

соотношений и дальнейший анализ частоты их употребления дает возможность оценить эффективность употребления той или иной прогрессии.

Ключевые слова: тема, рема, прогрессия, членение, коммуникативно-функциональный анализ, когезия.

Ivaschenko P. A. Actual division of sentences in mass media discourse (exemplified by English and Ukrainian Internet business news).

The article deals closely with those discourse features which are typical of business news style by means of comparing and contrasting the two ways of sentence division, namely formal and actual, with focus on the latter. The analysis was made on recent publications borrowed from both English and Ukrainian Internet sources.

Keywords: theme, rheme, progression, division, communicative-functional analysis, cohesion.

Капніна Г. І.

Донбаський державний педагогічний університет

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОЛОРАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

У статті проаналізовано особливості вживання колоронімів у фразеологізмах німецької мови. Розглянуто, у якій мірі застосування кольороназви відображається на стилістичній інтенсивності фразеологічної одиниці. Визначено, яким чином усталені одиниці з колористичним компонентом перекладаються з німецької на українську мову.

Ключові слова: колоронім, кольороназва, колористичний компонент, фразеологічна одиниця.

В останні роки кольороназви стали об'єктом досліджень не тільки психології, психолінгвістики, а й літературознавства, лінгвостетики, етнолінгвістики та лінгвокультурології. Цей факт не викликає здивування, адже в рамках названих вище дисциплін встановлюється, як за допомогою кольору предметам і об'єктам надаються додаткові характеристики, в наслідок чого зображувані образи стають більш чіткими й емоційними.

Природньо, що реакція на ті чи інші кольори в різних культурах є не однаковою. Так, зелений колір у США позначає безпеку, а у Франції – злочин; білий колір у Китаї – символ трауру, печалі, тоді як у європейців подібні функції виконує чорна фарба [6, с. 105]. Ці традиції склалися сторіччями, тому сьогодні за допомогою кольору передаються не тільки психоемоційні риси людини, а й різні соціальні та культурні явища, тобто, він є ментальним за своєю природою.

Оскільки в художній літературі колороніми носять, передусім, не інформативний, а образотворюючий характер, видається цікавим, у якій мірі вони доповнюють різноманітні усталені вирази, адже стилістична характеристика фразеологізмів також базується на їх експресивному заряді та на їх виражальних властивостях (експресивний фактор є інгредієнтом значення фразеологізму і співвідноситься з предметно-логічним інгредієнтом) [2, с. 147]. Отже, мета даного дослідження – проаналізувати особливості вживання колоронімів у фразеологізмах в німецькій мові.

Аналіз наукової літератури дозволяє зробити висновок, що вказана проблема знайшла певне відображення у дослідженнях вітчизняних науковців. Проблема

семантики колоративних компонентів ґрунтовно розроблена російським науковцем П. Яньшиним у праці “Психосемантика кольору” [9]. Кольороназви в лінгвістиці вивчені у дослідженні В. Маслової “Лінгвокультурологія” [6], одній з фундаментальних робіт у розробці питань, спільних для лінгвістики й культурології.

Колороніми як складову фразеологізмів вивчають українські науковці О. Башманівський, Ю. Жароїд, Л. Карпак, Н. Рудь.

Питання перекладу колоронімів викладено в результатах активних досліджень українських лінгвістів І. Ковальської, О. Науменка, О. Паливоди, У. Філіпчук ат ін.

Доєднуючись до думки видатного лінгвіста В. Виноградова, зазначаємо, що під терміном **фразеологізм** ми розуміємо стійкі словосполучення, звороти та сполуки, різні за своїми граматичними моделями й ознаками [4, с. 180]. Наголошуємо, що така широка дефініція поняття “фразеологізм” навмисне, з метою включення якомога більшої кількості фразеологічних одиниць з колоративним компонентом до аналізу, результати якого представлені у статті. Частка усталених виразів з колоронімами в кожній мові не надто велика, тому рамки нашого дослідження за умови вибору іншого трактування фразеологічних одиниць були б значно звужені.

Суттєвим для нашого дослідження є чітке усвідомлення значення терміну **колоронім**. Він складається з двох основ – латинської *color*, що перекладається як колір, та грецької *onima*, яку слід розуміти як ім’я. Відомо, що кількість кольорів у різних народах не є однаковою. Так, в німецькій мові відсутня самостійна назва для синього кольору, можна вжити тільки складену основу темно-блакитний (*dunkelblau*), але основні кольори у більшості європейських народів співпадають і символізують схожі речі. Розглянемо на прикладі німецькомовних фразеологізмів, яким чином на основі первинного значення кожного з кольорів вони набувають більшої експресивної інтенсивності.

Розпочнемо аналіз з колороніму *weiß*. За твердженням В. Маслової, білий колір символізує красу, чистоту, правду [6, с. 105-106]. Майже всі фразеологізми з таким колористичним компонентом передають чистоту намірів, початок дії, спробу зробити щось:

eine weiße Weste haben – бути невинним [1, с. 241]; *ein weißes Blatt Papier* – чистий аркуш паперу [3, с. 583]; *die weiße Fahne hissen* – підійняти білий прапор [3, с. 583]; *ein weißer Fleck auf der Landkarte* – бути білим (нерозгаданим) місцем на карті [3, с. 583].

На противагу білому, чорний колір є символом ненависті, печалі, смерті, темноти [6, с. 105], тому в більшості фразеологічних одиниць з колористичним компонентом *schwarz* репрезентовано нелегальні дії, песимістичний настрій, негатив тощо:

schwarz arbeiten – нелегально працювати [8, с. 182]; *schwarz sehen* – бути песимістично настроєним [8, с. 182]; *mit etwas sieht es schwarz aus* – з чим-небудь справи йдуть кепсько [8, с. 182].

Відомо, що дуже часто у фразеологізмах протиставляються щастя і горе, радість і сум, добро і зло. Логічно, що в таких випадках в усталених одиницях задіяні колористичні компоненти білий і чорний, які символізують названі вище поняття:

schwarz geboren ist alles Weißwaschen verloren – чорну душу милом не відмиєш [5, с. 175]; *wie schwarz und weiß* – бути різними як день і ніч [8, с. 182]; *aus schwarz weiß und aus weiß schwarz machen* – називати чорне білим і біле чорним [8, с. 182].

Червоний колір у багатьох народах, в тому числі й у слов'янських, позначає красу та найвищу міру явища або почуття [6, с. 105]. У фразеологічному фонді німецької мови зустрічаємо цей колоронім переважно у прямому значенні:

rot anlaufen – зашаритися [8, с. 140]; *j-n rot machen* – примусити когось почервоніти [8, с. 140]; *rot sehen* – розлютуватися, розгніватися [8, с. 182].

Зелений колір є символом радості, молодості, весни [6, с. 106]. Знаходимо достатньо підтверджень цьому в скарбниці німецької фразеології:

j-d ist für etwas noch zu grün – хтось є надто молодим, неосвіченим [7, с. 283]; *ein grüner Junge* – жовторотий хлопчак, молокосос [7, с. 283].

Спираючись на монографію В. Яньшина, можна стверджувати, що жовтий колір асоціюються, у першу чергу, з такими неприємними емоціями, як заздрість, погане самопочуття тощо [9]. Проілюструємо це прикладами з німецької мови:

j-m wurde gelb und grün vor den Augen – в очах потемніло [7, с. 251];

sich gelb und grün ärgern – не тямити себе від злості [7, с. 45].

Панує думка, що блакитний колір – це символ надії, мрій, нездійсненого, майбутнього [9]. Колоронім *blau* активно застосовувався німецькими романтиками:

blaue Blume – блакитна квітка (символ нездійснених мрій, символ романтики) [7, с. 106];

die blaue Ferne – туманна далечінь, невизначеність, нездійсненність [7, с. 106].

Але аналізована кольороназв в німецьких фразеологізмах вживається, здебільшого, як метонімія:

ein blauer Brief – лист про звільнення (бланки, на яких його друкували, були блакитного кольору) [7, с. 106];

blaue Bohnen – свинцевий горох (раніше кулі були круглі, їх відливали зі свинцю і тому вони були з блакитним відтінком) [7, с. 106].

Додамо, що такі кольори, як коричневий та сірий не наповнені яскравим символічним значенням, як названі вище барви, але в німецькій мові знаходимо приклади фразеологізмів і з такими колоронімами:

j-n blau und braun schlagen – відлупцювати когось [7, с. 106]; *alt und grau werden* – постаріти [7, с. 279]; *das ist nicht grau und nicht grün* – ні се, ні те [7, с. 279].

У контексті нашого дослідження необхідно зазначити, що не всі кольори, що використовуються сьогодні на позначення характеристик різних предметів, стали компонентами фразеологічних одиниць. Так, колороніми *lila*, *orange*, *salatengrün*, *violett*, *weinrot* та інші відтінки основних кольорів ще не активно поповнюють фразеологічний фонд німецької мови. Однак, з огляду на постійну фразеопродуктивність усталених одиниць з колористичним компонентом, їх появу в мові слід скоро очікувати.

Проаналізувавши фразеологізми німецької мови, до складу яких входять кольороназви, можемо зробити висновок, що переважна частина подібних фразеологічних одиниць (у тому числі й наведена у статті) має метафоричне значення, що в окремих випадках може бути використано як синонім до основного, первинного смислу. І тільки незначна їх кількість демонструє використання колоронімів у денотативному значенні. Цей факт ілюструють наступні приклади:

daheim ist der Himmel blauer und grüner sind die Bäume – вдома і небо синіше, і дерева зеленіші [7, с. 106]; *Salz und Brot machen die Wangen rot* – хліб та каша – їда наша [5, с. 171].

Наголосимо, що при перекладі фразеологізмів з колористичним компонентом спостерігається наступний факт: як в мові оригіналу, так і в мові перекладу значення подібних усталених словосполучень є спільним для носіїв обох мов, оскільки, як вже було зазначено, дуже часто різні народи асоціюють окремі кольори з подібними явищами. Демонструють це наступні приклади:

blaues Blut – блакитна кров [7, с. 106]; *auch rote Äpfel sind wurmstichig* – червоне яблучко, та в середині черв'ячок [5, с. 19].

Втім, необхідно зазначити, що не завжди вдається знайти у мові перекладу фразеологічний еквівалент, що містить такі ж лексеми, як і стале словосполучення у мові оригіналу. У цьому випадку ми дотримуємось позиції В. Виноградова, який радить намагатись перекласти фразеологізм фразеологізмом. За умови виконання цього досягається найбільша рівноцінність у відтворенні фразеології оригіналу в перекладі [4, с. 185]:

blau wie ein Veilchen sein – бути п'яним як чін [7, с. 106];

blau reden – брехати [7, с. 106].

У випадку, коли підібрати фразеологізм не вдається, доводиться використовувати описовий переклад чи калькування.

Іноді при перекладі колоронімів у фразеологізмах можна помітити, що структура усталеної одиниці та змістоутворююче слово збігаються, а кольороназва змінюється:

der gelbe Neid – чорна заздрість [8, с. 75]; *rote Haare* – рижі волосся [3, с. 269]; *alles in grau sehen* – бачити все в темному світлі [7, с. 179].

Цей факт пояснюється особливостями світосприйняття різними народами одних і тих же явищ.

На основі проведеного аналізу особливостей вживання колоронімів у фразеологізмах в німецькій мові можна зробити висновок, що використання кольороназв в усталених одиницях беззаперечно додає їм додаткового стилістичного забарвлення. При цьому варто наголосити, що найбільш популярними у німецькій фразеології є основні кольори (чорний, білий, червоний, синій, жовтий), а не їх відтінки. При перекладі фразеологічних одиниць з колористичним компонентом з німецької на українську мову не завжди вдається зберегти кольороназву, іноді вона замінюється іншим колоронімом.

Викладений у статті матеріал не претендує на вичерпність і вимагає подальших, більш глибоких розвідок, наприклад, у напрямку перекладу фразеологічних одиниць з колористичним компонентом з німецької на українську мову.

Л і т е р а т у р а :

1. Griesbach H. 1000 deutsche Redensarten: mit Erklärungen und Anwendungsbeispielen / Heinz Griesbach und Dora Schulz. – 8. Aufl. – Berlin : Langenscheidt, 1993. – 248 S.
2. Баран Я. А. Фразеологія: знакові величини. Навчальний посібник для студентів факультетів іноземних мов / Баран Я. А., Зимомря М. І., Білоус О. М., Зимомря І. М. – Вінниця : Нова Книга, 2008. – 256 с.
3. Большой немецко-русский словарь : в 3 т. – Т. 2 / авт.-сост. Е. И. Лепинг, Н. П. Страхова, Н. И. Филичева и др. ; под общ. рук. О. И. Москальской. – 8-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 2002. – 680 с.

4. *Виноградов В. С.* Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М. : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
5. *Кудіна О.* Перлини народної мудрості. Посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів / О. Ф. Кудіна, О. П. Пророченко. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2005. – 320 с.
6. *Маслова В. А.* Лингвокультурология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Издательский центр “Академия”, 2001. – 208 с.
7. Німецько-український фразеологічний словник / укл. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. – у 2 т. – Т. 1. – К. : Рад. школа, 1981. – 418 с.
8. Німецько-український фразеологічний словник / укл. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. – у 2 т. – Т. 2. – К. : Рад. школа, 1981. – 328 с.
9. *Яньшин П. В.* Психосемантика цвета / П. В. Яньшин. – СПб. : Речь, 2006. – 368 с.

Капнина Г. И. Фразеологизмы с колоративным компонентом в немецком языке.

В статье проанализированы особенности употребления колоронимов во фразеологизмах в немецком языке. Рассмотрено, в какой мере употребление колоронимов отображается на стилистической интенсивности фразеологической единицы. Определено, каким образом устойчивые единицы, содержащие колористический компонент, переводятся с немецкого на украинский язык.

Ключевые слова: колороним, колористический компонент, фразеологическая единица.

Kapnina G. I. Colouronims in the German phraseologisms.

The article deals with the analysis of the peculiarities of the usage of colouronims in the German phraseologisms. The extent of the usage of colour names that has an effect on the stylistic intensity of the phraseological unit is outlined. The method of translation of the phraseological units with colouristic component from German into Ukrainian is defined.

Keywords: colouronim, colour name, colouristic component, phraseological unit.

Карпенко О. В.
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова

ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ДВУХ ГЕНДЕРНЫХ ГРУПП

В статье рассмотрены и охарактеризованы некоторые особенности мужской и женской речи, определены их основные характеристики, а также факторы, влияющие на различия речевого поведения мужчин и женщин.

Ключевые слова: пол, язык, речевое поведение, гендерные исследования, социальные роли, особенности мужской и женской речи..

Настоящая работа представляет собой исследование одной из интереснейших проблем различий между мужской и женской речью, как двух подсистем языка, имеющих свои особенности и отличительные признаки. Эта проблема привлекает внимание исследователей в течение последних 30 лет, но многие вопросы все еще остаются спорными и требуют дополнительных исследований. В частности, наряду с изучением общих проблем мужской и женской речи, большое внимание необходимо уделять разработке основных теоретических положений влияния фактора пола на язык. Данная работа является попыткой систематизированного изучения речевого поведения мужчин и женщин.