

УДК 811.112.22

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/98-1-42>

Ірина ГАВРИЛОВА,

orcid.org/0000-0003-2322-8051

старший викладач кафедри ділової іноземної мови та перекладу
Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
(Харків, Україна) *havrylovairyna@gmail.com*

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ З КОЛОРАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ (СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ПЕРЕКЛАД)

В статті аналізуються структурно-семантичні особливості фразеологізмів з компонентом – колоративом. Дослідження, які спрямовані на вивчення кольору, проводяться у різних напрямках та надають цікаві, а в деяких випадках і вельми незвичайні результати. З цієї причини ця категорія перебуває у полі системи конотацій і численних тлумачень. Лінгвістичне осмислення колірних номінацій – колоративів – сприяє не тільки розширенню та поглибленню розуміння кольору як категорії культури, а й відкриттю широких перспектив вивчення позначень кольорів, оскільки їх проблематика належить до кола найактуальніших у сучасній лінгвістиці. Фразеологічні одиниці здатні не лише ємно висловлювати думку, а й передавати ставлення та оцінку якостей людини. Виникнення фразеологізмів пояснюється не лише культурними й краєзнавчими особливостями, а й історичні та етимологічні аспекти. Відчутний вплив на формування фразеологізмів із найменуванням кольору мали світова література, історія, Біблія й міфологія. Кольорові позначення антропоцентричної сфери мають особливу специфіку, виступаючи складовим компонентом фразеологізмів, вони переосмислюються та набувають нових функцій. Колір як сукупність відтінків в утворює стійку семантичну структуру, зіставлену з емоційно-особистісними відмінними рисами особистості. Колоративи показують особливість світобачення, також вважаються відображенням загального уявлення носіїв мови про колірну картину світу. Колір є однією з ключових когнітивних категорій, а також універсальним культурним кодом, за допомогою якого людина осмислює світ. Структурно колоративні фразеологізми німецької мови представлені різними моделями: стійкими словосполученнями, дієслівними та іменниковими конструкціями, а також метафоричними та метонімічними переносами, що робить їх значущим матеріалом для дослідження семантичних закономірностей мови. Семантика кольоропозначень постійно трансформується під впливом метафоричних та метонімічних переносів. Дослідження фразеологізмів із колоронімами свідчить про те, що вони становлять значну частину сучасної німецької лексики і активно використовуються у літературній і розмовній мові.

Ключові слова: колоронім, фразеологізм, лінгвокультурологічний аспект, ціннісно-емоційне ставлення, сталі семантичні смисли.

Iryna HAVRYLOVA,

orcid.org/0000-0003-2322-8051

Senior Lecturer at the Department of Business Foreign Studies Language and Translation
National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”
(Kharkiv, Ukraine) *havrylovairyna@gmail.com*

GERMAN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A COLORATIVE COMPONENT (STRUCTURE, SEMANTICS, TRANSLATION)

The article analyzes the structural and semantic features of phraseological units containing a color component (colorative). Research focused on the study of color is conducted across various disciplines, yielding compelling and, in some instances, highly unusual results. Consequently, this category remains within the realm of connotative systems and numerous interpretations. The linguistic conceptualization of color nominations – coloratives – not only broadens and deepens the understanding of color as a cultural category but also opens extensive perspectives for studying color designations, as their problematic nature is among the most relevant issues in modern linguistics. Phraseological units are capable of not only succinctly expressing thoughts but also conveying attitudes and evaluating human qualities. The emergence of these idioms is explained not only by cultural and regional characteristics but also by historical and etymological aspects. World literature, history, the Bible, and mythology have had a significant influence on the formation of phraseological units containing color names. Color designations within the anthropocentric sphere possess a distinct specificity; as components of idioms, they are reinterpreted and acquire new functions. Color, as a set of shades, forms a stable semantic structure associated with the emotional and personal traits of an individual. Coloratives demonstrate the uniqueness of a worldview and are considered a reflection of the native speakers' general perception of the linguistic color picture of the world. Color serves as a key cognitive category and a universal cultural code through which humans comprehend the world. Structurally, German colorative phraseological units are represented by various models: fixed

phrases, verbal and nominal constructions, as well as metaphorical and metonymic shifts, making them significant material for investigating the semantic patterns of language. The semantics of color designations are constantly transformed under the influence of these shifts. Research into idioms with coloronyms indicates that they constitute a substantial part of the modern German vocabulary and are actively used in both literary and colloquial speech.

Key words: *coloronym, phraseological unit, linguocultural aspect, value-emotional attitude, stable semantic meanings.*

Мета статті: розглянути роль колоронімів у фразеологічних одиницях і проаналізувати фразеологізми з точки зору відображення у них національно-культурної картини світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Експерти, які вивчають колоративну лексику, зазвичай досліджують її з певної позиції. Провідними підходами щодо колоративів є антропологічний, гендерний, психологічний і лінгвокультурний. Представники антропологічного підходу Brent Berlin, Пол Кей вивчали передусім походження кольору, процес появи та розвитку кольоропозначень у різних мовах у синхронічному та діахронічному аспектах.

Вони довели, що всі сучасні мови на початкових етапах свого розвитку включали лише два слова для позначення всіх кольорів: одним називали світлі, іншим називали темні тони. Далі приєднувалося поняття, яке називало різні відтінки червоного кольору. Наступний етап – слово, що означало одночасно синій та зелений. Для останньої стадії характерно формування основних кольоронайменувань. До виникнення концепції Б. Берліна та П. Кея з вивчення колірної лексики, дослідження не мало системного характеру. Як правило, розглядалися історія та функціонування окремих кольоропозначень.

Психологічний підхід аналізує колір і колірні відчуття як одну з реакцій ока і мозку на частотні коливання під впливом світла. Представниками цього підходу є Елеонор Рош та Макс Люшер. Вони досліджували психічні реакції людини на світлові та колірні стимули, а також зв'язок кольору з емоціями людини.

Виклад основного матеріалу дослідження. У фразеології лінгвокультурологічний підхід ґрунтується на положенні, згідно з яким культура відтворює свій ціннісний зміст у мові, оскільки саме вона дозволяє зберігати та передавати «загальний запас культурних цінностей» (Олійник, 2020).

Кольорова картина є одним із ключових фрагментів мовної картини світу, для передачі колірних відчуттів у мові існує ціла система кольоропозначень.

Термін кольоропозначення вживається у значеннях:

1) процес номінації кольору;

2) мовна одиниця, що позначає колір. Термін «колоратив» є однозначним: це слово або слово-

сполучення, що позначає колір. За своєю належністю колоративи переважно є прикметниками (білий, волошковий, індиго), але можуть складатися й з кількох слів (наприклад, кольору морської хвилі).

Колоративи поділяються на дві групи залежно від значення:

1) власне колоративи (чорний, малиновий, тілесний тощо);

2) прикметники, що позначають додаткові характеристики кольору (яскравий, блідий, насичений тощо).

Власне колоративи в свою чергу поділяються залежно від характеру лексичного значення на:

а) первинні колоративи – з основним значенням кольору (червоний, помаранчевий, зелений, блакитний, синій, фіолетовий тощо);

б) вторинні колоративи – з переносним значенням кольору (фіалковий, малиновий, персиковий, цегляний тощо).

Усю сукупність колоративів можна умовно поділити на дві структурні підмножини: до однієї належать прості колоративи, до іншої – складні (Аркуша, 2001).

Колір може розглядатися і як психологічний, емоційний і культурний феномен, що слугує засобом відображення емоційного та ментального стану людини, її характеру, а також соціально-культурних особливостей народу (Селіванова, 2006).

Аналіз фразеологізма у лінгвокультурологічному аспекті дає змогу глибше усвідомити його самостійність як мовного знака. У мовознавстві є чимало визначень фразеологічної одиниці, однак єдиного універсального тлумачення досі не існує. У нашій роботі ми спираємося на таке розуміння: фразеологічна одиниця – це нарізно оформлений, проте семантично цілісний і синтаксично неподільний мовний знак, виникнення та функціонування якого зумовлене взаємодією одиниць лексичного, морфологічного й синтаксичного рівнів (Селіванова, 2006).

Фразеологізми вважаються найрепрезентативнішими одиницями лінгвокультурології, адже їхня внутрішня форма, яка виявляє мотивованість, часто включає національно-культурні елементи. Це пояснюється тим, що фразеологізми формуються на основі образного осмислення дійсності,

яке відображає повсякденний, історичний та духовний досвід мовної спільноти у зв'язку з її культурними традиціями (Бусел, 2005).

Фразеологізм – це особливий мовний знак, у якому поряд із власне мовною семантикою закладено культурну конотацію. Вона реалізується завдяки зв'язку фразеологізму з тематичною сферою культури (Корунець, 2003). У процесі мовленнєвого вжитку носіями мови фразеологізм виконує не лише мовну, а й культурну функцію: образно відображає реальність і водночас транслює культурні смисли, норми та стереотипи. Культурна інтерпретація об'єднує мовну семантику та культурну конотацію, утворюючи культурно-мовний тип значення. Завдяки цьому фразеологізм виконує роль інструмента вираження ставлення людини до навколишньої дійсності, передає емоції та демонструє культурну позицію мовця. Таким чином, у процесі вживання фразеологізму формується найважливіший елемент його культурно-мовного значення – ціннісно-емоційне ставлення до світу (Корунець, 2003).

Той факт, що культура використовує знакові форми для вираження своїх смислів саме у фразеології, не є випадковим. Особливе положення фразеологізму у мові визначається його внутрішньою формою, яка має тропеїчну природу, тобто образність. Фразеологізм будується на метафорі, що відносить його до сфери аналогічного мислення та творчої свідомості.

Фразеологізм виконує особливу функцію символізації образів реальності світу, він закріплює сталі семантичні смисли, які реалізуються у процесі мовлення. Вибір у культурі завжди мотивований, використання фразеологізмів у комунікації з метою здійснення мовного акта є також усвідомленим і мотивованим (Торбенська, 2003).

У процесі дослідження було опрацьовано значний масив емпіричного матеріалу. Загальна кількість проаналізованих фразеологічних одиниць та контекстуальних прикладів становить 148 одиниць. Така вибірка дозволила повною мірою вивчити структурно-семантичні моделі, конотативні відмінності та стилістичний потенціал досліджуваних ідіом.

Стійкі порівняння відіграють роль у передачі додаткової інформації порівняно з тією, яку передає перший компонент таких виразів – колірний прикметник, ужитий окремо. Другий компонент – об'єкт порівняння – показує ступінь ознаки, вираженого першим компонентом, і має підсилювальну функцію. Стійкі порівняння відносяться до групи фразеологізмів з яскраво вираженим оцінним значенням, яке може бути як негативним (*wie eine*

Tomate/wie ein Zinnhahn, blau wie ein Veilchen), так і позитивним (*weiß wie Schnee, rot wie Blut, rot wie Apfelblüte, blond wie ein Apfel, schwarz wie das Holz*). На характер оцінки впливає семантика першого компонента, але вирішальна роль часто належить значенню другого компонента: *weiß wie Schnee* – гарний, свіжий, молодий (позитивна оцінка), *weiß wie Wachs* – болісний, блідий (негативна оцінка).

У деяких випадках оцінне значення стійкого порівняння залежить від того, чи вжито колірний прикметник у буквальному значенні (наприклад, *schwarze Haare* – «чорне волосся»), або в переносному (*eine schwarze Seele* – «чорна, зла душа») (Торбенська, 2003).

Стійким порівнянням властива гіперболізація, перебільшення якості з метою надання йому більшої виразності. Колір і супутні йому конотації можуть бути виражені настільки яскраво, що прикметник може опускатися: *das Gesicht wie Milch und Blut, Haare wie Gold*. Нерідко кольоро-назви є частиною фразеологічних висловів, представлених як закінчена думка – прислів'їв, крилатих фраз. Вони відображають мудрість, досвід, забобони народу щодо взаємозв'язку зовнішніх якостей людини з її внутрішнім світом. Так, наприклад, рудоволосих людей часто зображують підлими, хитрими, небезпечними (*Schwarzes Haar und roter Bart, Zeichen einer bösen Art; Rotbart nie gut ward*); образ блондинки зазвичай асоціюється з наївністю та легкою вдачею, тоді як сивина, хоч і вважається ознакою мудрості (*Grauem Haar steht Weisheit wohl* – «сивому волоссям личить мудрість

Біблія стала джерелом багатьох фразеологізмів та висловів. *Einen Mohren kann man nicht weiß waschen* та *Mohren werden nimmer weiß* (Селіванова, 2006) (*Хоч би скільки води налити на ефіона, білішим він не стане*) є перетвореними рядками Біблії: *Kann etwa ein Mohr seine Haut wandeln oder rein Panther seine Flecken?* (Олійник, 2007). Фігуральний зміст цих прислів'їв відображає протиставлення зла і добра, що символізуються кольоропозначеннями *schwarz* і *weiß*.

З огляду на проаналізований матеріал можна зробити висновок, що в німецькій мові фразеологізмів із негативним забарвленням значно більше, ніж із позитивним. Деякі позначення кольорів, наприклад *gelb* і *schwarz*, практично не утворюють фразеологізмів із позитивною конотацією. До того ж, чорний колір є найпопулярнішим і найпродуктивнішим для утворення фразеологізмів. Негативна функція фразеологізмів з компонентом *schwarz* проявляється у широкому спектрі, що тягнеться

від нещастя, небезпеки та підлості до песимізму та незаконності.

Порівнюючи значення низки фразеологізмів, що включають слово *schwarz*, можна згрупувати їх таким чином:

– вирази, в яких *schwarz* передає фізіологічний стан (*j-m wird es schwarz vor den Augen* – *в очах потемніло*; *sich schwarz ärgern* – *доводити себе до шаленства*);

– фразеологізми, де *schwarz* виражає поганий характер (*eine schwarze Seele haben* – *бути злою, підлою людиною*);

– вирази, де *schwarz* вказує на наклеп або підозру (*jemanden schwarz machen* – *очорнити когось, заплямувати репутацію*);

– висловлювання, що відбивають песимістичне ставлення до життя (*etw. schwarz in schwarz malen* – *подавати щось у похмурому світлі*).

Чорний колір утворює безпосередній контраст із білим кольором. Обидва кольори становлять полярність типу "світлий і темний", "добрий і злий", "життя і смерть". Цьому існує багато підтверджень у мовних виразах, де чорний і білий поєднані в одному фразеологізмі, підкреслюючи протилежність понять: у висловах *aus schwarz weiß* («називати чорне білим») та *aus weiß schwarz machen* («називати біле чорним») відбувається взаємна заміна, що робить контраст особливо наочним. Рожевий колір несе в собі тільки позитивні конотації і також може бути протиставлений чорному: (*alles in schwärzesten Farben schildern* – «зображати все в похмурих фарбах»; *alles in rosigen Farben malen* – «подавати все в рожевому світлі»). Вирази, що містять елемент *grau*, здебільшого наближаються за значенням до семантики чорного кольору: *etw. grau in grau sehen* – «бачити щось у похмурому світлі». Символічно сірий вказує на безвихідь, тугу, безрадісність, непривабливість. Жовтий колір, який у німецькій мовній традиції має переважно негативні конотації, є символом заздрості (*Da erschrak die Königin und ward gelb und grün vor Neid* – «І злякалася королева, і стала жовтою й зеленою від заздрості») (Торбенська, 2003).

Велику кількість фразеологізмів із негативною конотацією можна пояснити тим, що фразеологізми виникли в мові для того, щоб стисло передавати людські думки, надаючи лаконічну, яскраву й звучну форму розлогим судженням. Люди намагаються в одних випадках ушляхетнити, в інших – підкреслити недоліки когось або чогось, тому і з'являються частіше фразеологізми, що передають негативний життєвий досвід або оцінку.

У центрі уваги при описі образу людини стоять ідіоми – субстантивні, ад'єктивні та дієслівні стійкі словосполучення, які легко сприймаються й позначають єдине поняття. Більшість із них має розмовне забарвлення, але існує також певна кількість ідіом з грубим або іншим специфічним відтінком. Ідіома вважається грубою в тому випадку, якщо один з її лексичних компонентів має це забарвлення, або ж її загальний зміст викликає негативну асоціацію. Наприклад: *schwarzes Schaf* – «паршива вівця»; *graue Maus* – «сіра миша»; *Grünhorn* – «молокосос».

Субстантивні ідіоми мають один загальний компонент – іменник, який у поєднанні з семантично трансформованими прикметниками, сполучниками або прийменниками утворює численні фразеологізми. Такі фразеологізми використовуються для характеристики людини: її зовнішнього вигляду (*grüner Junge* – «беззусий молодик»); походження (*blaues Blut* – «блакитна (дворянська) кров»); положення або статусу (*der schwarze Peter* – «цап-відбувайло, без провини винний»); внутрішнього світу (*schwarzes Herz* – «зле серце»); почуттів та думок (*der gelbe Neid* – «неприкрита заздрість»). Вони відповідають розмовному стилю і часто мають іронічне маркування.

Ідіоми *das schwarze Schaf* та *der weiße Rabe* мають однакове значення – «біла ворона; людина, не схожа на інших». Але фразеологізм *der weiße Rabe* має позитивну конотацію і вказує на «оригінальну людину». Натомість зворот *das schwarze Schaf* сприймається негативно і позначає людину, що виділяється чимось ганебним.

Ад'єктивні фразеологізми містять у своєму складі прикметник, який виконує роль стрижневого слова, де сполучною ланкою виступає прийменник із причинною конотацією *vor*, що виражає людські почуття: *grün von Wut/Neid* – «позеленілий від злості/заздрості», *schwarz/blau/grün/gelb vor Ärger* (почорніти/носиніти/позеленіти/пожовтіти від злості), *blass vor Scham/Schreck* – «зблідлий від сорому/від переляку», *bleich vom Hass* – «зблідлий від ненависті/від люти», *rot vor Zorn* – «почервонілий від гніву». Усі фразеологізми цієї групи містять негативне оціночне забарвлення і характерні переважно для розмовного стилю.

Дієслівні фразеологізми тлумачаться за допомогою дієслівно-іменних словосполучен: *j-n anschwärzen* – «намагатися очорнити когось, пошкодити чийсь репутацію висловлюючись про людину»; *rot sehen* – «розлютитися, вийти з себе, лютувати»; *etwas schwarz schildern/sehen* – «зображати/бачити що-небудь

у похмурому світлі, бути налаштованим песимістично», *j-n schwarz ärgern* – «страшно розсердити, довести до несамовитості»; *j-m grün sein* – «ставитися з симпатією до когонебудь», *j-m nicht grün sein* – «недолюблювати когось»; *roten Kopf bekommen* – «почервоніти, залитися фарбою»; *mit einem blauen Auge davonkommen* – «легко відбутися, відбутися легким переляком».

Серед усіх ідіом дієслівного ряду *in rosiger Laune sein* і *j-m grün sein* – єдині фразеологізми з позитивним емоційно-оцінним маркуванням. Тут рожевий колір є символом безхмарності та оптимізму, а зелений, як основний природний колір виступає символом надії та вічного життя й викликає позитивний настрій. Інші дієслівні фразеологізми належать до ідіом із негативними конотаціями й типові для розмовного або навіть фамільярного стилю спілкування.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Фразеологізми з колоративним компонентом у німецькій мові становлять значний сегмент лексики, що відображає не лише описові властивості предметів, а й емоційні та експресивні відтінки мовлення. Колір у таких фразеологізмах виконує когнітивну, емоційну та культурну функцію, передаючи суб'єктивне ставлення мовця до дійсності.

Структурно колоративні фразеологізми німецької мови представлені різними моделями: стійкими словосполученнями, дієслівними та іменниковими конструкціями, а також метафоричними та метонімічними переносами, що робить їх значущим матеріалом для дослідження семантичних закономірностей мови.

Надзвичайно перспективним є дослідження кольоронімів-комполітів, а також вживання у фразеологізмах невідмінюваних назв кольорів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аркуша О. Колороніми в структурі фразеологізмів в англійській мові. Херсон: ХНТУ, 2001. 32 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.). уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К.; Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с.
3. Ковальська, І. В. Колористика як перекладознавча проблема (на матеріалі українських і англомовних художніх текстів): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2001. 19 с.
4. Корунець І.В. Порівняльна типологія англійської та української мов. Нова книга. В. 2003. 464 с.
5. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Нова книга. В. 2003. 448 с.
6. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. Під ред. А. Волкова. Чернівці: Золоті литаври, 2001. 636 с.
7. Олійник Л. В. Фразеологізми німецькомовного молодіжного сленгу: їх морфологічно-структурна та тематична характеристика. Молодий вчений. 2020. № 10 (86). С. 167–169.
8. Прутчикова В. В. Аксиологічне значення німецьких паремій як складник прагматичного потенціалу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, 2021. № 48 (2). С. 57-61
9. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2006. 716 с.
10. Торбенська, І. В. Системні зв'язки фразеологізмів з колірним компонентом Актуальні проблеми менталінгвістики. Черкаси, 2003. Ч.1. С. 181-187.
11. Українська мова: енциклопедія. Редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін. 2-ге вид., випр. і доп. К.: Вид-во «Укр. енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. 824 с.
12. Beyer, H. Sprichwörterlexikon [Текст]. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1989. 392 S.
13. Die schönsten deutschen Gedichte [Текст]. Herausgegeben von Lukas Moritz. Köln: Anaconda Verlag, 2010. 672 S.
14. Douma M. Color of Power. Pigments Through the Ages. Institute for Dynamic Educational Development. 2010. URL: <http://www.webexhibits.org/pigments/intro/reds4.html>
15. Müller, Ch. Die Verwandlung der Liebe [Текст]. Ch. Müller. Berlin und Weimar: Aufbau-Verlag, 1990. 256 S.
16. Rheinischer Merkur. Kreuzmeldungen. Aufgekocht. URL.: <http://www.kreuz.net/article.1721.html>

REFERENCES

1. Arkusha O. (2001). Koloronimy v strukturі frazeolohizmiv v anhliiskii movi [Coloronyms in the structure of phraseological units in English]. Kherson. KhNTU. 32 [in Ukrainian]
2. Busel V. T. (Ed.). (2005). Velykyi tлумachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy [Large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language]. K.; Irpin: Perun. 1728 s. [in Ukrainian]
3. Kovalska I. V. (2001). Kolorystyka yak perekladознаvcha problema (na materialі ukrainskykh i anhломovnykh khudozhnikh tekstiv) [Coloristics as a translation problem (based on Ukrainian and English literary texts)] avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk. K.: Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. 19 s. [in Ukrainian]
4. Korunets, I. V. (2003). Porivnialna typolohiia anhliiskoi ta ukrainskoi mov [Comparative typology of English and Ukrainian languages]. Nova knyha. V. 464 s. [in Ukrainian]
5. Korunets, I. V. (2003). Teoriia i praktyka perekladu (aspektnyi pereklad) [Theory and practice of translation (aspect translation)]. Nova knyha. V. 448 s. [in Ukrainian]

6. Volkov A. (2001). *Lexikon zahalnoho ta porivnialnoho literaturoznavstva* [Lexicon of general and comparative literary studies]. Chernivtsi: Zoloti lytavry. 636 s. [in Ukrainian]
7. Oliinyk L. V. (2020). *Frazeolohizmy nimetskomovnoho molodizhnoho slenhu: yikh morfolohichno-strukturna ta tematychna kharakterystyka* [Phraseological units of German-language youth slang: Their morphological, structural and thematic characteristics]. *Molodyi vchenyi*. № 10 (86). S. 167–169. [in Ukrainian]
8. Prutchykova, V. V. (2021). *Aksiolohichne znachennia nimetskykh paremii yak skladnyk prahmatychnoho potentsialu* [Axiological meaning of German proverbs as a component of pragmatic potential]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*. № 48 (2). S. 57-61 [in Ukrainian]
9. Selivanova O. O. (2006). *Suchasna linhvistyka: terminolohichna entsyklopediia*. [Modern linguistics: Terminological encyclopedia]. Poltava: Dovkillia. 716 s. [in Ukrainian]
10. Torbenska, I. V. (2003). *Systemni zviazky frazeolohizmiv z kolirnym komponentom* [Systemic links of phraseological units with a color component]. *Aktualni problemy mentalinhvistyky*. Cherkasy. Ch.1. S. 181-187. [in Ukrainian]
11. Rusanivskyi, V. M., Taranenko, O. O., & Ziabliuk, M. P. (Eds.). (2004). *Ukrainska mova: entsyklopediia* [Ukrainian language: Encyclopedia] 2-he vyd., vypr. i dop. K.: Vyd-vo «Ukr. entsyklopediia» im. M. P. Bazhana. 824 s. [in Ukrainian]
12. Beyer H. (1989). *Sprichwörterlexikon* [Proverbs dictionary]. VEB Bibliographisches Institut. [in German]
13. Moritz L. (Ed.). (2010). *Die schönsten deutschen Gedichte* [The most beautiful German poems]. Anaconda Verlag. [in German]
14. Douma M. (2010). *Color of Power. Pigments Through the Ages*. Institute for Dynamic Educational Development. <http://www.webexhibits.org/pigments/intro/reds4.html> [in English]
15. Müller Ch. (1990). *Die Verwandlung der Liebe* [The transformation of love]. Aufbau-Verlag. [in German]
16. Rheinischer Merkur. (n.d.). *Kreuzmeldungen*. [Cross-reports.] Aufgekocht. <http://www.kreuz.net/article.1721.html> [in German]

Дата першого надходження статті до видання: 02.04.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 05.05.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 25.05.2026