

МОВОЗНАВСТВО. ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

УДК 811.112.2'373.7

Ірина ГАВРИЛЯК,
м. Дрогобич

СПЕЦИФІКА СТАНОВЛЕННЯ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ЗІ СЕМАНТИКОЮ КОЛЬОРУ

У статті зроблено спробу розкрити специфіку символіки кольору, що міститься у фразеологічних одиницях німецької мови. Проаналізовано роль кольорів, які мають визначальний характер щодо формування смислового навантаження німецьких фразеологізмів.

Ключові слова: фразеологічні одиниці, німецька мова, символіка кольору.

Havrylak I. The specifics of the formation of the German phraseological units concerning the colour semantics

The article attempts at defining the specificity of the colour symbolism in the German phraseological units. It has been analyzed the role of colours that mostly contributes to forming the meaning of German phraseological units.

Key words: the phraseological units, the German language, the colour symbolism.

Постановка проблеми. Фразеологічні одиниці постають цінним джерелом відомостей про культуру та ментальну специфіку народу. Адже вони, як правило, відображають ідеологію конкретної доби, а також світоглядні позиції його представників [16, 271]. Йдеться про стійкі сполуки слів, що характеризуються своєрідною організацією елементів, а також поняттям, відмінним від самостійних значень цих компонентів [1, 6]. У цьому контексті заслуговують на особливу увагу ті складові фразеологічного складу мови, які мають загальноприйняте значення. Вони, у свою чергу, певною мірою відіграють роль символів. Тут варто наголосити: одна з істотних властивостей об'єктів матеріального світу – це колір, що усвідомлюється на рівні зорового відчуття завдяки здатності «Я-особи» мислити.

Вплив кольору на свідомість людини та її світовідчуття проступає, зокрема, у стародавніх міфах, народних переказах, казках, пам'ятках духовної культури того чи іншого народу. Семантика кольору покликана підкреслити соціальне становище людини, її психологічний стан. Прояви такого плану мали місце у підборі одягу певних кольорів, народних приказках і прислів'ях. Загалом можна вести мову про архаїчний характер символіки кольору [9, 104]. Однак, з плином часу вона нерідко

набуває нових значень. Приміром, за новітньої епохи палітра кольорів активно використовується в якості символів суспільно-політичних рухів і явищ, а також у засобах масової інформації. Власне, аналіз фразеологічного фонду будь-якої мови оприявнює безпосередній зв'язок фразеології з екстралінгвістичними чинниками [15, 288]. Фразеологічні звороти рееструють не тільки історичні трансформації, але й задокументовують сучасні реалії. Унаслідок науково-технічного розвитку постають нові фразеологізми, зміст яких стає зрозумілим на підставі переносного значення окремих лексичних компонентів.

Аналіз досліджень. З-поміж студій, присвячених питанню становлення німецькомовних фразеологічних одиниць зі семантикою кольору, доцільно виокремити праці Д. Добровольського [10], Е. Доналіса [11], В. Флайшера [12], Й. Щепека [17]. В українському мовознавстві ця проблема досі залишається недостатньо висвітленою.

Мета статті полягає у визначенні специфіки символіки кольорів (червоний, жовтий, блакитний, чорний), що містяться у фразеологічних одиницях німецької мови.

Виклад основного матеріалу. Сприйняття кольору викликає конкретизовані специфічні зміни у психічному світі людини. Їхня інтерпретація спричиняє появу чітких асоціацій з певним кольором. Звідси – вагомий роль кольору у символіці, зокрема німецького народу [19, 484]. Символічна наповнюваність кольору є органічним складником лексичної та фразеологічної систем німецької мови. Бо ж становлення фразеологічних одиниць безпосередньо пов'язане з формуванням метафоричних значень в окресленнях кольорів.

Стійкі словосполучення, до складу яких входять кольори, суттєво збагачують міжкультурну комунікацію. Вони маркують самотність мови як носії емоційно-оцінювальної інформації [1, 146]. Це важливо передусім з огляду на те, що для встановлення контактів із представниками різних лінгвокультурних спільнот особливої значимості та злободенності набуває проблема розуміння комунікації та міжкультурної комунікації. Засвоєння знань у міжкультурному спілкуванні, їхнє впровадження у навчальний процес, – усе це постає вагомим завданням у системі навчання іноземних мов. Адже саме у міжкультурній комунікації відбувається взаємодія з іншомовною культурою [13, 214]. При безпосередній культурній взаємодії індивідуум відчуває труднощі у процесі комунікації, що виникають унаслідок незрозумілих культурних очікувань комунікативного партнера. З іншого боку, у рамках міжкультурної комунікації створюються передумови для конструкції такого комунікативного поля, в якому змінюється сам характер спілкування між

представниками різних культур. Доцільно акцентувати: для стійких словосполучень з семантикою кольорів характерна особлива образність, експресивність. Це пояснюється тим, що вони відображають найбільш знакові культурні, соціальні, історичні та релігійні реалії. Стійкість лексичного складу таких фразеологізмів виражається в застиглих традиційних формулах. Звісно, тут можливі певні нормативні зміни, які відбуваються в рамках виділених залежностей. Тому стійкість лексичних компонентів, що зазнали повної або часткової семантичної зміни, зберігає значення фразеологізму.

До так званих теплих кольорів, які мають здатність стимулювати мислення людини, належать червона та жовта барви. Вони пов'язані, у першу чергу, з процесами асиміляції, активності та напруги [17, 87].

Найбільш дієвим щодо емоційного впливу на психіку людини є червоний колір. У носіїв німецького народу він викликає чіткий асоціативний ряд з відповідними ознаками: пристрасть, кохання, відданість, свобода, вогонь, революція [7, 51]. У фразеологічних одиницях червоний колір виступає своєрідним вододілом між життям та смертю: «Heute rot, morgen tot» / «Сьогодні пан, а завтра пропав»; «Смерть не за горами, а за плечами» [6, 295]. Він, як і зелений колір, традиційно пов'язується і зі святами Різдвяного циклу. Звідси – його символічна означуваність незвичайних явищ, подій: «einen Tag im Kalender rot anstreichen» / «запам'ятати день як знаменну дату»; «відзначити що-небудь як знаменну подію» [4, 365]; «zieht sich wie ein roter Faden hindurch» / «що-небудь проходить червоною ниткою через що-небудь» [4, 191]. Таким чином, значення фразеологізмів і прислів'їв з увиразненим компонентом мають переважно позитивний відтінок.

Семантика червоного кольору має безпосередній зв'язок з окресленням фізіологічної реакції організму. Це – прояви сорому, збентеження. З огляду на психологічні ознаки червона барва асоціюється також з такими характеристиками людини, як негідність, непристойність, аморальність, ганебність: «rot anlauen» / «почервоніти від сорому», «зашарітися» [5, 140]; «einen roten Kopf bekommen» / «почервоніти» [6, 352]; «jmdn. rot machen» / «примусити кого-небудь почервоніти» [5, 141]. Таким контекстом зумовлене використання прикметника «червоний» у фразеологізмах чи прислів'ях з чітко вираженим від'ємним словесним навантаженням. Символом негативних емоцій цей колір проступає у наступних сталих словосполученнях: «rot sehen» / «розлютуватися, розгніватися» [5, 141]; «wie das rote Tuch wirken» / «дратувати»; «як червона хустка для бика» [6, 617]; «es war ihm rot vor den Augen» / «лють засліпила його» [6, 500].

Фразеологічні одиниці зі семантикою жовтого кольору у німецькій мові позначені самобутністю звучання. Попри те, що ця барва закономірно викликає асоціації передусім з життєдайною дією сонця, а відтак і гарним настроєм, таке відображення сприйняття дійсності фактично відсутнє у мовних засобах. Натомість більшість вторинно-номінативних значень прикметника «gelb» містить у собі негативний підтекст. Так, при описі зовнішності людини жовтий компонент пов'язується з конкретними іменниками. Йдеться про тематичну групу, ядро якої складає характеристика шкіри. При цьому такі словосполучення вказують не стільки особливості кольору, скільки служать орієнтиром для змалювання психічного або фізичного стану суб'єкта. Промовистий приклад – фразеологізм «der gelbe Neid» / «чорна заздрість» [6, 436]. Нерідко жовта барва поєднується тут зі специфічним сприйняттям зеленого кольору: «gelb und grün im Gesicht werden» / «позеленіти від заздрощів, злості»; «es wurde ihm gelb und grün vor den Augen» / «в очах у нього потемніло»; «у нього кола пішли перед очима» [6, 224]. У цьому зв'язку слід підкреслити: фразеологізми у своєму значенні не репрезентують нових предметів реальної дійсності, а виражають відношення до їхньої оцінки. На відміну від слів вони не вказують безпосередньо на клас реальних предметів і явищ, а описують їх опосередковано. Таким чином, в основі семантики фразеологічної одиниці лежать асоціативні трансфери.

Наступна група кольорів, що має окремішню роль у специфіці становлення й побутування німецькомовних фразеологічних одиниць, – це – блакитна, синя й чорна барви. Вони належать до так званих холодних, пасивних кольорів [14, 51]. Водночас, приміром, синій або блакитний колір («blau») постає символом нескінченності, вічності, відданості, віри, чистоти, цнотливості, милосердя, мудрості, духовного й інтелектуального життя. Аналогічне трактування зустрічається у багатьох давніх культурах з проекцією на синій колір неба, а ширше на діяльність богів як небожителів. Однак, блакитна або синя барва традиційно сприймається німцями на рівні від'ємних асоціацій щодо можливого нещастя. Звідси – специфіка становлення таких фразеологізмів: «auf blauen Dunst hin» / «в гонитві за ілюзією»; «jmdm blauen Dunst vormachen» / «морочити голову, замилювати очі, туману напускати» [6, 137]; «das Blaue vom Himmel herunterschwatzen» / «язиком гори ворочати»; «наговорити сім міхів горіхів» [6, 297]; «die blaue Ferne» / «туманна далечінь, невизначеність, невиразність»; «blauen Montag machen» / «прогуляти, не вийти на роботу»; «blau reden» / «брехати» [4, 106]. Названі фразеологічні одиниці символізують лукавство, невизначеність, оманливість намірів мовця.

У семантичному полі фразеологізмів з компонентом кольору «blau» міститься також окреслення несподіваних життєвих перипетій: «sein

blaues Wunder erleben» / «незвичайний сюрприз» [6, 688]; «einen blauen Brief bekommen» / «отримати офіційне письмове повідомлення про звільнення з роботи, про відставку», «отримати лист зі школи, у якому батьків повідомляють про неуспішність учня» [4, 106]. Синій колір у німецькій мові ототожнюється зі станом алкогольного сп'яніння, що, у свою чергу, супроводжується порушенням координації, зору: «blau sein wie ein Veilchen» / «бути п'яним як ніч (як дим, як хлющ, як чіп)» [4, 106]. З іншого боку, ця барва має сполуку з появою у людини позитивних очікувань від життя: «mit einem blauen Auge davonkommen» / «відбутися легким переляком» [4, 141]; «blaue Blume» / «блакитна квітка» як символ романтизму [6, 91]. Усе це вписується у модель світу як певної мережі координат, за допомогою яких люди сприймають дійсність, а відтак – вибудовують образи, що існують у їхній свідомості. І це закономірно, бо ж фразеологічне значення виникає у процесі метафоричного переосмислення вільного словосполучення.

Колір, що здебільшого символізує у фразеологічних одиницях нещастя, горе, траур, загибель, – це чорна барва. До типових фразеологізмів такого характеру належать такі: «schwarz sehen» / «бути песимістично настроєним»; «etwas schwarz in schwarz sehen, schildern, malen» / «бачити або зображати що-небудь в темному світлі»; «mit etwas sieht es schwarz aus» / «з чим-небудь справи кепські» [5, 182]. Проте у процесі становлення німецькомовних фразеологічних одиниць зі семантикою чорного кольору сформовані не тільки від'ємні конотації. Ось – ілюстрації: «schwarz auf weiss» / «чорним по білому, чітко, ясно, недвозначно» [5, 181]; «das ist wie schwarz und weiss» / «це як день і ніч, це зовсім різні, несумісні речі»; «aus schwarz weiss und aus weiss schwarz machen» / «називати чорне білим і біле чорним»; «jmdm das Schwarze unter dem Nagel herauslocken» / «випитати, вивідати всі таємниці в кого-небудь»; «ins Schwarze treffen» / «влучити в яблучко» [5, 182]. Примітний факт: у більшості випадків німецький епітет «schwarz», що використовується у метафоричному плані, українською мовою може перекладатися дослівно («ein schwarzer Tag» / «чорний день»; «чорна робота» / «eine schwarze Arbeit»). Однак, інколи метафоричні функції епітета в українській та німецькій мовах не суголосні. Тоді необхідна образна заміна: «ein schwarzes Schaf» / «біла ворона»; «Schwarzfahrer» – «заєць» [1, 146].

Висновки. Аналіз німецькомовних фразеологізмів зі семантикою кольору (червоний, жовтий, блакитний, чорний) дає підстави дійти висновку: умовне значення конкретної барви безпосередньо впливає на семантику фразеологічних одиниць. Це підтверджують також сталі словосполучення з компонентами зеленого, сірого чи білого кольорів. Таким

чином, вивчення символіки кольору у фразеологізмах іноземної мови суттєво полегшує розуміння культури представника передусім неспорідненого народу. Адже кожна мова володіє значною кількістю часто вживаних фразеологічних зворотів, які творять вагому складову розмовної мови.

Розгляд фразеологічних одиниць крізь призму специфіки їхнього становлення презентує змістовний дослідницький матеріал. Фразеологізми, завдяки своїй комплексній та багатогранній природі, – це невичерпне джерело для вивчення з позицій лінгвістики, перекладознавства, культурології, психолінгвістики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баран Я. Фразеологія : знакові величини. Навчальний посібник для студентів факультетів іноземних мов / Я. Баран, М. Зимомря, О. Білоус, І. Зимомря. – Вінниця : Нова Книга, 2008. – 256 с.
2. Віталіш Л. П. Фразеологія німецької мови : практикум / Л. П. Віталіш. – Львів : Паіс, 2007. – 138 с.
3. Зимомря М. Німецько-український розмовний практикум / М. Зимомря, В. Лопушанський, Р. Шевців, І. Зимомря. – Дрогобич : Коло, 2004. – 272 с.
4. Німецько-український фразеологічний словник : [у двох томах] / Уклад.: В. Гаврись, О. Пророченко. – Київ : Радянська школа, 1981. – Т. 1. – 416 с.
5. Німецько-український фразеологічний словник : [у двох томах] / Уклад.: В. Гаврись, О. Пророченко. – Київ : Радянська школа, 1981. – Т. 2. – 382 с.
6. Фразеологічний словник німецької мови / Уклад. Л.С.Осовецька, К.М.Сільвестрова. – Київ : Радянська школа, 1964. – 715 с.
7. Bartel S. Farben im Webdesign : Symbolik, Farbpsychologie, Gestaltung / S. Bartel. – Berlin : Springer, 2003. – 194 S.
8. Bauer W. Lexikon der Symbole / W. Bauer, I. Dumotz, S. Golowin. – Wiesbaden : Fourier, 1986. – 580 S.
9. Colpe C. Weltdeutungen im Widerstreit / C. Colpe. – Berlin – New York : de Gruyter, 1999. – 381 S.
10. Dobrovolskij D. Phraseologie und sprachliches Weltbild / D. Dobrovolskij // Deutsche Phraseologie in Sprachsystem und Sprachverwendung. – Wien, 1992. – S. 171 – 195.
11. Donalies E. Idiom, Phraseologismus oder Phrasem? / E. Donalies // Zeitschrift für germanistische Linguistik. – 1994. – Nr. 22. – S. 334 – 349.
12. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer. – Leipzig : Bibliographisches Institut, 1982. – 250 S.
13. Guilherme M. Critical citizens for an intercultural world : foreign language education as cultural politics / Manuela Guilherme. – Clevedon : Multilingual Matters, 2002. – 288 p.
14. Mayer H. Einführung in die Wahrnehmungs-, Lern- und Werbe-Psychologie / H. Mayer. – München – Wien : Oldenbourg, 2005. – 214 S.

15. Reinart S. Kulturspezifik in der Fachübersetzung : die Bedeutung der Kulturkompetenz bei der Translation fachsprachlicher und fachbezogener Texte / S. Reinart. – Berlin : Frank & Timme, 2009. – 555 S.

16. Skog-S?dersved M. Phraseologismen in den Printmedien / M. Skog-Südersved // Phraseologie : ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung / hrsg. von Harald Burger. – Berlin : de Gruyter, 2007. – S. 269 – 275.

17. Szepek J. Visuelle Wahrnehmung : Eine Einführung in die Konzepte Bildentstehung, Helligkeit und Farbe, Raumtiefe, Größe, Kontrast und Schärfe / J. Szepek. – Norderstedt : Books on Demand, 2011. – 156 S.

18. Weise O. Die deutsche Sprache als Spiegel deutscher Kultur / O. Weise. – Jena, 1923. – 207 S.

19. Witte A. Grundfarben und Grundformen in der Werbung. Von Mondrian zur Deutschen Bank / A. Witte // Symbole : zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur / hrsg. von Rolf Wilhelm Brednich, Heinz Schmitt. – Münster – New York – München – Berlin : Waxmann, 1997. – S. 471 – 483.

УДК 811.161.2'373(=112.2)

*Тарас ПИЦ,
м. Дрогобич*

ДОСЛІДЖЕННЯ НІМЕЦЬКИХ ЛЕКСИЧНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ У НІМЕЦЬКОМОВНИХ КРАЇНАХ

У статті описано та проаналізовано вивчення німецьких лексичних запозичень в українській мові німецькими та австрійськими мовознавцями останніх десятиліть.

Ключові слова: запозичення, асиміляція, історія мови, міжмовні контакти.

Pyts T. Research history of German loan words in Ukrainian language in German speaking countries.

The paper deals with the research history of German borrowings and trends of their investigation in the Ukrainian language and its dialects since the end of the XVIII until the beginning of the XXI century.

Key words: loan word, assimilation, history of language, interlanguage contacts.

Постановка проблеми. Вивчення запозичених слів з німецької мови уже має свою історію та традиції в українському мовознавстві, починаючи від П. Єфименка, що уклав перший список запозичень з німецької мови. Різномічне дослідження шляхів, історії поширення німецькомовних лексичних елементів в українській мові, її різнопла-