

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Скачёва Н.В. Фразеологизмы с компонентом цветообозначения в немецкой языковой картине мира // Филология: научные исследования. 2025. № 8. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.8.75108 EDN: VGMWKF URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=75108](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=75108)

## Фразеологизмы с компонентом цветообозначения в немецкой языковой картине мира

Скачёва Нина Васильевна

ORCID: 0000-0003-2628-6767

старший преподаватель; кафедра лингвистики, теории и практики перевода; Сибирский Государственный Университет Науки и Технологий им. академика М.Ф. Решетнева  
старший преподаватель; Сибирский Государственный Университет Науки и Технологий им. академика М.Ф. Решетнева

660037, Россия, Красноярский край, г. Красноярск, Красноярский рабочий, 31



✉ Sollo\_sk@mail.ru

[Статья из рубрики "Лингвокультурология"](#)

### DOI:

10.7256/2454-0749.2025.8.75108

### EDN:

VGMWKF

### Дата направления статьи в редакцию:

09-07-2025

**Аннотация:** Фразеологизмы представляют собой довольно ценный источник информации о национальной культуре народа. Отдельную нишу занимают фразеологизмы с цветовым компонентом, так как с развитием общества появлялись новые цвета, и как следствие – новые наименования для них. Данная тема рассматривается в работах таких исследователей как Р.М. Фрумкина, Н.В. Серов, В.А. Рущаков, В.Г. Кульпин. Такое значительное число работ, посвященных цветообозначению, в частности цветообозначению во фразеологии, свидетельствует о том, что данное языковое явление обладает уникальной лексической группой цветовых номинаций, которая периодически пополняется. Однако цветообозначение в немецкой фразеологии в отечественной лингвистике изучено недостаточно полно. В связи с этим, предметом исследования являются номинации цвета в немецкой фразеологии. Здесь цветообозначения представляются важной частью немецкой языковой картины мира. Для того, чтобы исследовать особенности идиоматической цветовой картины мира

немецкого языка проанализированы фразеологизмы, выявленные методом сплошной выборки в одноязычном словаре "Duden" и двуязычном «Немецко-русском фразеологическом словаре», составленным А. Биновичем и С.И. Константиновой. Научная новизна заключается в том, что варианты номинаций цвета в составе фразеологизмов немецкого языка обладают уникальными особенностями. В ходе изучения цвета и цветообозначения сделан вывод, что идиоматическая цветовая картина в немецком языке представляет собой совокупность выражений с номинациями базовых и дополнительных цветов. К базовым относятся такие цвета как синий, черный, белый, зеленый, красный, желтый, серый, а также фиолетовый и оранжевый. Сопоставительный и семантический анализ показал варианты номинаций каждого цвета в составе фразеологизмов немецкого языка. Например, "der gelbe Neid" – в русском языке «черная зависть», в то время как в немецком «желтая». К не базовым относятся цвета с международным значением, такие, как, например, золотой и серебряный, а также цвета, заимствованные в лексику немецкого языка сравнительно недавно – это розовый, коричневый и другие. Наиболее распространенными оказались выражения с номинацией "blau" "schwarz" и "grün", что говорит о том, что через эти цвета проходит наиболее полное восприятие окружающей действительности в немецкой культуре.

### **Ключевые слова:**

фразеологизмы, картина мира, цвет, немецкий, культура, красный, черный, желтый, зеленый, белый

### **Введение**

Фразеология изучает «природу» фразеологизмов, рассматривает их как языковые знаки, исследует принципы их выделения, содержание и смысл, строение компонентов с морфологической и синтаксической точек зрения, значимость употребления в том, или ином стиле речи, а также системность фразеологического состава и взаимосвязь фразеологизмов с другими единицами языка.

Началом формирования данной независимой ветви лингвистики считается период 40-50 годов 20 века, когда отечественный лингвист В.В. Виноградов предоставил определение понятия «фразеология» и опубликовал первую классификацию фразеологизмов, что определило основные стороны изучения фразеологии. Однако исследование было основано на работе Ш. Балли *«Traité de stylistique française»*. Именно он впервые рассматривал это явление как самостоятельную дисциплину в лингвистике.

Ш. Балли определил фразеологию, как раздел стилистики, который изучает связанные словосочетания, разделяя их на четыре группы: словосочетания без функции устойчивости, распадающиеся после образования, словосочетания с относительно свободной взаимосвязью компонентов, группы слов, в которых два понятия сливаются в одно и сочетания, в которых слова утратили свое значение и выражают целостное значение [1]. В качестве основного смыслового признака фразеологизмов рассматривалось единство и целостность их значения, которое, согласно мнению ученого, проявляется в схожести выражения полностью со словом.

Такая концепция лингвиста способствовала развитию фразеологических исследований, поэтому она рассматривается в работах многих авторов, как например, В.В. Виноградов, Р.А. Будагов, Н.Н. Амосова, А.В. Кунина, А.Г. Назарян.

Начиная с публикации исследований В.В. Виноградова, фразеология как раздел лингвистики начинает развиваться и находит отражение не только в работах отечественных лингвистов, но и немецких, итальянских, французских [4].

Отечественный ученый Н.М. Шанский считает, что фразеология представляет собой раздел науки о языке, в котором изучаются целостные единицы, устойчивые сочетания слов в их состоянии в современной лингвистике и в историческом плане. Своей задачей фразеология, по его мнению, ставит изучение современной фразеологической системы языка с учетом исторических проявлений с двух сторон: лексика и грамматика [16].

А.И. Смирницкий рассматривает фразеологию, как раздел лингвистики, в котором изучаются словосочетания с идиоматичным отношением их компонентов. При этом само словосочетание обладает значительной семантической цельностью и в речи представляет собой одну единицу. Учитывая тот факт, что фразеологическая единица в речи функционирует как целая единица, она оказывается эквивалентной слову. Эквивалентность слову в данном случае заключается в том, что фразеологическая единица обладает двумя особенностями слова: семантическая целостность и существование как уже сформированной единицы в языке, ее воспроизводимость. Однако в структурно-семантическом отношении фразеологизм представляет собой разнооформленную единицу языка и является значительно сложнее слова, и это сказывается на актуализации в письменном и устном контексте [15].

А.И. Молотков в книге «Основы фразеологии русского языка» рассматривает фразеологизм как конкретную единицу языка, которую нельзя назвать словосочетанием ни по форме, ни по содержанию. Объектами фразеологии в то же время являются выражения, которые генетически являются собой словосочетания. Они разложимы за пределами современного языка, то есть лишь этимологически [18].

С.В. Скороморова, В.П. Жуков рассматривают фразеологию как раздел науки о языке, который определяет объектом своего изучения устойчивые и обороты, чьей особенностью является воспроизводимость в речи. В то же время они строятся по модели словосочетаний с сочинительной или подчинительной связью и могут обладать частично целостным, либо полностью целостным значением. Составные части при этом не несут смысловую самостоятельность ввиду того, что именно взаимосвязь этих компонентов объединяет их. В исследовании лингвистов фразеологизм одновременно сопоставляется со словом из-за наличия особенности целостности и противопоставляется из-за того, что языковая единица является раздельнооформленной [6].

Еще одна концепция о фразеологии и фразеологических единицах была представлена в работе зарубежного лингвиста П. Гиро [20]. Он указывает на то, что не все фразеологизмы обладают метафорическим значением. Исходя из того, что при конкретизации и более детальном рассмотрении выделенных признаков, было упомянуто то, что именно «большинство» фразеологизмы обладают данной особенностью. Под третьим признаком подразумевается употребление архаизмов.

Довольно полезными для прорабатывания теоретических основ фразеологии являются взгляды другого зарубежного исследователя - А. Рея. Его подход в изучении фразеологии заключается в признании ведущей роли семантического признака в формировании фразеологических единиц. Фразеологизм же в его концепции представлен целостным немотивированным лингвистическим знаком, который является

произвольным по отношению к составляющим его частям и непредсказуемым. Ученый определяет фразеологические единицы с лексическую сферу, определяя их как верхним уровнем лексики.

«Фразеологизм образуется посредством формирования образа» [3] в совместной работе В.И. Зимина; и его последователя А.П. Василенко. М.Л.Ковшова утверждает, что «фразеологизм традиции народа, передает из поколения в поколения культурные знания относительно реалий, положенных в основу фразеологического образа» [6]. Фразеологизмы, имеющие в себе образ, являются трансляторами культурного смысла и участвуют в создании культурной семантики фразеологизма [14].

Рассматривая концепции и классификации фразеологических единиц, наиболее общей является, предложенная В.В. Виноградовым. Разделяя их на три группы, лингвист выделяет фразеологические сращения, единства и сочетания. Каждая из групп обладает определенными особенностями. Так, фразеологические сращения – это неразложимые словосочетания, чье значение не зависит от значения его составляющих. В то же время как значение фразеологических сочетаний зависит от прямого значения одного компонента и лексического окружения. Фразеологические единства характеризуются лишь отчасти связанным со значением слов-компонентом значением целого [4]. Также, характерной особенностью данной классификации является то, что пословицы и поговорки не выносятся отдельной группой, а лишь разделяются на единства и сращения.

Классификация В.В. Виноградова дополнялась и видоизменялась различными исследователями. Так, например, Н.М. Шанский выделил еще одну группу – фразеологические выражения, включая пословицы [17]. Однако данная теория отвергалась многими исследователями ввиду того, что относимые к данной группе элементы обладают значением, которое не складывается из прямых значений слов-компонентов, а значит не могут быть причислены к выделяемой им группе.

В результате своего исследования Х. Бургер, он выделил три разряда фразеологизмов: референциальные фразеологизмы, то есть любые фразеологизмы, которым сопоставляется конкретный объект речевого отрезка, включая ситуацию, структурные фразеологизмы, чьей единственной функцией было установить грамматические связи между компонентами предложения и коммуникативные фразеологизмы, которые представляют собой клишированные формулы. Стоит также упомянуть, что класс референциальных фразеологизмов подразделяется на подклассы в зависимости от значения: номинативное, то есть идиомы, идиомы с прямым значением, коллокации и пропозициональное, то есть устойчивые фразы и формулы-топики, которые включают в себя пословицы и трюизмы.

Однако все же основной и более простой классификацией на данном этапе изучения фразеологизмов является та, что включает в себя: идиомы, пословицы, ситуативные клише, коллокации, грамматические фразеологизмы и фразеологизмы-конструкции.

Идиомы, являясь фразами, которые передают переносное, не литеральное значение и обладают регулярной устойчивостью, подразделяются на несколько типов в зависимости от функции. Так, например, если при исследовании идиоматических словосочетаний фокус перемещён на синтаксическую функцию, то выделяются предикаты, которые носят значением сказуемого, дополнения, обстоятельства. Тогда как при рассматривании содержательной функции идиоматических словосочетаний выделяются идиомы-термины,

идиомы-имена собственные, речевые формулы (нем. das Eis ist gebrochen – рус. лёд тронулся, нем. über alle Berge sein – рус. поминай как звали), идиомы-перформативы, которые указывают на тесную связь с ситуацией с условиями «здесь» и «сейчас» (нем. Dem werden ich den Marsh blasen – рус. я покажу тебе, где раки зимуют), формулы ответа, которые представляют из себя клише-ответы на некоторые вопросы (нем. es steht nicht zum besten – рус. как сажа бела), формулы вопроса (нем. Was ist ihm in die Krone gefahren? – рус. какая муха его укусила?).

То есть идиоматичность сводится к трем базовым факторам: переинтерпретация, т.е. на основе одного значения некоторой языковой формы создаётся другое значение, непрозрачность, т.е. исключение возможности вычисления актуальности выражения из-за отсутствия одного или нескольких компонентов выражения в лексической системе языка и усложнение способа указания на денотат, определяемое на множестве пар лексических единиц, которые состоят из более простого наименования предмета и более сложного. Выражение является идиомой, если прослеживается хотя бы один фактор.

**Коллокации.** Данный тип фразеологизмов представляет собой слова, которые при использовании вместе образуются устойчивое словосочетание. Таким образом, существует два элемента – база с прямым значением и коллокатор, связанный с ней фразеологически. Например, нем. Maßnahmen treffen / ergreifen – рус. принимать меры, где коллокатором является «встречать», «хватать».

**Пословицы.** Несмотря на то, что изучением семантики пословиц, или паремий, занимается паремиология, зачастую их относят к фразеологии. Являясь малой формой народного поэтического творчества, в эту группу также относятся загадки, приметы и тд. Сам термин «пословица» определяется как фразеологическая единица в виде предложения с семантикой всеобщности, выполняет функцию совета или объяснения. Характерной особенностью пословиц является их обособленность от контекста, тогда как поговорки и другие речевые формулы более зависимы от ситуации. Нем. De Katze lässt das Mausen nicht – рус. сколько волка не корми, он все равно в лес смотрит.

**Грамматические фразеологизмы.** Сам термин «грамматическая фразеология» впервые появился в работах В.В. Виноградова, где к данной группе относились устойчивые словосочетания, включая архаизмы. Могут выражать семантико-синтаксические связи будучи являясь составными предлогами или союзами, и субъективную модальность, будучи комбинациями частиц. Нем. Bruder hin, Bruder her – рус. хоть он мне и брат.

**Фразеологизмы-конструкции.** Данный тип фразеологических единиц соответствует пустым шаблонам, которые могут заполняться различными лексическими элементами, использованными в прямом значении. В этом случае, функция идиоматичности достигается за счет фиксированной части структуры. По формальным признакам группа фразеологизмов-конструкций близка группе грамматических фразеологизмов, различие заключается в синтаксической автономности. Нем. Betrug ist Betrug; verloren ist verloren – рус. обман есть обман; потерянно, значит потеряно.

**Ситуативные клише.** Данный класс представляет собой фразеологизмы, чья устойчивость напрямую зависит от ситуации. Часть таких выражений ритуализована и определяется традициями, этикетом и различными формальными установлениями, как например, военный устав. В связи с этим, идиоматичность этой группы единиц слаба либо вообще не присутствует, а фразеологичность определяется преимущественно устойчивостью и прямой зависимостью от правил, соответствующих конкретной ситуации. Причина приравнивания данного класса к фразеологизмам заключается в том, что они

представлены в виде лексических единиц и воспроизводятся как единое целое. Например, нем. *Mindestens haltbar bis* – рус. употребить до, или фраза нем. *mit freundlichen Grüßen* – рус. с наилучшими пожеланиями, которая по форме является пожеланием, но на самом деле представляет собой этикетную формулу прощания в письме.

Еще одна группа – крылатые слова. Выделение данного класса не основывается на лингвистических критериях, в следствии чего единицы приравниваются к идиомам или пословицам. Однако их особенность заключается в том, что данные устойчивые сочетания слов принадлежат источнику, который мыслится как общеизвестный [19]. Стоит также заметить, что то, что для одних людей является крылатыми словами, может не являться таковыми для других. В тоже время, при условии, что источник крылатого выражения общеизвестен, а не полузабыт, зачастую такие единицы рассматриваются как цитаты и могут сопровождаться коммуникативным характером. Если же все же источник полузабыт, в связи с высокой частотой употребления его выражения, то единицы воспринимаются как обычный фразеологизм. Нем. "Ohne Musik wäre das Leben ein Irrtum" (Ф. Ницше) – рус. «Без музыки жизнь была бы ошибкой».

Так разряды фразеологических единиц помимо отличий по содержанию и форме, различаются также и по традиции исследования и уровню изученности. Более подробно изучены идиомы. Пословицы изучаются в паремиологии, что значительно отличается от методов и задач фразеологии. Класс коллокаций довольно обширен, в следствии чего нет относительно полного списка этих единиц для каждого языка. Грамматические фразеологизмы и фразеологизмы-конструкции практические не исследовались в рамках фразеологии, но описывались в сфере синтаксиса.

Что же касается стилистического своеобразия фразеологии, согласно Д.Н. Шмелеву, ключевая особенность стиля фразеологизмов заключается в индивидуальном использовании, то есть с теми факторами их употребления, которые характеризуют специфику авторского стиля. Фокус внимания же смешен на нестандартное применение фразеологических единиц, девиаций их формы и значения [18]. Несмотря на то, что границы между стандартным и нестандартным употреблением стираются, фразеологизмы, как и простые слова, имеют определенные стилистические характеристики. Таким образом, задача стилистики в области фразеологии заключается в описании этих характеристик, их классификация, правила приписывания их к определённым семантическим полям.

Стоит также упомянуть о четырех основополагающих областях стилистики: стилистические характеристики, речевой жанр, характеристики времени и преобразования формы идиом, которые позволяют перевести фразеологическую единицу одного стилевого регистра в другой. Каждая из перечисленных областей характеризуется определенным набором помет, что довольно удобно при использовании в лексикографической практике.

Стилевой регистр формируется за счет помет: «высокое», «нейтральное», «разговорное», «сниженное», включая «нецензурное», «грубое». Речевой жанр формируется за счет «книжное», «журнализм», «жаргонизм», «народное» и «просторечное», и в данном случае характеризуется не стилевой регистр языка, а специфические особенности номинации в конкретном языке. Временные рамки относят фразеологизмы к «нулевым», либо «устаревшим».

Исходя из этого, следует также заметить то, что данные факторы, влияющие на

регистровые характеристики идиом, обычно действуют разнонаправленно. Однако, бывают случаи, когда они могут действовать вместе, в одном направлении, как например, в идиоме *Ahne ohne Rotznasen gibt es Glatteis* физиологичность образа сочетается с семантикой отказа, что предусматривает нарушение прав собеседника.

В последние годы отечественные лингвисты, опираясь на когнитивный подход, углубленно изучают слова, связанные с цветом, раскрывая их концептуальные основы и многогранные значения [11; 9, с. 143]. Цветовые символы, особенно в составе устойчивых выражений (фразеологизмов) русского языка, имеют огромное значение для формирования национальной самобытности [12; 7], поскольку они вызывают у людей устойчивые ассоциации, образы и эмоциональные реакции. Однако нам не удалось найти похожие отечественные работы, рассматривающие немецкую языковую картину мира через призму фразеологизмов.

### **Метод исследования**

Существует два подхода к исследованию: сопоставительный, то есть определение культурных особенностей одного языка через другой и интроспективный, то есть через представления носителей языка о национальной мотивированности значения.

При использовании метода сопоставления исследуется пара языков и культур, а данные остальных же не учитываются. Однако не все языковые различия, выявленные благодаря данному подходу, будут национально значимыми [21]. Стоит учитывать то, что языковой факт одного конкретного языка может обладать аналогом в другом. В то же время сам по себе уникальный факт обозначения некой культурной реалии с языковой точки зрения не является достаточным для его отнесения к культурно-специфичным [6]. Например, идиома *grüne Minna*, обозначает культурно маркированный денотат, с которым связана целая система культурно-исторических ассоциаций.

Часто при сопоставлении фразеологизмов в двух языках можно найти аналог. Но даже этот аналог будет отличаться смысловым значением. Например, «пускать пыль в глаза» и немецкое выражение “*Sand in die Augen streuen*” близки по образной составляющей, однако в то же время они довольно различны в актуальных значениях. Немецкое выражение означает «хвастаться, хвалиться», а русская идиома означает «стараться создать впечатление о себе как о человеке с высоким статусом, тогда как этот статус не является таковым». Учитывая эти различия, нельзя делать вывод, что в этих двух культурах носители языка по-разному относятся к компонентам этого выражения. В немецком выражении идея о пыли в глазах носит смысл выставление себя на показ», смысл же русского выражения в маскировке, скрытии правды. Такое развитие смыслов никак не представляется культурно значимым фактором. Речь в данном случае идет о случайном выборе языков результата метафоры [10].

Противоположная ситуация – когда одинаковым актуальным значением обладают различные образы. Например, смысл «запомнить раз и навсегда» предается в русском и немецком языке разными способами – «зарубить себе на носу», “*sich etwas hinter die Ohren schreiben*” соответственно. Однако нельзя из этого сделать вывод, что в немецкой языковой культуре уши важнее, чем нос, или что действие “*schreiben*” – «записывать» для носителя немецкого языка связано с запоминанием важной информации, а для носителя русского языка аналогичная идея высказывается только с помощью действия «зарубить». Получается, что не все различия между языками являются культурно-мотивированными.

Вторым подходом является интроспективный. Он заключается в рассмотрении культурных характеристик конкретного языка вне связи с другими языками и культурами, то есть его национальная специфика изучается через его носителей, обычно путем опросов и тестов.

Интроспективный подход связан с интуицией носителей языка, т.е. анализируя выражение могут делать вывод о том, является ли это выражение порождением их языковой культуры или нет. Для интуитивного восприятия фразеологической единицы в качестве национально специфической основополагающими моментами оказывается особенности формальной организацией, это фактор осложнения формы, определенная маркированность отдельных компонентов и присутствие в структуре национальных имен собственных, персонажей народной мифологии, архаичных компонентов. К слову, именно из-за наличия не вполне понятных элементов в структуре фразеологизма, носители языка считают «исконно народным». При чем зачастую этот самый элемент может не быть этимологически исконным. Подтверждение национальной маркированности фразеологизмов должно обнаруживаться в наличие в текстах выражений, которые обладают такими признаками. Например, предложение "Es muss ja nicht Hinz und Kunz gleich wissen, dass wir uns trennen wollen" в котором употреблено выражение Hinz und Kunz, и оно выглядит ограничено. Однако употребление его в культуре другого языка практически невозможно.

Примечателен тот факт, что не все идиомы, которые содержат уникальный компонент считаются специфическими в языке. Но в тоже время, идиомы без этого уникального компонента могут считаться таковыми. За частую такие выражения встречаются в литературных произведениях.

Что же касается различия этих двух подходов, то они имеют место быть. Например, большинство идиом с символически нагруженными компонентами могут считаться культурно-специфичными для языков одних стран, но не будут таковыми для других.

Исходя из этого, цветообозначения, входя в лингвоцветовую картину мира, представляются важной частью языковой картины мира [16]. Они отображают универсальные свойства языка и национальную специфику.

## **Материал исследования**

Для того, чтобы исследовать особенности идиоматической цветовой картины мира немецкого языка были проанализированы фразеологизмы, представленные в одноязычном словаре "Duden" и двуязычном «Немецко-русском фразеологическом словаре», составленным А. Биновичем и С.И. Константиновой [2].

При использовании метода сплошной выборки было выявлено 128 фразеологических единиц, которые в ходе работы были распределены на 11 групп, 7 из которых представляют собой выражения с вариантами номинаций основных цветов радужного спектра, остальные группы – цвета, не включенные в список базовых.

Таким образом, было выявлено 35 единиц с номинацией "blau", 21 единица с номинацией "schwarz", 18 единиц с номинацией "grün", 13 единиц с номинацией "wieß", 11 единиц номинацией "rot", 7 единиц с номинацией "grau" и 3 единицы с номинацией "gelb". Кроме этого, 15 единиц с номинацией "gold", 3 единицы с номинацией "silber" и по одной единице с номинациями «braun» и "rosa"/ "rosig".

## **Результат исследования**

В соответствии с полученными результатами исследования можно сделать вывод о том, что наиболее распространёнными номинациями базового цвета немецких фразеологизмов являются такие цвета, как синий, черный и зеленый, затем белый, красный и серый. Номинация желтого цвета употребляется в наименьшем числе фразеологических единиц. Из цветов, которые не являются основными, наиболее распространённым является золотой и серебряный. Реже в состав фразеологизмов входит розовый и коричневый цвета. То есть согласно данным исследования для понимания немецкой картины мира основными цветами являются «синий», «черный» и «зеленый».

Представим данные исследования цветообозначений в структуре фразеологизмов в процентном соотношении: blau – 27,3%, schwarz – 16,4%, grün – 14%, gold – 11,7%, weiß – 10,1%, rot – 8,6%, grau – 5,4%, gelb – 2,3%, silber – 2,3%, braun – 0,8%, rosa / rosig – 0,8% от всех выявленных фразеологизмов.

Такую национально-культурную особенность базовых цветов в языке можно объяснить цветовой символикой [13], которая не менялась в немецкой культуре на протяжении многих лет. Как упоминалось выше, синий цвет представляет собой цвет безоблачного неба. Он также может быть символом доброты, верности, постоянства. В геральдике этот цвет обозначает целомудрие, добрую славу и честность. "Blaues Blut" говорит о «благородном происхождении» - «голубая кровь». Однако данный цвет не всегда имел такое позитивное значение. Так, в некоторых обычаях и верованиях северного побережья Германии он воспринимался жителями и моряками как цвет, приносящий негативные последствия. Так, люди верили, что в домах, где окна были покрашены в синий живет ведьма, а если на пути встретить женщину с синим фартуком, то обязательно случится несчастье. В связи с этим, некоторые фразеологизмы с номинацией "blau" истолковываются негативно. Например, как ложь в выражении "das Blaue vom Himmel lu"gen", которое определяется как «рассказывать сказки». Так же, цветообозначением синего цвета может носить значение «пьяный», что закрепилось в виду того, что считалось, что в состоянии алкогольного опьянения появляется чувство, что глаза покрыты синей пеленой. Поэтому с этим цветом связывается алкогольное опьянение. Например, «blau wie ein Veilchen» истолковывается как «быть в стельку пьяным». Таким образом, "blau" в немецкой культуре носит и положительное значение, и отрицательное.

Черный цвет определяется в немецкой культуре как «самый темный» и как правило, символизирует несчастье, траур и горе. В произведениях, персонажи, чье появление предвещает смерть, одеты в черную одежду. Обладатели черных глаз считались завистливыми и опасными людьми. В виду таких ассоциаций, выражения с номинацией черного цвета зачастую носят негативный характер. Например, выражение "in Schwarz gekleidet" истолковывается как «одетый в траур», хотя если переводить дословно, то «одетый в черное». Кроме этого, этот цвет иногда ассоциируется с тайнами и сплетнями, которые могут быть применены против других: "die schwarze Liste" – «черный список». Таким образом, номинация "schwarz" в немецкой культуре носит отрицательное значение.

Зеленый цвет в немецкой культуре, как и во многих, отождествляется с природой. Он определяется как цвет травы и листьев и символизирует юность, надежду, веселье, иногда незрелость и недостаточное совершенство. Например, "grüne Junge" истолковывается как «птенец» и указывает на неопытность и молодость. Сам по себе, зеленый цвет предельно материщен и действует успокаивающе, однако зачастую он

производит и угнетающее впечатление, как например в выражении “grün und gelb werden”, которое истолковывается как «позеленеть от злости». В Германии этот цвет также символичен в виду того, что ранее полицейские автомобили для перевоза заключенных были окрашены в зеленый цвет – “grüne Minna”. Таким образом, номинации зеленого света в чаще носят положительное значение, реже отрицательное.

Красный цвет в немецкой культуре ассоциируется со страстью, торжеством и свободой. Например, “rote Rosen” не дословно «красные розы», а «цветы любви». Стоит также заметить, что довольно большое число организаций в своих названиях употребляют номинацию «красный». Так, например, “Roter Halbmond” – это добровольное сообщество помощи военнопленным. Красный цвет является основным геральдическим цветом, присутствует на флаге Германии, неся значение «кровь немецких патриотов». Много немецких фразеологических единиц с этой номинацией несут такое значение, но в разных формулировках. Например, “rot anlaufen”, “bis über die Ohren rot werden” и многие другие. Во всех случаях красный цвет имеет положительное значение, однако бывают случаи, когда оно становится негативным, как, например, в случае с “rot sehen” – «впасть в ярость». Таким образом, немецкие выражения с этой номинацией могут быть как позитивными, так и негативными.

Белый цвет является самым светлым и символизирует чистоту, незапятнанность, невинность и добродетель. Например, выражение “eine weiße Weste” означает «безупречное прошлое» или «незапятнанная репутация». Кроме этого, в немецкой культуре белый цвет ассоциируется с тайнами и чем-то неизвестным. Например, “ein weißer Fleck auf der Landkarte” означает «белое пятно», когда говорит про карту и неизученный район. Белый цвет может носить также и негативное значение. Примером проявления может послужить выражение “ein weißer Rabe”, что переводится как «белая ворона» и относится к человеку, который резко выделяется на фоне общества.

Желтый цвет. Несмотря на то, что он является цветом солнца и спелого лимона, в немецком языке не носит позитивный характер. Наоборот, большинство выражений обладают ярко-выраженным негативным зарядом. Во многих выражениях номинация “gelb” связана с состоянием психического или физического состояния субъекта. Например, как в выражении “gelb und grün werden” – «позеленеть от гнева» - в данном немецком фразеологизме представлен переход от «желтого» к «зеленому», дословный перевод «стать желтым и зеленым». Или в “der gelbe Neid” – в русском языке «черная зависть», в то время как в немецком «желтая».

Серый цвет не представляется ярким и выразительным при его сопоставлении с другими базовыми цветами. Он не привлекает внимания. В виду этого, в большинстве случаев его употребления во фразеологических единицах он связывается с обозначением чего-то невзрачного и неприметного. Например, выражение “grauer Markt”, которое переводится как «полулегальный бизнес».

Таким образом, на сегодняшний день символические значения цвета сохранены в немецкой культуре в их первозданном виде. Стоит также заметить, что эти значения во многом влияют на семантику фразеологических единиц. Символика цвета является неким ключом для понимания национально-культурной специфики конкретной страны.

## **Вывод**

Изучив стилевой регистр выявленных фразеологических единиц, все выражения можно разделить на группы в зависимости от его значения. Таким образом, образуются три группы: «разговорное», «высокое» и «нейтральное». С номинацией “blau” выражений с

пометой «нейтральное» - 6, «высокое» - 7» и «разговорное» - 22. С номинацией "grün" 8 разговорных выражений, 7 нейтральных и 4 высоких. С номинацией черного цвета 9 выражений носят помету «разговорное», 7 - «нейтральное» и 4 - «высокое». 6 выражений, в структуре которых номинация "rot" носят помету «разговорное», 4 - «нейтральное» и 1 - «высокое». С номинацией "weiß" выражений с пометой «разговорное» - 6, «нейтральное» - 5 и «высокое» - 2. С номинацией "grau" все 7 выражений носят помету «нейтральное». Выражения с номинацией "gold" в равном количестве носят все три пометы - 5. Все выражения, в составе которых номинация "silber" с пометой «высокое». Что же касается фразеологических единиц с "braun" и "rosa" они относятся к «нейтральное». В результате исследования, наибольшее число выявленных выражений носят помету «разговорное», всего их 56, далее - нейтральные выражения, их насчитывается 43. Меньше всего выражений с пометой «высокое» - 29. Таким образом, в процентном соотношении, 43,7% выявленных выражений носят разговорное стилистическое окрашивание, 33,5% - нейтральное и 22,7% - высокое. Исходя из этого, можно сделать вывод, что наиболее распространенными являются выражения первой группы. Это объясняется тем, что в ситуационном речевом взаимодействии подходящими являются выражения разговорно-обиходной речи ввиду того, что они придают речи непринужденность, простоту и непосредственность, поэтому такие выражения являются наиболее употребимыми и необходимыми, нежели выражения с пометой «высокое», которые в основном встречаются только в публицистике и ораторской речи указывая на торжественность.

Что же касается речевого жанра, стоит обратить внимание на дискурсивные пометы. Например, при анализе выявленных фразеологических единиц, с пометой «журн.» было обнаружено две идиомы - "die Grüne Insel", которая истолковывается как «зеленый остров», что подразумевает под собой Ирландию и "die goldene Regel", что подразумевает «Золотое правило нравственности». Такое небольшое число фразеологических единиц этой группы объясняется тем, что такие выражения характерны для публицистики и практически не встречаются в разговорном языке. Их насчитывается 26 согласно словарям. Помете «просторечное» при описании фразеологии приписывается значение «характеристика речи необразованных людей», то есть характеристика малограмотной речи или стилизация под нее. Так, например, таким выражением является "Blau sein", которое истолковывается как «быть вдребезги пьяным». Остальные выражения не носят никаких помет речевого жанра. Это может быть обусловлено тем, что фразеологизмы проникают в различные жанры и широко распространяются как их элементы. Исключением является ситуация с книжными фразеологизмами ввиду того, что они употреблены только в письменном варианте речи, например, в художественных произведений.

Из выбранных выражений устаревшими является не так много выражений: "blaue Bohnen", что переводится как «пули», "sich grun machen" - «слишком много брать на себя», "blauer Heinrich", что истолковывается как «густая перловая каша у солдат», "dem Gegner goldene Brücken bauen" - «облегчить противнику путь к отступлению», "das goldene Kalb anbeten" в значении «поклоняться золотому тельцу». Остальные выражения являются «нулевыми», то есть они не вышли из употребления и активно применяются в речи. В процентном соотношении получается, что 3,2% фразеологических единиц из списка, выявленных в словарях являются устаревшими, а 96,8% от этого списка все еще употребляются.

Последняя стилистическая группа основана на регистрах операторах. К их числу относятся пометы «эвфемизм» и «дисфемизм». Традиционно эвфемизмом считается

нейтральное выражение, которое используется вместо своего синонима, являющегося нетактичным или неприличным. Под дисфемизмом понимается также замена одного выражения на другое, но наоборот на более грубое или неприличное. В выбранных словарях в списке определений стилистических указаний данный тип помет не был указан. Отсутствие дисфемизмов можно объяснить тем, что зачастую они существуют в неприличной форме, по этой причине они не включены в словарь. Однако того же не сказать про эвфемизмы. Так, например, несмотря на то что не было указано о наличии такого явления, выражение “*der grüne August*” – «полицейский автомобиль для арестованных» является эвфемизмом. Таким образом, выражения с номинациями цвета также могут быть и дисфемизмами, и эвфемизмами.

Изучив стилистические особенности выявленных фразеологических единиц на основе четырех факторов, можно сделать вывод, что большинство устойчивых выражений носят пометы, которые указывают на стилевой регистр. Это обусловлено тем, что стилевой регистр представляет системой отбора языковых средств в зависимости от речевой ситуации.

Идиоматическая цветовая картина в немецком языке представляет собой совокупность выражений с номинациями базовых и дополнительных цветов. К базовым относятся такие цвета как синий, черный, белый, красный, зеленый, желтый, серый, а также фиолетовый и оранжевый не смотря на то, что они заимствованы в немецкий язык из французского в XVIII веке и были причислены к основным недавно. К не базовым относятся цвета с международным значением, такие, как, например, золотой и серебряный, а также цвета, заимствованные в лексику немецкого языка сравнительно недавно. Это такие цвета как розовый, коричневый и другие. Номинации данных цветов, находясь в составе фразеологических единиц, оказывают на семантику выражений значительное влияние. Это обусловлено различной символикой цвета, характерной для носителей немецкого языка и немецкой культуры. Каждый цвет носит уникальное значение, которое может быть как положительным, так и отрицательным. Соответственно, семантика фразеологических единиц во многом зависит от этого. Наиболее распространенными оказались выражения с номинацией “blau” “schwarz” и “grün”, что говорит о том, что через эти цвета проходит наиболее полное восприятие окружающей действительности в немецкой культуре.

Кроме этого, немаловажную роль играют стилистические особенности идиоматических выражений. Эти особенности заключаются в индивидуальном использовании, то есть с теми факторами их употребления, которые характеризуют специфику авторского стиля. В зависимости от того, какая область из четырех областей стилистики изучается можно делать вывод о том, в каком стиле употреблено выражение, его специфичные особенности, является оно устаревшим или же нулевым, а также отнесенность его к эвфемизмам и дисфемизмам.

В ходе изучения цвета и цветообозначения сделан вывод, что варианты номинаций цвета в составе фразеоглизмов немецкого языка обладают уникальными особенностями. Цветообозначения входят в лингвоцветовую картину мира и являются важной частью языковой картины мира. Они отображают универсальные свойства языка и национальную специфику.

## **Библиография**

1. Балли, Ш. Французская стилистика / Ш. Балли ; пер. с фр. К. А. Долинина ; под ред. Е. Г. Эткинда. – М.: Изд-во иностр. лит., 1961. – 394 с.
2. Бинович, Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь / составили: Л. Э.

- Бинович и Н. Н. Гришин ; под ред. Малиге-Клаппенбах и К. Агрикола. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва : Русский язык, 1975. – 656 с.
3. Зимин, В. И., Василенко, А. П. Основные подходы к изучению культурного содержания фразеологизмов русского языка // Русский язык в школе. – 2010. – № 2. – С. 58-63. – EDN KZHKVZ.
4. Виноградов, В. В. Лексикология и лексикография. Избранные труды / В. В. Виноградов. – Москва: Наука, 1977. – 310 с. – Библиогр.: 140-161 с.
5. Ковшова, М. Л. Анализ фразеологизмов и коды культуры / М. Л. Ковшова. – Известия РАН. Серия литературы и языка. – 2008. – Т. 67. – № 2. – С. 60-65.
6. Ковшова, М. Л. Сопоставительный анализ фразеологизмов: лингвокультурологический подход / М. Л. Ковшова. – Филология и культура. – 2014. – № 4 (38). – С. 115-120.
7. Кравец, О. В. Лингвокультурологические особенности компаративных конструкций в русском и английском языках // Личность в межкультурном пространстве. Материалы VII Международной научно-практической конференции: в 2 томах. Под общей редакцией А. Г. Коваленко. – 2012. – С. 268-273. EDN: TDMMJJ.
8. Молотков, А. И. Основы фразеологии русского языка / А. И. Молотков. – Ленинград: Наука, 1977. – 283 с.
9. Молчанова, А. Н. О словах-символах в английской фразеологии // Сборник научных трудов, Выпуск 168, "Вопросы фразеологии". – 1980.
10. Москвин, В. П. Русская метафора. Очерк семиотической теории / В. П. Москвин. – Москва: ЛКИ, 2018. – 200 с.
11. Павленко, Л. Г., Черникова, Р. Ю. Семантико-когнитивная классификация концептов английских фразеологических единиц с элементами цветообозначений // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Грамота. – 2020. – Т. 13. – № 12. – С. 143-151. DOI: 10.30853/filnauki.2020.12.30 EDN: YIVJRS.
12. Полякова, Е. В., Кравец, О. В. Идиоматическая составляющая национальной самоидентификации (на материале идиоматических выражений русского и английского языков) / Е. В. Полякова, О. В. Кравец. – Ростов-на-Дону : Ростовский государственный экономический университет "РИНХ", 2020. – 191 с. – ISBN 978-5-7972-2788-5. – EDN NPRSKC.
13. Савицкая, А. Н., Раенко, Е. А. Колоронимы в языковой картине мира // Материалы VII международной научно-практической конференции: актуальные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков в свете современных тенденций. – 2024. – С. 99-101. EDN: CRZOIK.
14. Скачёва, Н. В. Образные фразеологизмы в рамках духовно-нравственного содержания культуры (на примере немецкого языка) // Общая и русская фразеология: из прошлого в будущее. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной памяти доктора филологических наук, профессора Валентина Ильича Зимина. Под общей редакцией О. И. Авдеевой. – Москва, 2022. – С. 382-388. DOI: 10.31862/9785426311954-382-388 EDN: PQWMZA.
15. Скоморохова, С. В. Лексикология: фразеология современного русского языка: учебное пособие / С. В. Скоморохова. – Москва: ФЛИНТА, 2019. – 152 с.
16. Шанский, Н. М. Лексикология современного русского языка: учебное пособие / Н. М. Шанский. – Москва: Либроком, 2014. – 312 с.
17. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка: учебное пособие / Н. М. Шанский. – Санкт-Петербург: Специальная литература, 1996. – 192 с.
18. Шмелев, Д. Н. Современный русский язык. Лексика : учебное пособие для студентов пед. ин-тов по специальности "Рус. яз. и литература" / Д. Н. Шмелев. – М. : Просвещение, 1977. – 335 с.
19. Büchmann, G. Geflügelte Worte. Der Citatenschatz des deutschen Volkes / G.

- Büchmann. – London: Good Press, 2004. – 214 s.
20. Guiraud, P. Les locutions francaises / P. Guiraud. – Paris: Presses Universitaires de France, 1973. – 128 c.
21. Wierzbicka, A. Semantic, culture and cognition. Universal human concepts in culture-specific configurations / A. Wierzbicka. – New York: Oxford University Press, 1993. – 379 c.

## **Результаты процедуры рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

В рецензируемой статье рассматриваются фразеологизмы с компонентом цветообозначения в немецкой языковой картине мира. Актуальность работы не вызывает сомнения: менталитет, культура, история народа отражаются в его языке и особенно ярко представлены во фразеологических единицах, выполняющих функцию сохранения и наследования житейской мудрости и опыта через поколения; они емко и образно передают традиционные ценности и взгляды отдельной национальной группы или народа, особенности взаимоотношений их носителей и, следовательно, вызывают научный интерес ученых. Выбор предмета исследования обоснованно аргументируется тем, что «цветообозначения входят в лингвокрасовую картину мира и являются важной частью языковой картины мира; они отображают универсальные свойства языка и национальную специфику».

Теоретической основой исследования послужили фундаментальные труды по вопросам лексикологии и лексикографии, стилистики и основам фразеологии таких отечественных и зарубежных ученых, как В. В. Виноградов, А. И. Молотков, В. П. Москвин, А. Н. Смирницкий, Н. М. Шанский, Д. Н. Шмелев, Шарль Балли, Анна Вежбицкая, Пьер Гиро, Георг Бюхман и др. Библиография насчитывает 14 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Однако, по мнению рецензента, автору(ам) следовало бы обратиться и к актуальным трудам, изданным в последние 3 года, чтобы продемонстрировать реальную степень изученности данной проблемы в современном научном сообществе.

Методология исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию; количественный и качественный анализ; сравнительно-сопоставительный и структурно-семантический методы; семантический и культурологический анализ и др. Эмпирическим материалом послужили фразеологизмы, представленные в одноязычном словаре Duden и двуязычном «Немецко-русском фразеологическом словаре», составленным А. Биновичем и С. И. Константиновой. Всего проанализировано 128 фразеологических единиц.

В ходе анализа теоретического материала и его практического обоснования достигнута цель работы и решены поставленные задачи; сделаны выводы о специфике идиоматической цветовой картины в немецком языке, о базовых и дополнительных цветах в немецких фразеологических сочетаниях, о наиболее распространенных выражениях с номинацией “blau” “schwarz” и “grün” («что говорит о том, что через эти цвета проходит наиболее полное восприятие окружающей действительности в немецкой культуре») и др. Все выводы сформулированы логично и отражают содержание рукописи.

Теоретическая значимость и практическая ценность работы заключаются в ее вкладе в решение проблем лингвокрасовой фразеологической картины мира, а также в

возможности использования ее результатов в вузовских курсах по языкоznанию и теории языка, по когнитивной лингвистике, лингвопрагматике, лингвокультурологии, лексикологии и лексикографии. Полученные результаты создают основу для дальнейших исследований.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Содержание статьи соответствует названию. Однако рукопись нуждается в авторской правке: в тексте встречаются многочисленные опечатки, ошибки и т. п. (см «Составные части при этом не несут смысловая самостоятельность ввиду того, что именно взаимосвязь этих компоненовъединяет их одним значением», «Рассматривая концепции и классификации фразеологических единиц, наиболее общей представляется классификация представленная В.В. Виноградовым», «В то же время как значение фразеологических сочетания зависит от прямого значения одного компонента и лексического окружения», «В результате своего исследования Х. Бургер, он выделил три разряда фразеологизмов...», «Могут выражать семантико-синтаксические связи будучи являясь составными предлогами или союзами», «Стоит также заметить, что то, что для один людей является крылатыми словами, может не являться таковыми для других», «Но даже этот аналог будет отличаться смысловым значением» и т. д.

Статья имеет завершенный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Филология: научные исследования» после устранения указанных выше замечаний.

## **Результаты процедуры повторного рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Рецензия на научную статью "Фразеологизмы с компонентом цветообозначения в немецкой языковой картине мира"

Предметом исследования данной статьи являются немецкие фразеологизмы, содержащие компоненты, обозначающие цвет (такие как *blau*, *schwarz*, *grün*, *rot*, *weiß* и другие). Автор проводит детальный анализ их семантики, стилистических особенностей, частотности употребления и культурной специфики в контексте формирования немецкой языковой картины мира.

Методология исследования представляется комплексной и в целом адекватной поставленным задачам. Автор применяет метод сплошной выборки материала из авторитетных лексикографических источников (словарь Duden и Немецко-русский фразеологический словарь Биновича и Константиновой). Далее используется количественный анализ для выявления распределения фразеологизмов по цветам и стилистическим пометам. Семантический анализ значений проводится с обязательным учетом культурной символики цвета в Германии. Дополнительно осуществляется стилистический анализ по регистрам (разговорный, нейтральный, высокий), речевым жанрам, временными характеристиками (устарелость) и потенциалу эвфемистичности. В работе также задействован сопоставительный подход, включающий краткие сравнения с русским языком для выявления культурно-обусловленных различий, и интроспективный подход, анализирующий восприятие культурной маркированности фразеологизмов носителями немецкого языка.

Актуальность исследования не вызывает сомнений. Тема находится на пересечении нескольких значимых областей современной лингвистики: лингвокультурологии и когнитивной лингвистики (изучение связи языка, мышления и культуры через призму цветовых символов), фразеологии (углубленный анализ специфической группы единиц) и межкультурной коммуникации (понимание культурных коннотаций необходимо для адекватного перевода и взаимодействия). Полученные результаты также имеют практическое значение для лексикографии.

Научная новизна работы заключается в нескольких аспектах. Во-первых, это первое столь систематическое исследование именно цветовых компонентов в немецкой фразеологии на значительном корпусе материала (128 единиц). Во-вторых, применяемый комплексный подход, сочетающий семантический, стилистический и культурологический анализ, позволяет получить многомерную картину. В-третьих, автором выявлены ключевые по частотности цвета для немецкой фразеологической картины мира (*blau, schwarz, grün*) и проведена их подробная классификация по стилистическим параметрам (регистры, жанры, устарелость). В-четвертых, работа акцентирует внимание на национально-культурной специфике этих фразеологизмов, избегая упрощенных сопоставлений с русским языком.

Стиль, структура и содержание статьи в целом соответствуют требованиям научного текста. Структура логична и включает необходимые разделы: Введение с обзором теоретических основ фразеологии, описание Метода и Материала, представление Результатов, формулировку Выводов и Библиографию.

Библиография включает 21 источник, в целом релевантный теме исследования. Представлены основополагающие труды по фразеологии (Виноградов, Шанский, Молотков, Büchmann, Guiraud), работы по цветообозначениям и лингвокультурологии (Ковшова, Павленко, Савицкая, Wierzbicka), а также использованные словари.

Автор неявно апеллирует к возможным оппонентам, полемизируя с точкой зрения, сводящей культурную специфику исключительно к наличию уникальных компонентов (аргументируя, что идиомы без них тоже могут быть специфичны), а также критикуя упрощенный сопоставительный подход, который интерпретирует любые расхождения в образах (как в примере *Sand in die Augen streuen* vs. пускать пыль в глаза) как культурно значимые без достаточных оснований. Упоминаются и дискуссии о включении пословиц или крылатых слов в сферу фразеологии. Эти позиции подкреплены ссылками.

Выводы работы обобщают ключевые результаты: доминирующую роль цветов *blau, schwarz* и *grün* в немецкой фразеологии, амбивалентность их культурной символики, преобладание разговорного стиля в выявленных единицах и сохранение традиционных значений цветов. Выводы логично вытекают из проведенного анализа. Интерес для читательской аудитории значителен: статья будет полезна лингвистам-германистам, специалистам по фразеологии и лингвокультурологии, когнитивной лингвистике, преподавателям немецкого языка, теории перевода и студентам филологических специальностей.

Полагаем, что статья "Фразеологизмы с компонентом цветообозначения в немецкой языковой картине мира" может быть рекомендована к публикации в научном журнале Филология: научные исследования.