

10. Физический энциклопедический словарь: [гл. ред. А. М. Прохоров]. – М. : Советская энциклопедия, 1983. – 928 с.
11. Duden: Deutsches Universalwörterbuch. – Mannheim-Wien-Zürich : Dudenverlag, 1989. – 1816 S.
12. Frisch, M. Stiller / Max Frisch. – Frankfurt am Main : Suhrkamp Verlag, 1994. – 431 S.
13. Metzler Lexikon Sprache / Hrsg. H. Glück, 4, aktualisierte und überarbeitete Auflage. – Stuttgart Weimar : Verlag J.B. Metzler, 2010. – 814 S.
14. Remarque, E. M. Der Weg zurück / Erich Maria Remarque. – Berlin und Weimar : Aufbau-Verlag, 1988. – 255 S.
15. Stuckrad-Barre, von B. Soloalbum. Roman. / von B. Stuckrad-Barre. – Köln : Kiepenheuer + Witsch, 1998. – 246 S.
16. Schramm, I. Aprilmechanik / I. Schramm. – Berlin: Verlag Volk und Welt, 1997. – 319 S.
17. Schulze, I. 33 Augenblicke des Glücks / I. Schulze. – München : Deutscher Taschenbuch Verlag, GmbH + Co.Kg, 1997. – 271 S.
18. Schneider, R. Schlafes Bruder / Robert Schneider. – Leipzig : Reclam Verlag, 1996. – 206 S.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Марія Блажко – кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької мови Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

Наукові інтереси: лексична семантика, лінгвокультурологія.

УДК 811.112.2'373.7

НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ КОМПОНЕНТ НІМЕЦЬКОЇ РОЗМОВНОЇ МОВИ

(на матеріалі фразеологізмів «означальне слово + іменник»)

Михайло ГАВРИШ (Київ, Україна)

Стаття написана в руслі етнофразеології і досліджує особливості мовної картини світу німецькомовного етносу на прикладі фразеологізмів розмовної мови, які позначають людей та їхні характеристики. Встановлено, які іменники та означальні слова є найпродуктивнішими фразеологічними компонентами для досягнення зазначеної комунікативної мети та які якості людей домінують в цих актах вторинної номінації.

Ключові слова: національно-мовна картина світу, етнофразеологія, фразеологізм, фразеологічна номінація, фразеологічне значення, денотат, конотація.

This article deals with ethnophraseology and explores particularities of the linguistic world view of the German-speaking population using colloquial phraseologisms denominating people and their traits. The author finds out which nouns and adjectives as phraseological components are used most frequently in order to reach this communicational goal and which human traits dominate these processes of secondary nomination.

Key words: nationally specific linguistic world view, ethnophraseology, phraseologism, phraseological nomination, phraseological meaning, denotation, connotation.

На сьогоднішньому етапі розвитку науки аксіоматичним є твердження про те, що мови відображають дійсність по-різному, *асиметрично*. Це, з одного боку, означає, що дійсність, яка відображається людською свідомістю (так звана картина світу), є вторинним існуванням об'єктивного світу, який фіксується й функціонує в особливій матеріальній – *мовній* – формі (мовній картині). З іншого ж боку, асиметричність мовного відображення/сприйняття дійсності спричинює відмінності у мовних картинах світу різних етносів: кожна нація має внаслідок цього свої власні уявлення про світ, про культуру у всіх її сферах – матеріальній, духовній, організаційній, ціннісній та поведінковій. Іншими словами, *мовна картина світу* – це людське сприйняття дійсності, зафіксоване в мові, тому представники різних культур по-різному, наприклад, висловлюють радість чи горе, позначають кольори або використовують і називають предмети, невідомі іншим націям.

Найбільш яскраво, глибоко та багатоаспектно *національно-мовна картина світу* відображається у фразеології, адже фразеологічні одиниці – це продукт образного переосмислення дійсності, яке ґрунтується на історично-культурному досвіді мовців, котрі належать до певного етносу. Цей досвід є проявом національного менталітету, національної самосвідомості та світосприйняття відповідного мовного колективу. Отже, вивчаючи особливості фразеологізмів, головною сферою вживання яких – завдяки емоційній забарвленості та виразності – є розмовна мова, можна проникнути в «таємниці» духовної культури нації, її ставлення до предметів та явищ навколишньої дійсності, їхньої інтерпретації та виникнення на цій основі власних традицій, обрядів, уявлень та вірувань.

Пропонована стаття написана в рамках саме зазначеної вище *етнофразеологічної* проблематики і має на меті – з опорою на аналіз фразеологізмів німецької розмовної мови – встановити специфічні риси (закономірності) відображення в німецькомовній фразеології *характеристик людини*. Звернення до цієї теми спричинено тим, що людина є найчастотнішим об'єктом номінації у мовленнєвій діяльності (адже комунікація – це міжлюдське спілкування), і тому «фразеологічні образи» щодо співгромадян (їх зовнішності, вподобань, роду занять тощо) домінують у фразеологічному складі мов та дозволяють розкрити і тим самим глибше зрозуміти специфіку міжлюдських відносин у певному етносі.

Важливим чинником є і те, що фразеологізми, як і лексичні одиниці, на відміну від граматичних чи фонетичних норм – це найбільш відкрита до *еволюційних змін і перетворень* складова мови, тому діахронічний погляд на процеси фразеологічної номінації також дозволяє отримати інформацію, необхідну для досягнення зазначеної вище мети.

Пропоноване дослідження концентрується на фразеологізмах, до складу яких входить два компоненти – *іменник* та *слово*, яке є його означенням. Це – прикметники, приміром, *blind, fein, nass, kalt*, партиципи I та II: *bellend, fliegend, eingebildet, vertrocknet* та в кількох випадках прислівники: *selten*. Таке обмеження обумовлено двома факторами. По-перше, в рамках однієї статті уявляється неможливим охопити й представити весь широкий спектр структурної побудови фразеологічних одиниць. А по-друге, конструкція «означальне слово + іменник» найбільш типова і природна (граматична) форма для характеристики/оцінки людей, предметів, явищ, адже іменник позначає когось/щось, а означення вказує на його (особливі) якості/риси.

В статистичному аспекті проаналізований матеріал складається з 211 фразеологічних одиниць (далі ФО), що зафіксовані в «Словнику німецької розмовної мови» Х. Кюппера [2] і виникли на основі 14 іменників (ця кількість є також одним з обмежень роботи). Серед них найбільша «мовленнєва продуктивність» притаманна іменнику *Hund* (собака) – 67 зворотів, далі слідує *Vogel* (птаха, 23 одиниці), *Aas* (мертвечина, 21), *Luder* (сволота, 19) та *Huhn* (курка, 19), *Haut* (шкіра, 14), в кінці ряду знаходяться *Käffer* (жук, 9), *Knopf* (гудзик, 8), *Fisch* (риба, 7), *Gartenzwerg* (садовий карлик, 6) та *Koffer* (валіза, 6), *Gans* (гуска, 5), *Kopf* (голова, 3) і *Katze* (кішка, 3).

Наведені дані дозволяють, з одного боку, констатувати широкий спектр лексичних засобів, а саме: слова, що позначають представників фауни, предмети домашнього ужитку, частини людського тіла, лайливі слова, які стали для носіїв німецької мови висхідними одиницями для (метафоричного) переосмислення з метою експресивно-оціночної номінації певних характеристик людини. З іншого боку, очевидно є вагома роль домашніх тварин, і особливо собаки, в повсякденному бутті німецькомовних народів, адже саме одомашнені тварини (їхній вигляд, поведінка, звички) з прадавніх часів слугували основою для порівнянь з тими чи іншими людськими якостями.

Останнє зауваження знаходить переконливі підтвердження, якщо проаналізувати зазначений масив фразеологізмів у діахронічному аспекті. Часовий критерій, тобто період чи й точний рік їхнього виникнення, свідчить про те, що вже близько *шестиста років* в німецькій мові функціонують ФО *feiger Hund* та *krummer Hund*, які були утворені й набули поширення ще у 15-му столітті [2, с. 365, 366]. Шістнадцятим століттям дослідники датують появу таких фразеологічних зворотів, як *seltsamer Vogel* [2, с. 892] та *falsche Katze* [2, с. 403]; перші фразеологізми, денотатом яких була людина, з компонентами *Gans* і *Huhn* стали вживатися відповідно з 1700 р. (*dumme Gans* [2, с. 269]) та 1850 р. (*krankes / verrücktes Huhn* [2, с. 363]). «Наймолодшими» фразеологічними конструкціями – згідно з інформацією «Словника німецької розмовної мови» – можна вважати ФО *fliegender Hund* [2, с. 366] та *toter Vogel, blinder Vogel і schiefer Vogel* [2, с. 892], які вперше були зафіксовані у 1965 р. Отже, опосередкована/вторинна номінація характеристик людини шляхом утворення ФО, до складу яких входять слова, що позначають домашніх тварин – це багатовікове явище, присутнє на кожному етапі розвитку німецької мови.

Важливі констатації щодо свого роду «модних явищ» в еволюції фразеологічного фонду німецької мови дозволяють зробити і спостереження за часовим, кількісним та семантичним наповненням фразеологічних рядів з відповідним іменниковим компонентом. Так, приміром, переважна більшість ФО з словом *Huhn* (13 з 19) виникла протягом 1990-1920 рр. [2, с. 363], і з цього моменту носії німецької мови припинили звертатися до цієї лексеми для відображення якостей людини: *Huhn* перестав бути фразеологічно активним компонентом для матеріалізації

аналізованого в цій статті значення. Такі ж статистичні показники притаманні і фразеологічній групі з компонентом *Luder*: після 1990-1920 рр., коли за схемою «означення + *Luder*» з'явилися тринадцять фразеологізмів для розкриття різних характеристик особи [2, с. 505-506], не зафіксовано жодної фразеологічної конструкції аналогічного типу. В цілому час на зламі 19-го та 20-го століть уявляється *найпродуктивнішим періодом* фразотворення в контексті проблематики цього дослідження. Саме тоді увійшли у вжиток й одинадцять ФО, базовим компонентом яких стало слово *Aas* [2, с. 1], а також п'ять із семи зареєстрованих фразеологізмів з лексичним елементом *Fisch* [2, с. 237].

Особлива фразотворча – серійна – активність припадає і на 1955 р.: з цим роком пов'язують виникнення усіх шести фразеологічних конструкцій на базі слова *Gartenzwerg* [2, с. 271], п'яти (з шести) фразеологізмів з компонентом *Koffer* [2, с. 442] та чотирьох (з дев'яти) ФО з складовою *Käfer* [2, с. 386].

В аспекті фразотворення за схемою «означальне слово + іменник» неочікувано *непродуктивними* виявились лексеми *Kopf* [2, с. 447] та *Katze* [2, с. 403]: в обох випадках відповідні фразеологічні ряди охоплюють лише по три фразеологізми, що свідчить про нехтування мовцями цими лексичними одиницями для створення коротких фразеологічних форм, які відображали б людські ознаки чи риси характеру, але, з іншого боку, явно суперечить тій ролі, яку відіграють позначувані цими словами денотати у житті людини, та не відповідає фразотворчому потенціалу аналогічних лексем (пор. *Haut* чи *Hund*).

Глибинні першопричини опосередкованої і, як правило, оцінно маркованої співвіднесеності зазначених іменників з певними денотатами, тобто засади їхнього фразотворчого потенціалу, та чинники їхньої неоднакової фразотворчої активності в різні проміжки часу заслуговують на вивчення в рамках окремої наукової розвідки, але й висловлені вище міркування та висновки формують чітке уявлення щодо специфіки та еволюції бачення носіями німецької мови своїх співгромадян через призму асоціацій з різними істотами та предметами навколишньої дійсності.

Національно-мовні особливості характеристики людей віддзеркалюють і компоненти *означальної складової* аналізованої конструкції. Згадані вище 211 фразеологізмів, що є предметом цього дослідження, стали результатом об'єднання в одній формі вже розглянутих чотирнадцятьох іменників з 137 означальними словами (передусім прикметниками та партиципами). Протиставлення цих двох цифр – 211 та 137 – свідчить про лише незначну повторюваність означальних компонентів в складі аналізованих фразеологізмів, підкреслює *одноразовість* (неповторність) сполучуваності лексичних елементів у переважній більшості ФО та дає підстави для висновку про *креативні* (нешаблонні) засади фразеологічної номінації носіями німецької мови зовнішнього вигляду та якостей людини. Для додаткової ілюстрації цього твердження та повноти картини наведемо усі кількісні показники: 91 означальне слово вживається у виділеному корпусі фразеологічних зворотів лише *один раз* (наприклад, *brave Haut* [2, с. 333], *schwarzer Hund* [2, с. 366], *hässlicher Vogel* [2, с. 892], *unterernährter Gartenzwerg* [2, с. 271], *garnierte Gans* [2, с. 269]); 29 означень повторюються два рази, тобто утворюють сполуки з двома іменниками (*großer Fisch* [2, с. 237], *großer Hund* [2, с. 366] чи *feiges Aas* [2, с. 1] і *feiger Hund* [2, с. 365]); 6 означальних елементів комбінують з трьома іменниками (*geiler Hund* [2, с. 366], *geiles Luder* [2, с. 506] та *geiler Vogel* [2, с. 892]). Найвища ж продуктивність притаманна таким трьом групам: *fein, klein, lahm, falsch* – кожен з цих прикметників входить до складу чотирьох ФО (*lahmes Huhn* [2, с. 363], *lahmer Hund* [2, с. 366], *lahmer Koffer* [2, с. 442], *lahmer Vogel* [2, с. 892]); *arm, blöd, dämlich, faul* зафіксовані як складові п'ятьох фразеологізмів (*faules Aas* [2, с. 1], *faule Haut* [2, с. 333], *fauler Hund* [2, с. 365], *fauler Kopf* [2, с. 447], *faules Luder* [2, с. 505]) і лише два прикметники – *toll* та *dumm* – стали фразотворчими елементами *шістьох* фразеологічних виразів: *toll* – *Fisch, Huhn, Hund, Käfer, Knopf, Vogel* і *dumm* – *Aas, Gans, Huhn, Hund, Knopf, Luder*.

В контексті досліджуваної тематики наведені приклади та загальні статистичні дані дозволяють констатувати два важливих факти. По-перше, серед 137 означальних слів, переважають такі (їх 65), пряме значення яких має чітку оцінно-негативну конотацію, що – як йтиметься нижче – безпосередньо відбивається на семантиці відповідних ФО, спричиняє її емоційно-негативне забарвлення. Дві інші групи означень – з позитивною та нейтральною оцінною конотацією – виявились чисельно однаковими і нараховують по 36 лексем. По-друге, не існує домінуючого впливу оцінних конотативних сем означальних слів на їхню сполучуваність лише з певними іменниками, що ілюструють і найчастотніші прикметники *toll* та *dumm*, спільними компонентами яких в процесах фразотворення стали іменники *Huhn, Hund, Knopf*.

Формально-статистичний аналіз – це, звичайно, лише підготовчий крок, який, однак, дозволив встановити перші значущі закономірності номінації характеристик людини німецькомовними фразеологізмами, що мають структурну будову «означення + іменник», та утворює підґрунтя для подальшого проникнення в глибину досліджуваної проблематики шляхом вивчення та висвітлення *специфіки семантики* цих ФО.

Фразеографічні тлумачення свідчать про те, що досліджувані фразеологізми за своїм *денотативно-сигніфікативним* змістом реалізують близько 130 різних значень, що може розглядатись як показник всебічного й надзвичайно детального охоплення/відображення людських якостей та рис у виокремленій складовій німецької фразеології та в цілому в німецькій розмовній мові.

Звернення до *конотативного* сегменту фразеологічного значення розширює та диференціює загальну картину за щонайменше трьома семантичними відтінками – йдеться про негативну, позитивну та нейтральну оцінку конотацію при позначенні людських характеристик фразотворчим способом.

Позитивне емоційне наповнення притаманне понад 40 фразеологічним значенням. Беззаперечним лідером тут є значення ‘nettes Mädchen’ (‘мила/симпатична дівчина’) з подальшими позитивними розширеннями на кшталт ‘hübsches’, ‘reizendes’, ‘anziehendes’ тощо: *süßes Aas* [2, с. 1], *dufte Haut* [2, с. 333] чи *flotter Käfer* [2, с. 386]. Цей семантичний ряд утворюють 16 (!) фразеологізмів. Далі в порядку зменшення частотності слідує значення ‘lustiger Mensch’ (‘весела людина’ – 6 ФО): *fideles Huhn* [2, с. 363]; ‘Spaßmacher’ (‘жартівник/веселун’ – 5 ФО): *verrücktes Luder* [2, с. 506]; ‘bedauernswerter Mensch’ (‘людина, гідна жалю’ – 5 ФО): *armer Knopf* [2, с. 438]; ‘leichtlebiger Mensch’ (‘безтурботна людина’ – 4 ФО): *leichter Vogel* [2, с. 892]; тричі зафіксовані значення ‘gutgekleideter Mensch’ (‘добре одягнена людина’), ‘geschickter Mensch’ (‘вправна людина’), ‘gutmütiger Mensch’ (‘добродушна людина’), ‘kluger Mensch’ (‘розумна людина’), ‘Draufgänger’ (‘сміливець’) та ‘verwegener Mensch’ (‘відважна людина’).

Серед 24 умовно оцінно-нейтральних фразеологічних значень (їхня конкретна оцінна конотація визначається контекстом) двічі зустрічається лише ‘alter Mann’ (‘старий чоловік’): *alter Knopf* [2, с. 438] та *abgebröckelter Gartenzwerg* [2, с. 271], інші залишаються єдиними (унікальними) позначеннями певних рис. Це, зокрема, ‘junger Schauspieler’ (‘молодий актор’): *junger Hund* [2, с. 366], ‘großwüchsiger Mensch’ (‘висока людина’): *langes Luder* [2, с. 506], ‘kleinwüchsiger Mensch’ (‘людина низького зросту’): *kleiner Knopf* [2, с. 438].

Оскільки, як зауважено вище, оцінно-негативні конотативні семи базових означальних лексем накладають безпосередній відбиток на семантику відповідної ФО, то більшість аналізованих фразеологізмів матеріалізують значення з негативним конотативним забарвленням – встановлено близько 65 таких різних за денотативно-сигніфікативним ядром значень. На першому місці в цій групі ФО з негативним емоційно-оцінним компонентом знаходиться значення ‘dummer Mensch’ (‘дурень’), притаманне 15 фразеологізмам: *dummes Aas* [2, с. 1], *blödes Huhn* [2, с. 363] чи *dummes Luder* [2, с. 505]. Якщо при цьому згадати ще й 4 фразеологізми зі схожою семантикою ‘dummlicher Mensch’ (‘дурнувата людина’), то домінування саме цієї характеристики людини стає очевидним. Дещо менш частотною є номінація ненадійних, не гідних довіри людей (‘unzuverlässiger / vertrauensunwürdiger Mensch’), яка здійснена утворенням 14 ФО: *schlechte Haut* [2, с. 333], *falscher Hund* [2, с. 365] або *krummer Vogel* [2, с. 892]. Інші значення мають помітно нижчу частотність: ‘schwungloser/energieloser Mensch’ (‘неенергійна людина / людина без ентузіазму’ – *trockener Fisch* [2, с. 237]) та ‘Verbrecher’ (‘злочинець’ – *fetter Fisch* [2, с. 237]) закріпились за вісьмома фразеологізмами, ‘niederträchtiger Mensch’ (‘підла/мерзотна людина’ – *elender Hund* [2, с. 365]) – це семантика сімох ФО, ‘unsympathischer Mensch’ (‘несимпатична людина’ – *mieser Knopf* [2, с. 438]) зустрічається у шести випадках, а ‘listiger Mensch’ (‘лукава людина’ – *linker Vogel* [2, с. 892]) зафіксовано п’ять разів. Ще 7 різних, але з негативним оцінним відтінком значень мають по чотири фіксації у фразеологічних формах, інші 37 значень пов’язані з двома та – у більшості випадків – лише з одним фразеологізмом.

Отже, семантика німецькомовних ФО, утворених за конструкцією «означальне слово + іменник», засвідчує прискіпливий погляд носіїв німецької мови до рис та якостей своїх співгромадян, їхнє прагнення оригінально й неповторно, з опорою на все нові образи відтворити весь спектр людських характеристик. При цьому помітно *переважає* висловлення (різко) *негативної експресивно-емоційної оцінки* з домінуванням значень ‘дурість’ та ‘ненадійність’.

Серед фразеологізмів з позитивною конотацією найбільшу групу утворюють ті, які описують привабливість молодих дівчат, далі слідує ФО, що позначають людей з почуттям гумору.

Той факт, що людина була і залишається постійним об'єктом номінації в комунікативних актах, спричинює не тільки появу все нових фразеологічних зворотів, але й *семантичну еволюцію* тих, які виникли у більш ранні часи, обумовлюючи формування їхніх нових значень. Наприклад, ФО *feiner Hund* увійшла у вжиток у 1900 р. із семантикою 'gutgekleideter Mann' ('добре одягнений чоловік') [2, с. 365], а вже 20 років пізніше отримала два нові денотативно-сигніфікативні значення, одне з яких з протилежною (негативною) оцінною конотацією: 'charaktervoller Mann' ('чоловік з твердим характером') та 'niederträchtiger Mann' ('підлий/мерзотний чоловік') [2, с. 366]. Можна констатувати навіть існування певних періодів, в які ті чи інші фразеологізми набували в усному мовленні особливої популярності, що призводило до розвитку їхньої багатозначності. Так, у 20-х роках минулого століття особливого поширення набули ФО з компонентом *Fisch* для позначення представників кримінальних кіл: *dicker Fisch*, *fetter Fisch*, *großer Fisch* (усі зі значенням 'Schwerverbrecher' – 'небезпечний злочинець') та *kleiner Fisch* ('Mensch, der eine geringe Straftat begeht' – 'людина, що вчинила нетяжкий злочин'), які на початку 50-х років стали двозначними і почали паралельно співвідноситись із зовсім іншими денотатами: відповідно 'Wohlhabender' ('заможна людина'), 'großer Könnner' ('великий умілець'), 'Prominenter' ('видатний чоловік') та 'Normalverbraucher' 'середній споживач' [2, с. 237].

Наведені приклади засвідчують непередбачуваність історично-мовленнєвого розвитку аналізованих фразеологізмів, що відображається не тільки в закріпленні за певними ФО абсолютно нового денотативно-сигніфікативного значення, але й протилежної оцінної конотації, в результаті чого та сама ФО може мати як позитивне, так і негативне емоційне забарвлення. Як свідчать фразеографічні дані, понад 40 сполук з досліджуваного масиву фразеологізмів мають 2 і більше значень, що дозволяє розглядати *полісемію* як суттєву тенденцію еволюції цих ФО.

Фразеологічне значення – це продукт повного чи часткового *переосмислення* компонентів фразеологізму, тобто воно впливає із специфіки компонентного наповнення ФО. Оскільки жоден з іменників, що входить до складу виокремленої групи фразеологічних сполук, за своєю прямою (первісною) семантикою не служить для позначення денотату «людина», то зрозуміло, що у всіх 211 аналізованих фразеологізмах значення іменника переосмислене. Більш прискіпливий погляд на переосмислений іменниковий компонент дає підстави висловити певні міркування щодо фразеологічної (мовної) картини світу німецькомовного етносу:

а) лексеми *Aas*, *Fisch*, *Huhn*, *Hund*, *Katze*, *Knopf*, *Koffer*, *Luder*, *Vogel* в процесах фразотворчого комбінування з означальними словами зазнають переосмислення з посиланням на різних денотатів (чоловіки, жінки, дівчата, представники деяких професій) та перевагою негативної оцінної конотації;

б) наслідком фразотворчого переосмислення іменників *Haut* та *Kopf* є також різноманітність денотатів, але з більшою кількістю випадків позитивного емоційного забарвлення;

в) усі фразеологізми з компонентом *Gans* позначають осіб жіночої статі і мають чітке негативне значення, як правило, 'dumm' ('дурна');

г) виключно негативну семантику матеріалізують і всі ФО, до складу яких входить слово *Gartenzweig*, але їхнім денотатом є особи чоловічої статі;

д) *Fisch* у (мовній) свідомості тих, хто як рідною розмовляє німецькою мовою, часто співвідноситься в переносному сенсі з людиною-злочинцем, про що свідчать чотири з семи фразеологізмів із цим лексичним елементом;

е) усі дев'ять фразеологічних виразів із компонентом *Käfer* передають багатогранні позитивні характеристики молодих дівчат.

Таким чином, фразеологічна трансформація первинної семантики іменників для позначення людей та їхніх рис у більшості випадків не має шаблонного характеру і призводить до номінації представників обох статей та різного роду занять. Однак, переосмислення кількох іменникових компонентів (*Gans*, *Gartenzweig*, *Käfer*, *Fisch*) є «традиційно унормованим» з усталеним денотативно-конотативним результатом.

На відміну від іменникової складової означальні компоненти можуть як повністю переосмислюватись, так і зберігати «сміслову співвіднесеність із співзвучними словами вільного вжитку» [1, с. 1] і тим самим визначати денотативні та конотативні семи значення фразеологізму. Цю констатацію переконливо підтверджують дев'ять ФО з іменниковим компонентом *Knopf*. Його комбінації з прикметниками *alt*, *dumm*, *grob*, *klein*, *reich* призвели до виникнення

фразеологізмів, семантика яких обумовлена саме первинними значеннями вказаних лексем – відповідно ‘alter Mann’ (‘старий чоловік’), ‘dummer Mann’ (‘дурний чоловік’), ‘grober Mensch’ (‘груба людина’), ‘Kleinwüchsiger’ (‘людина низького зросту’), ‘Wohlhabender’ (‘заможна людина’) [1, с. 438]. З іншого ж боку, чотирьом фразеологічним сполукам *Knopf* із прикметниковими компонентами *arm*, *mies*, *toll* та *trocken* притаманне цілісне значення, тобто таке, що базується на переосмисленні усього компонентного складу – відповідно ‘bedauernswerter Mann’ (‘людина, гідна жалю’), ‘unsympathischer, nicht vertrauenswürdiger Mann’ (‘несимпатичний, не гідний довіри чоловік’), ‘lebenslustiger Mann’ (‘життєрадісний чоловік’) та ‘humorloser, langweiliger Mann’ (‘чоловік без почуття гумору / нудний чоловік’) [1, с. 438].

Підсумовуючи, можна зазначити, що фразотворення за схемою «означальне слово + іменник» – це один із продуктивних проявів динамізму німецької мови та її комунікативної функції, що – серед іншого – активно використовується і для номінації людини та її численних якостей і занять. Іншими словами, людина та її характер – це одна з головних «культурних тем», які складають змістовне наповнення німецькомовної картини світу та висвітлюють особливості національно-культурного світобачення носіями німецької мови. З опорою на аналіз виокремленого масиву фразеологізмів цю мовно-ментальну специфіку можна передати такими твердженнями:

- для асоційованого позначення людини шляхом фразотворення німецькомовний колектив звертається до численних лексем, що є назвами тварин, пташок та предметів побуту, віддаючи помітну перевагу іменнику *Hund*, за яким слідує *Vogel*, *Aas*, *Luder* та *Huhn*;

- в мовній фразеологічній картині німецького етносу людина представлена усім широким спектром її рис та якостей з перевагою негативних характеристик, серед яких найчастотніший критиці піддаються її дурість та ненадійність; головними аспектами позитивної оцінки є багатогранність привабливих рис молодих дівчат та почуття гумору;

- переважна кількість іменників як складових ФО може асоціюватись з особами обох статей та комбінувати з означальними компонентами, первинна семантика яких має як позитивне, так і негативне конотативне забарвлення; і лише декілька іменників (*Gans*, *Gartenzwerg*, *Fisch*, *Käfer*) мають в актах фразотворчого переосмислення усталену денотативно-конотативну «прив’язку».

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Білоноженко В. М. Про особливості фразеологічного значення / В. М. Білоноженко. – Режим доступу : <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine21-15.pdf>.
2. Küpper H. Pons-Wörterbuch der deutschen Umgangssprache / Heinz Küpper. – 1. Aufl., 5. Nachd. – Stuttgart, Dresden: Klett, Verlag für Wissen und Bildung, 1993. – 959 S.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Михайло Гавриш – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри німецької мови Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Наукові інтереси: фразеологія німецької мови, методичні аспекти іноземномовної підготовки сучасних фахівців, міжкультурна комунікація та міжкультурна компетенція.

УДК 811.111'161.2–115

НАЗВИ SHAME / СОРОМУ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Наталія ГРИГОРЕНКО (Кіровоград, Україна)

У центрі уваги пропонованої статті знаходиться семантика одиниць, які вживаються для позначення почуття сорому в англійській та українській мовах. Проаналізовано специфіку відношень між елементами синонімічних рядів цієї емоційної модальності в обох мовах.

Ключові слова: емотив-номінатив, синонімічний ряд, семантичне мікрополе, структура значення, сема.

The paper suggests the investigation of the semantic aspect of the English and Ukrainian nominative emotive units denoting such a feeling as shame. The peculiarities of their connections, that is the synonymous relations, are analyzed and pointed out.

Key words: nominative emotive units, synonymy, semantic microfield, the structure of meaning, seme.

Дослідження семантичного простору англійських та українських назв емоційних явищ [4] виявило цікаву особливість синонімічного ряду назв сорому в обох мовах: у лексикографічних джерелах в одне лексико-семантичне угруповання об'єднано одиниці на позначення різних