поведінки. Основними концептуальними ознаками сильного характеру у “Спонуванні до дії” є:

- Стресові ситуації не викличуть депресії, а навпаки, спонукатимуть до активного пошуку виходу з такого становища: *Not macht erfinderisch*.
- Розпочату справу такі особи доведуть до кінця, не зупиняться на півдорозі: *die Katze lässt das Mäuschen nicht*.
- Щоб досягнути успіху, обов'язково наберуться терпіння: *Mit Geduld und Spucke fängt man eine Mücke*.
- Знають, що зробити, щоб знесилити та знешкодити свого суперника: *das schlägt dem Fass den Boden aus*.
- Без роздумів ідуть стрімголов за праве діло: *auf die Barrikaden gehen*.
- Не лише самі займають активну позицію, а й спонукають інших до такої діяльності: *j-n. auf Draht bringen*.
- Завжди залишаються в курсі подій: *am Ball bleiben*.

Варто згадати також слабкий або навіть негативний тип характеру. Ідіоми, що його експлікують, застерігають нас від певних дій, спонукають діяча ніколи так не робити, зважаючи на страшні наслідки таких вчинків. Наведемо основні концептуальні ознаки концепту “Спонування до дії”:

- Занадто пізно похопитися: *den Brunnen zudecken, wenn das Kind hineingefallen ist*.
- Створювати надто багато шуму, зумовлювати зайві проблеми: *hinter etw. Dampf machen*.
- Мовчки чекати подальшого розвитку подій замість того, щоб діяти негайно: *der Dinge harren, die da kommen sollen*.
- Не маючи необхідного досвіду, намагатися повчати інших, займатися не своїми справами: *das Ei/ Küken will klüger sein als die Henne*.

Людина – істота суспільна, вона постійно перебуває в оточенні інших людей: у колі друзів, у своїй сім'ї, у робочому колективі, врешті, просто на вулиці, у громадському транспорті. Тому для неї дуже важливо вміти правильно будувати хороші стосунки з іншими, отримувати визнання, повагу та підтримку. Наведемо основні концептуальні ознаки концепту “Спонування до дії”, що виокремлюються на його перетині з концептом “Людські стосунки”:

- *Допомога* є основою людських стосунків, тим компонентом, який забезпечує взаєморозуміння: *Eine Hand wäscht die andere* – рука руку мие. Потрібно допомогти комусь, щоб потім хтось допоміг мені. Те, що ти робиш, обов'язково колись повернеться назад. Іноді навіть не сподіваєшся на позитивний результат справи, але з допомогою партнерів, колег або близьких людей все закінчується якнайкраще: *etw. auf die Beine stellen/ bringen* – чудом, дивом довести розпочату справу до кінця.
- *Дружба*. Для друзів іноді достатньо просто написати листівку, вони все зрозуміють, вони невибагливі: *Postkarte genügt* – якщо щось трапиться, тобі варто просто написати мені звісточку і я прийду.
- Які ж людські стосунки без *застілля*? Чи то День народження, чи інше сімейне свято, всі збираються за святковим столом: *auf einem Bein kann man nicht stehen* (спонування випити ще одну чарку).
- До кожної людини потрібно *вміти знайти підхід*. У сім'ї, наприклад, до малих дітей, коли вони соромляться роздягнутися, жартома звертаються: *“Ich guck' dir nichts ab!”*.
- Іноді варто *дати пораду* другу, дітям, рідним, якщо маєш більший досвід, скерувати у потрібне русло: *etw. in die richtige Bahn lenken*.
- *Негативні риси поведінки*. Не дуже товариською є людина, яка палець об палець не вдарить і задирає носа: *sich keinen abbrechen*. З такою людиною неохоче спілкуються.

Важливою у житті кожної людини є освіта. Процес навчання нелегкий, втомливий. Та все ж потрібно інтенсивно і ретельно вивчати певний предмет і вправлятися у ньому, щоб добре опанувати його (*etw. will gelernt sein*). Гроші на дорозі не валяються (*das Geld liegt nicht auf der Strasse*), їх потрібно заробляти, а для цього потрібно здобути професію (*einen Beruf ergreifen*).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Враховуючи особливу специфіку вербалізації концептів фразеологізмами, можемо зробити висновок, що саме ідіоми яскраво представляють концепт “Спонування до дії”. При цьому простежуються й експліцитні, й імпліцитні засоби вираження спонукальної семантики. Імпліцитно ідіоматичне спонування функціонує як наказ, вимога, прохання, порада, пропозиція, запрошення, інструкція, дозвіл, застереження, заборона, натяк, що проявляються залежно від конситуації. Концепт “Спонування до дії” розкрито “парасолькою” за допомогою інших концептів, що засвідчують про функціонування досліджуваного концепту в різних сферах, його вагомість та важливість.

Перспективи подальших досліджень – вивчення концепту “Спонування до дії” на основі інших фразеологічних засобів номінації, таких як фразеологічні сполучення, прислів'я та приказки, штампи та кліше, цитати, а також фразеологічні модифікації та інновації.

Література

1. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 477 с.
2. Кубрякова Е. С. Когнитивная лингвистика и проблемы композициональной семантики в сфере словообразования / Е. С. Кубрякова. – Изв. АН. Сер. лит. и яз., 2002. – Т. 16.
3. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – М. : Высш. шк., 1986. – 336 с.
4. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику / В. А. Маслова. – М. : Фланта ; Наука, 2007.
5. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.
6. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. М. Приходько. – Запоріжжя, 2008.
7. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М. : Шк. “Яз. рус. лит.”, 1997.
8. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Шк. “Яз. рус. культуры”, 1996. – 288 с.
9. Фрумкина Р. М. Концепт, категория, прототип / Р. М. Фрумкина // Лингвистическая и экстралингвистическая семантика. – М. : Наука, 1992.
10. Dobrovolsky D. Kognitive Aspekte der Idiom-Semantik / D. Dobrovolsky. – Tübingen : Gunter-Nan-Verlag, 1995. – 272 S.
11. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik / M. Schwarz. – Tübingen : UTB für Wissenschaft ; Uni-Taschenbücher, 1996. – 195 S.

Статтю подано до редколегії
10.04.2011 р.