



УДК 811.112.2
ББК 81.432.4

Гайдукова Тамара Михайловна

кандидат филологических наук,

доцент

кафедра немецкого языка

Национальный исследовательский университет

“Высшая школа экономики”

Москва

Gaydukova Tamara Mikhailovna

Candidate of Philology,

Assistant Professor

Chair of the German Language

National Research University

“Higher School of Economics”

Moscow

**Фразеологизмы с цветовым компонентом как средство
характеристики человека в немецком языке
Phraseological Units with Colour Constituents
As a Means of Characterizing a Person in German**

В статье изучается семантика цветообозначений и ее отражение во фразеологии немецкого языка при характеристике человека. Фразеологизмы с цветовым компонентом в антропоцентрической сфере рассматриваются с точки зрения дескриптивных и нормативных стилистических понятий.

The article deals with revealing semantics of colour names and its reflection in phraseology of the German language. Phraseological units with colour constituents in anthropocentric sphere are considered from the position of descriptive and normative stylistic notions.

Ключевые слова: фразеология, цветообозначения, антропоцентризм, немецкий язык

Key words: phraseology, colour names, anthropocentrism, German.

Фразеологию называют величайшей сокровищницей и непреходящей ценностью любого языка, поскольку в ней отражаются история и многовековой опыт трудовой и духовной деятельности народа, его религиозные воззрения и верования, нравственные ценности. Мир чувств, образов, оценок запечатлены во фразеологии, которая связана с культурой речепроизводства самым непосредственным образом. Являясь неистощимым источником познания языка как развивающейся и изменяющейся системы, фразеология включает в себе и современные языковые образования, слова, формы, конструкции.

Фразеологические единицы являются очень яркой, самобытной формой регистрации национального опыта носителей языка, красочным отражением экстралингвистической действительности. Фразеологизмы, содержащие в своем составе цветные наименования и представляющие образ человека в языковой картине мира немецкого народа, в свою очередь, представляют собой, несомненно, наиболее экспрессивные элементы фразеологического фонда языка, в чем и состоит актуальность данного исследования. Исходя из того, что фразеологизмы являются экспонентами культурных знаков, изображенный с их помощью образ человека будет являться истинным, значимым для немецкой культурной традиции. Фразеологизмы характеризуют определенные черты человеческой внешности, стиля, поведения, интеллекта, моральные качества.

Термин “фразеология” является многозначным. В широком плане он обозначает совокупность всех видов устойчивых сочетаний слов того или иного языка. В более узком смысле этот термин употребляется для обозначения лишь таких устойчивых соединений слов, которые характеризуются определенной экспрессивностью и эмоциональностью, имеют оценочный характер. Это двунаправленное понимание фразеологии отражено в стилистической классификации Э. Г. Ризель [17] и М. П. Брандес [4], которые различают следующие группы фразеологических единиц:

1) функционально дифференцируемые фразеологические сочетания, не обладающие семантико-экспрессивной стилистической окраской;

2) фразеологические сочетания с различной семантико-экспрессивной стилистической окраской – устойчивые словосочетания экспрессивной фразеологии, то есть собственно фразеология.

Поскольку входящие в состав фразеологизмов антропоцентрической сферы цветообозначения немецкого языка употребляются не только в буквальном, но и в их фигуральном значении, они отличаются, как правило, высокой степенью экспрессивности и как средства стилистической выразительности несут в себе модус положительной или отрицательной оценки. В данном исследовании будет рассмотрена только вторая группа фразеологизмов из указанной класси-



фикации. К этой группе устойчивых экспрессивно-эмоциональных фразеологизмов относятся:

- выражающие целостное понятие сочетания, чей эквивалент образует слово (идиомы, парные фразеологизмы);
- обозначающие законченную мысль, заключенную в форме предложения, сочетания (пословицы, крылатые слова и выражения, афоризмы, сентенции, лозунги);
- занимающие промежуточную позицию между двумя первыми типами сочетания (устойчивые сравнения).

Данная классификация во многом соответствует классификации профессора немецкого университета в Эрлангене Ф. Зейлера [18, с. 53], который исходит из семантических, структурных и функциональных признаков и различает следующие группы фразеологии:

- пословицы (Sprichwörter);
- афоризмы, сентенции (Aphorismen, Sentenzen);
- поговорки (sprichwörtliche Redensarten);
- парные словосочетания (sprichwörtliche Formeln);
- крылатые слова (geflügelte Worte).

Характерным для этой классификации является то, что она не включает в себя фразеологические единицы, обладающие нейтральной степенью выразительности, а систематизирует словосочетания, которые характеризуются такими признаками, как экспрессивность, эмоциональность, оценочный характер. Обладая различной структурой, названные типы фразеологизмов выполняют одинаковую стилистическую функцию: создание высокой степени наглядности и эмоциональности. Эта группа располагает многообразием оттенков различной степени выразительности. Такие сочетания могут быть литературными, с легкой степенью фамильярности, с грубой стилистической окраской. Они могут быть шутливыми, сатирическими, патетическими. Этот тип фразеологизмов употребляется в разговорно-бытовой речи, в языке художественной и публицистической литературы.

При анализе указанных групп в работе используется методика стилистического анализа фразеологизмов, разработанная профессором германской лингвистики и языковой дидактики Рюдигером Вайнгартеном [20], работающим в университете города Билефельда на факультете лингвистики и литературоведения. В сферу его научных интересов входят морфологический, семантический и стилистический анализ фразеологизмов.

Р. Вайнгартен выделяет две основные группы стилистических понятий: дескриптивные (описательные) и нормативные.

1. Дескриптивные стилистические понятия предполагают, что стилистические свойства становятся коммуникативно значимыми, указывая на социальную принадлежность говорящего. Иначе говоря, речь идет о социально-вертикальной маркировке, исходящей из того, что в обществе есть “верх” и “низ” и связанные с ними языковые формы. Поэтому различают:

- высокий (торжественный) стиль (Antlitz);
- нейтральный языковой стиль (Gesicht);
- разговорный, фамильярно-разговорный и грубый стили (Fratze, Fresse).

2. Нормативные стилистические понятия исходят из того, что наряду с социальной маркировкой языковых высказываний посредством стилистических маркировок можно выделить также экспрессивные, или эмоционально-оценочные высказывания:

- позитивные/негативные;
- агрессивные;
- иронические;
- сдержанные;
- нейтральные и т.д.

Таким образом, при стилистическом анализе фразеологизмов следует учитывать социальную и эмоционально-оценочную маркировки.

В центре внимания при описании образа человека стоят идиомы. Это легко воспринимаемые субстантивные, адъективные и глагольные устойчивые



словосочетания, обозначающие единое понятие. Основная их масса обладает разговорной окраской, но насчитывается некоторое число идиом и с грубым значением. Идиома считается грубой в том случае, если один из ее лексических компонентов является компонентом с грубой окраской, например: *schwarzes Schaf* “паршивая овца”, *graue Maus* “серая мышь”, *Grünhorn* “молокосос, человек, не имеющий жизненного опыта, но считающий, что он разбирается во всем лучше всех”, *Kupferhexe* “рыжая ведьма”.

1. Субстантивные идиомы имеют один общий компонент – существительное, который в сочетании с семантически трансформированными прилагательными, союзами, предлогами образует многочисленные фразеологизмы модели Adj + S (где Adj – цветное прилагательное, S – существительное). Все эти фразеологизмы используются для характеристики человека: его внешнего вида (*grüner Junge* “безусый юнец”, *der bleiche Tod* “бледный как старуха-смерть”, *graue Maus* “серая мышь, непривлекательная и незаметная личность”, *blauer Anton* “синяя роба у монтеров”), происхождения (*blaues Blut* “голубая (дворянская) кровь”), положения или статуса (*der schwarze Peter* “козел отпущения, без вины виноватый”, *das schwarze Schaf* “паршивая овца”, *der weiße Rabe* “белая ворона”), поведения (*grüner Junge* “неопытный человек”, *weiße Frauen* “привидения”, *schwarzer Humor* “черный юмор”), внутреннего мира (*schwarzes Herz* “злое сердце”, *schwarzer Zynismus* “бездушный цинизм”), чувств и мыслей (*der gelbe Neid* “неприкрытая, черная зависть”, *der blasse Neid* “черная зависть”, *die blasse Angst* “смертельный страх”, *die blasse Furcht* “заставляющий бледнеть страх”, *bleiches Entsetzen* “ужас, от которого стынет кровь в жилах”). Они соответствуют разговорному стилю и часто имеют ироническую маркировку, как, например, в следующем контексте:

Das ist eigentlich hochkomisch. Was Mahlmann Ihnen nämlich schenkte, war mit meinem Geld bezahlt. Er nahm mir ja alles ab, ich war noch ein ganz grüner Junge [13, с. 56].

Этот пример представляет собой случай смешанной эмоциональной оценки, заложенной в структуре фразеологизма. Достаточно часто в значении

идиомы сохраняется мотивация, и прямое значение единицы не несёт негативной коннотации. Так, выражение *ein grüner Junge* означает “зелёный (безусый) юнец” и в том, что он юн, молод, нет ничего отрицательного. Но молодость одновременно означает и неопытность, незрелость; это придает насмешливый оттенок и фразеологизм приобретает негативную коннотацию.

Во фразеологизмах зелёный выступает, прежде всего, как символ молодости, природы. Очень чётко это выражено во фразеологизме *bei Mutter Grün schlafen* “спать на лоне природы”. В этой же связи находится и шутивное название *die grüne Witwe* “зелёная вдова”. Так называют женщин, остающихся дома в зелёных пригородах, в то время как их мужья целые дни проводят на работе в городе, т.е. не бывают дома. Такие фразеологизмы являются средством выражения юмора, сатиры, иронии.

Немало среди субстантивных идиом единиц с негативной, или даже агрессивной окраской. Негативный компонент встречается, в первую очередь, во фразеологизмах, характеризующих испытываемые человеком чувства – злость, страх, зависть. Агрессивно окрашенные фразеологизмы нередко встречаются в политических речах и отмечены агитаторской маркировкой:

Die Wiener ‘Grünen’ haben gestern Freitag ein altes Homo-Märchen des homosexuellen Sexualforschers Alfred Kinsey aufgeköcht. Demnach würden zehn Prozent der Bevölkerung ein homosexuelles Verhalten zeigen... “Wir sind nicht die schwarzen Schafe...” [16]

Фразеологизм *das schwarze Schaf* имеет библейское происхождение, он обозначает человека, выделяющегося чем-либо негативным среди окружающих и нарушающего общую благопристойную картину. Это выражение относится к посланию 1 от Моисея (глава 30, стих 32): “Ich will heute durch alle deine Herden gehen und aussondern alle gefleckten und bunten Schafe und alle schwarzen Schafe und die bunten und gefleckten Ziegen...” [7].

Его синоним – *der weiße Rabe* означает “человек, выделяющийся своими странностями”. Это выражение принадлежит Ювеналу, римскому поэту-сатирику [I в.н.э.]. Выражения *der schwarze Schaf* и *der weiße Rabe* имеют оди-



наковое значение – “белая ворона, человек, не похожий на других”. Но фразеологизм *der weiße Rabe* имеет положительную коннотацию и указывает на человека оригинального, незаурядного. Выражение *das schwarze Schaf* воспринимается негативно и означает “человек, выделяющийся чем-то отрицательным”. Данная коннотация основана на старом поверье, что чёрная овца отмечается печатью тёмных сил.

Многие фразеологизмы объясняются историческими событиями, приписываются историческим личностям или обычаям. Выражение *graue Eminenz* “серый кардинал” (лицо, обладающее большим политическим влиянием, но остающееся в тени) было связано с именем капуцина П. Йозефа, ближайшего советника правителя Рихелиуса. Выражение *blaues Blut* “голубая кровь” появилось в XIX веке. Им пользовались, имея в виду представителей древнейшей аристократии (мотив: сквозь их тонкую кожу просвечивали кровеносные сосуды) [1, с. 115].

Sie hatte blaues Blut und die Gabe, in die Zukunft zu schauen [15, с. 24].

А. И. Смирницкий характеризует степень спаянности членов устойчивых атрибутивных словосочетаний следующим образом: “Атрибутивная связь по своей прочности, по силе “сцепления” между ведущим и зависимым словом приближается к связи лексического характера... Атрибутивный комплекс стоит на грани сложного слова” [2, с. 201]. Поскольку между устойчивыми словосочетаниями и сложными словами нет четкой границы, то среди фразеологизмов с цветовым компонентом нередко встречаются композиты, построенные по модели “цветовое прилагательное + существительное”. Существительное может обозначать часть тела человека (*Milchbart* “молокосос”, *Vlaubart* “синяя борода, женоубийца”), животное (*Rotfuchs* “хитрый лис”), часть тела животного (*Grünschnabel*, *Grünhorn* “молокосос”), растение (*Blauveilchen* “пьяница”), деталь одежды (*Blaustrumpf* “синий чулок, учёная женщина, мало интересующаяся своей одеждой”), мифический персонаж (*Kupferhexe* “рыжая ведьма”). Модель служит для номинации человека с помощью переосмысления одного или обоих компонентов композита. Все они имеют эмоционально-окрашенное нега-



Ich hob zwei große Steine auf und feuerte einen in die Meute. Inzwischen waren es fünf Köter, die uns angriffen. Ich hatte Julian erreicht, und wir standen Rücken gegen Rücken, bleich vor Wut und Angst, nicht mehr imstande, Steine aufzulesen [14, с. 40].

Все фразеологизмы этой группы содержат негативную оценочную маркировку и характерны для разговорного стиля.

3. Глагольные фразеологизмы, толкуемые посредством глагольно-именных словосочетаний, представлены следующими типичными синтаксическими моделями:

V (цветовой глагол): j-n anschwärzen “пытаться очернить кого-то, повредить чьей-либо репутации, высказываясь о человеке негативно”;

Adj + V (прилагательное + глагол): rot sehen “прийти в ярость, выйти из себя, свирепеть”, etwas schwarz schildern/sehen “изображать/видеть что-либо в мрачном свете, быть настроенным пессимистически”, j-n schwarz ärgern “страшно рассердить, довести до иступления”, schwarz sein “быть набожным, правоверным”, blau anlaufen “посинеть (например, от холода)”, blau sein “быть совершенно пьяным”, gelb/grün (um den Schnabel) sein / noch grün (hinter den Ohren) sein “быть незрелым, неопытным, желторотый юнец, молоко на губах не обсохло”, j-m grün sein “относиться с симпатией к кому-либо”, j-m nicht grün sein “не благоволить к кому-либо, недолгобловать кого-либо”, rot werden/anlaufen/anschwellen “покраснеть”;

Adj + S + V (Substantiv mit Adjektiv + Verb) (прилагательное + существительное + глагол): roten Kopf bekommen “покраснеть, залиться краской”, weiße Mäuse sehen “напиться до чертиков, галлюцинировать”, blaues Auge davon tragen “уйти с подбитым глазом”, ein blaues Auge kassieren “схлопотать себе синяк под глазом”;

Präp + S + V (Präpositionalgruppe + Verb) (предлог + существительное + глагол): mit einem blauen Auge davonkommen “дешево, легко отделаться, отделаться легким испугом”, in rosiger Laune sein “быть в радужном настроении”.

Среди всех идиом глагольного ряда *in rosiger Laune sein* и *j-m grün sein* – единственные фразеологизмы с положительной эмоционально-оценочной маркировкой. Здесь розовый цвет – символ безоблачности и оптимизма, зеленый как основной природный цвет выступает в качестве символа надежды и вечной жизни, вызывает позитивный настрой.

Другие глагольные фразеологизмы относятся к идиомам с отрицательными коннотациями и типичны для разговорного, или даже фамильярного, стиля общения, как, например, прилагательное *blau*:

“Gebt ihr mir Revanche mit Kognak?” fragte Braumüller... “Keine Chance für Sie, Herr Braumüller”, erklärte Alfons als Sachverständiger. “Habe Köster noch nie blau gesehen” [15, с. 127].

Этот фразеологизм возник как отпечаток национальной истории и реальности. В немецком языке существует разговорное выражение *blauen Montag machen* “прогулять день, не выйти на работу”. Первоначально словом *der Blaumontag* назывался (да и сегодня называется) последний день карнавала. Этот день по традиции нерабочий. Цветообозначение *blau* в составе этого слова объясняется тем, что в последующие за праздником дни поста церкви украшают голубым сукном. Поскольку горожане проводили день накануне поста в особом веселье и пьянстве, слово *blau* стало означать “пьяный, подвыпивший” (*blau wie ein Veilchen* – пьяный в стельку).

Еще более отрицательную окраску имеют немецкие выражения *blau tragen* и *es ist nur eine Blaue* “падшая женщина”, связанные с одним обычаем: падшим девушкам не разрешалось носить белые фартуки, а на время религиозных праздников они должны были надевать синие фартуки.

Негативные коннотации характерны для идиом с цветообозначением *rot*, для которых типична ярко выраженная агрессивная окраска, поскольку красный – цвет разрушительной силы, слепой страсти, необузданных эмоций:

Wenn Sie bei einer Neurotikerin rot sehen, kann es gut sein, dass es Ihnen nie erlaubt war, richtig bockig und anstrengend zu sein, oder Sie es sich zumindest im Erwachsenenalter total abgewöhnt haben [5, с. 64].



Данный фразеологизм соответствует разговорному стилю и содержит в себе эмоционально-оценочную маркировку агрессии. Использование данного фразеологизма свидетельствует о том, что человек представляется автору статьи как животное, которое при виде красного свирепеет как бык. Эта идиома могла бы быть заменена парафразой с нейтральной стилистической маркировкой “Wenn Sie bei einer Neurotikerin wütend sind, ...”.

Делая выводы из вышесказанного, нужно подчеркнуть, что стилистическая ценность идиоматических выражений состоит в том, что они придают высказыванию красочность, образность, эмоциональность.

Значительно реже, чем идиомы, встречаются парные фразеологизмы с цветовым компонентом. Модель (Pron/S) + Adj + Konj + Adj + V (прилагательное + союз + прилагательное + глагол) может быть представлена следующими примерами: *gelb und grün werden* “прийти в ярость”, *grün und blau (vor Ärger) werden* “взбеситься”, *sich grün und gelb ärgern / schwarz und blau ärgern* “лопать-ся от злости, быть вне себя”, *j-n blau und grün ärgern* “злить, бесить, распалаять кого-либо”, *j-n grün und gelb schlagen / j-n blau und grün schlagen* “отдубасить, отколошматить кого-либо”, *braun und blau hauen* “избить до синяков”, *alt und grau werden* “постареть и поседеть”, *j-m grün und blau vor den Augen werden* “сделаться кому-то тошно, стошнить кого-то”, *blass und bleich werden* “побледнеть”.

Как видно из примеров, в основном они выражают понятие тавтологически. В таких фразеологизмах в пары объединены цветообозначения так, как они сочетаются в природе. Цветообозначения дополняют здесь глаголы, уже обозначающие отрицательные эмоции и действия. Цветовые прилагательные как две тематически родственные лексемы выполняют в этом случае усилительную (экспрессивную) функцию, агрессивный настрой возрастает в два раза:

Nach dem Waldstück kommen ein paar Felder und danach die Brücke. Wenn mich da einer verfolgt und auf der Brücke einholt, bin ich geliefert. Zuerst haut der mich grün und blau, nachher schmeißt er mich in den Fluß [12, с. 115].

Устойчивые сравнения играют роль передачи дополнительной информации по сравнению с той, которая передана первым компонентом таких выражений – цветовым прилагательным, взятым отдельно. Второй компонент – объект сравнения – показывает степень признака, выраженного первым компонентом, и имеет усилительную функцию. Устойчивые сравнения относятся к группе фразеологизмов с ярко выраженным оценочным значением, которое может быть как отрицательным (schwarz wie die Nacht/wie die Sünde, wie der Teufel, weiß wie Wachs/wie Kalk/wie Gips, bleich wie Lehm, rot wie ein Krebs/wie eine Tomate/wie ein Zinshahn, blau wie ein Veilchen), так и положительным (weiß wie Schnee, rot wie Blut, rot wie Apfelblüte, blond wie ein Apfel, schwarz wie das Holz, schwarz wie ein Rabenflügel).

На характер оценки во многом влияет семантика первого компонента, но решающая роль часто принадлежит значению второго компонента. Сравним: weiß wie Schnee – красивый, свежий, молодой (положительная оценка), weiß wie Wachs – болезненный, бледный (отрицательная оценка).

В некоторых случаях оценочный компонент устойчивого сравнения зависит от того, употребляется ли цветное прилагательное в своем буквальном значении (например, черные волосы считаются красивыми и вызывают восхищение) или в фигуральном (черная злая душа):

... ein Kind so weiß wie Schnee, so rot wie Blut und so schwarz wie das Holz [10, с. 230];

Als sie Stiefmutter mit ihrer Tochter nach Hause kam und sah, dass sie beide kohlschwarz und häßlich waren, ... so stieg die Bosheit in ihren Herzen noch höher... sie sollten schwarz werden wie die Sünde [10, с. 559].

Устойчивым сравнениям свойственна гиперболизация, преувеличение качества с целью придания ему большей выразительности. Цвет и сопутствующие ему коннотации могут быть выражены настолько ярко, что цветное прилагательное может опускаться: das Gesicht wie Milch und Blut, Haare wie Gold.

Нередко цветоименования являются частью фразеологических выражений, представленных в виде обозначающих законченную мысль предложений –



пословиц, крылатых слов, сентенций. Они отражают мудрость, опыт, суеверия народа относительно взаимосвязи внешних качеств человека с его внутренним миром. Так, например, рыжеволосые люди имеют недобрую репутацию и изображаются подлыми, хитрыми, опасными (Schwarzes Haar und roter Bart, Zeichen einer bösen Art [9, с. 209]; Rotbart nie gut ward [9, с. 198]); блондин – глупый, седовласый человек считается, с одной стороны, мудрым (Grauem Haar steht Weisheit wohl ; Graue Köpfe und blonde Gedanken passen nicht zusammen [3, с. 118];), с другой стороны, речь идет о том, что внешний вид не всегда оправдывает связанные с ним ожидания (Alter macht zwar immer weiß, aber nicht immer weise; Weißem Kopf mangelt oft Gehirn [9, с. 41]); седые волосы свидетельствуют о множестве пережитых человеком бед (Sorgen und Jahre machen graue Haare), румяные щеки – признак здоровья и жизненной силы (Heute rot, morgen tot; Salz und Brot macht Backen rot, ein paar Butterbrote mache sie noch röter [9, с. 61]); красный нос – признак выпивающего человека (Auch weißer Wein macht eine rote Nase [3, с. 211]); плохие поступки всегда оставляют темный след на репутации человека (Verleumdung ist der Kohle gleich: sie sengt und schwärzet uns zugleich [9, с. 240]; Wer andere anschwärzt, ist darum nicht weiß [3, с. 667]).

Некоторые сентенции имеют вид наставлений или молитв:

Grauhaarigen Redner verhöhne nicht: Oft ist gut, was Greise sprechen, aus welcher Haut kommt oft guter Rat [11, с. 523];

Behüte uns Gott vor einem Kahlkopf, einem Schielauge, einem Rotbart und einer Krummnase [9, с. 134].

Библия явилась источником многих фразеологизмов и изречений. Сентенции “Einen Mohren kann man nicht weiß waschen” и “Mohren werden nimmer weiß” [9, с. 175] (Хоть реку воды на эфиопа лей, не будет он белей) являются преобразованными строками Библии: “Kann etwa ein Mohr seine Haut wandeln ode rein Panther seine Flecken?” (Jeremia 13, 23) [7]. Фигуральный смысл этих пословиц отражает извечное противоборство зла и добра, символизируемых цветообозначениями schwarz и weiß, и продолжающийся в современном

идиоматическом выражении *sich weiß waschen wollen* “пытаться оправдать себя”.

Обзор всего анализируемого материала позволяет сделать вывод, что в немецком языке фразеологизмов с отрицательным приобретённым опытом в несколько раз больше, чем с положительным. Некоторые цветообозначения, например, *gelb* и *schwarz* практически не создают фразеологизмов с позитивной коннотацией. К тому же, чёрный цвет является самым популярным и продуктивным для образования фразеологизмов. Негативный, злобный, роковой – главная символическая функция фразеологизмов, содержащих в своём составе компонент *schwarz*. Негативная функция фразеологизмов с компонентом *schwarz* проявляется в широком спектре, простирающемся от несчастья, опасности и подлости до пессимизма и незаконности. Сопоставляя значения ряда фразеологизмов, включающих слово *schwarz*, можно сгруппировать их следующим образом:

- выражения, в которых *schwarz* передаёт физиологическую картину (*bis j-d schwarz wird* “до потери сознания (например, ждать)”, *j-m wird es schwarz vor den Augen* “в глазах потемнело”, *sich schwarz ärgern* “доводить себя до иступления”);

- фразеологизмы, где *schwarz* выражает дурной характер (*eine schwarze Seele haben* “быть злым, иметь плохой характер”, *j-m nicht das Schwarze unter dem Nagel gönnen* “жалеть даже безделицы для кого-либо”);

- выражения, где *schwarz* указывает на клевету или подозрение (*j-n anschwärzen* “пытаться оклеветать, очернить кого-либо”, *die schwarze Liste* “чёрный список, список подозрительных личностей”);

- выражения, отражающие пессимистическое отношение к жизни (*etw. schwarz in schwarz malen* “представлять что-либо в мрачном свете”, *schwarze Gedanken haben* “мрачные мысли”).

Чёрный цвет образует непосредственный контраст с белым цветом. Оба цвета составляют полярность типа “светлый и тёмный”, “добрый и злой”, “жизнь и смерть”. Этому существует множество подтверждений. Например,



следующие выражения обозначают два прямо противоположных понятия и несут в себе соответственно отрицательную и положительную коннотации:

j-n schwarz machen “запятнать чью-либо репутацию, очернить кого-либо”		j-n weiß waschen wollen “оправдать, обелить кого-либо”
---	--	--

Бывают случаи, когда чёрный и белый цвета находятся в составе одного фразеологизма, и тогда контраст между ними ещё очевиднее: aus schwarz weiß und aus weiß schwarz machen “называть чёрное белым и белое чёрным”.

Розовый цвет, несущий в себе только положительные коннотации, также может быть противопоставлен чёрному:

alles in schwärzesten Farben schildern “изображать всё в самых мрачных красках”		alles in rosigen Farben schildern/malen “изображать всё в розовом свете”
---	--	--

Серый цвет состоит из смешения чёрного и белого. Выражения, содержащие эпитет grau, примыкают к значениям чёрного цвета: etw. schwarz in schwarz sehen “видеть что-либо в чёрном свете” – etw. grau in grau sehen “видеть что-либо в мрачном свете”

Символически серый указывает на безысходность, тоску, безрадостность, непривлекательность. Серый цвет, как и чёрный, может означать что-либо незаконное. Это подтверждает следующий пример: Bei Nacht sind alle Katzen grau (Ночью все кошки серы). Ночью очень трудно распознать что-либо. Поэтому можно совершить что-либо запретное и остаться безнаказанным, ведь никто не заметит преступления.

Жёлтый цвет, несущий в себе только отрицательные коннотации, в немецком языке является традиционным цветом зависти. Именно это значение подчёркивается во фразеологии немецкого языка:

Da erschrak die Königin und ward gelb und grün vor Neid [10, с. 231].

Множество примеров, приведённых выше, доказывает то, что в немецком языке фразеологизмов с отрицательным значением намного больше, чем с положительным. Ещё раз эту мысль подтверждает тот факт, что даже белый цвет

может образовывать фразеологизмы с отрицательной коннотацией: weiß wie eine Wand “очень бледный (признак нездоровья)”, der Weiße Tod “белая смерть”, j-m nicht das Weiße im Auge gönnen “завидовать кому-либо в каждой мелочи”, weiße Mäuse sehen “напиться до чертиков, галлюцинировать”.

Wenn du einen Schneck behauchst, schrumpft er ins Gehäuse,

Wenn du ihn in Kognak tauchst, sieht er weiße Mäuse [8, с. 486].

Большое количество фразеологизмов с отрицательной коннотацией объясняется, на наш взгляд, следующим: фразеологизмы появились в речи людей для того, чтобы “в двух словах” передавать человеческие мысли, придавать объектаемую, яркую и звучную форму громоздким суждениям. Люди чаще всего пытаются в одних случаях облагородить, в других – подчеркнуть недостатки кого-либо или чего-либо, поэтому и появляются чаще фразеологизмы, выражающие негативный приобретенный опыт.

Для тех, кто интересуется историей и культурой немецкого народа, фразеология – одна из самых увлекательных и занимательных сфер языка. Фразеологические единицы способны не только выразить мысль более емко, но и передать отношение, оценку тех или иных качеств человека. По содержанию фразеологизмам антропоцентрической сферы присуща высокая степень выразительности. Их изучение освещает новые тенденции и особенности в развитии фразеологической системы на современном этапе. Возникновение фразеологизмов объясняется не только культурными и краеведческими условностями, но также затрагивает генетические, исторические и этимологические аспекты. Существенное влияние на образование фразеологизмов с наименованием цвета оказали мировая и национальная немецкая литература, история, библия и мифология. Цветообозначения антропоцентрической сферы отличаются особой спецификой, являясь составным компонентом фразеологизмов, они переосмысливаются и приобретают новые функции.

**Библиографический список**

1. Розен, Е. В. Немецкая лексика: история и современность [Текст] / Е. В. Розен. – М.: Март, 2000. – 121 с.
2. Смирницкий, А. И. Синтаксис английского языка [Текст] / А. И. Смирницкий. – М.: Издательство литературы на иностранном языке, 1957. – 285 с.
3. Beyer, H. Sprichwörterlexikon [Текст] / H. Beyer, A. Beyer. – Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1989. – 392 S.
4. Brandes, M. P. Stilistik der deutschen Sprache [Текст] / M. P. Brandes. – М.: Vysšaja škola, 1990. – 320 S.
5. Cosmopolitan [Текст]. – November, 2003. – № 1.
6. Der Spiegel: Krieg der Welten [Текст]. – 2001. – № 42.
7. Die Bibel [Текст] / Nach der Übersetzung Martin Luthers. – Stuttgart: Deutsche Bibelgesellschaft, 1985. – 906 S.
8. Die schönsten deutschen Gedichte [Текст] / Herausgegeben von Lukas Moritz. – Köln: Anaconda Verlag, 2010. – 672 S.
9. Graf, A. E. 6000 deutsche und russische Sprichwörter [Текст] / A. E. Graf. – Halle (Saale): VEB Max Niemeyer Verlag, 1960. – 297 S.
10. Grimm, Brüder. Kinder- und Hausmärchen [Текст] / Br. Grimm. – Berlin und Weimar: Aufbau-Verlag, 1964. – 787 S.
11. Harenberg Lexikon der Sprichwörter und Zitate (Mit 50000 Einträgen das umfassendste Werk in deutscher Sprache) [Текст]. – Dortmund: Harenberg Verlag, 2001. – 1600 S.
12. Lange, A. H. von. Ich habe einfach Glück [Текст] / A. H. Lange. – Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2003. – 247 S.
13. Mann, H. Der Untertan [Текст] / H. Mann. – Moskau: Verlag für fremdsprachige Literatur, 1950. – 380 S.
14. Müller, Ch. Die Verwandlung der Liebe [Текст] / Ch. Müller. – Berlin und Weimar: Aufbau-Verlag, 1990. – 256 S.
15. Remarque, E. M. Drei Kameraden [Текст] / E. M. Remarque. – Moskau: Verlag für fremdsprachige Literatur, 1960. – 445 S.
16. Rheinischer Merkur. Kreuzmeldungen. Aufgekocht [Электронный ресурс] / Режим доступа – URL.: <http://www.kreuz.net/article.1721.html> (дата обращения 20.08.2008).
17. Riesel, E. Der Stil der deutschen Alltagsrede [Текст] / E. Riesel. – М.: Vysšaja škola, 1964. – 314 S.
18. Seiler, F. Deutsche Sprichwörterkunde [Текст] / F. Seiler. – München: Beck, 1922. – 175 S.
19. Warum heiraten? Ein Lesebuch rund um die Ehe [Текст] / Herausgegeben von R. Venske. – München: Piper Verlag, 1999. – 192 S.
20. Weingarten, R. [Электронный ресурс] / Режим доступа – URL.: <http://www.rudiger.weingarten@unibilefeld.de> (дата обращения 10.03.2008)

Bibliography

1. Beyer, H. Lexicon of Proverbs [Text] / H. Beyer, A. Beyer. – Leipzig: VEB Bibliographical Institut, 1989. – 392 p.
2. Brandes, M. P. Stylistics of the German Language [Text] / M. P. Brandes. – M.: Higher School, 1990. – 320 p.
3. Cosmopolitan [Text]. – November. - 2003. – № 1.
4. Graf, A. E. 6000 German and Russian Proverbs [Text] / A. E. Graf. – Halle (Saale): VEB Max Niemeyer Publishing House, 1960. – 297 p.
5. Grimm, Brothers. Children and Family Tales [Text] / Br. Grimm. – Berlin und Weimar: Organizational Publishing House, 1964. – 787 p.
6. Harenberg Lexicon of Proverbs and Quotations (With 50000 Notes the Most Extensive Works in German) [Text]. – Dortmund: Harenberg Publishing House, 2001. – 1600 p.
7. Lange, A. H. I've Just Got a Good Luck [Text] / A. H. Lange. – Rowohlt Organizer Publishing House, 2003. – 247 p.
8. Mann, H. Loyal Subject [Text] / H. Mann. – M.: Publishing House of Foreign Literature, 1950. – 380 p.
9. Müller, Ch. Metamorphosis of Love [Text] / Ch. Müller. – Berlin und Weimar: Organizational Publishing House, 1990. – 256 p.
10. Remarque, E. M. Three Friends [Text] / E. M. Remarque. – M.: Publishing House of Foreign Literature, 1960. – 445 p.
11. Rhine Mercury. District Notification. Burning Issues [Electronic Resource]. - Access Mode: <http://www.kreuz.net/article.1721.html> (Application Date 20.08.2008).
12. Riesel, E. Style of the German Informal Language [Text] / E. Riesel. – M.: Higher School, 1964. – 314 p.
13. Rosen, E. V. German Vocabulary: History and Modern Times [Text] / E. V. Rosen. – M.: March, 200. – 121 p.
14. Seiler, F. Studies of German Proverbs [Text] / F. Seiler. – München: Beck, 1922. – 175 p.
15. Smirnitsky, A. I. Syntax of the English Language [Text] / A. I. Smirnitsky. – M.: Publishing House of Literature in Foreign Languages, 1957. – 285 p.
16. The Best of the German Poetry [Text] / Published by Lukas Moritz. – Köln: Anacanda Publishing House, 2010. – 672 p.
17. The Bible [Text] / In Translation by Martin Luther. – Stuttgart: German Biblical Society, 1985. – 906 p.
18. The Mirror: War of the Worlds [Text]. – 2001. – № 42.
19. Weingarten, R. [Electronic Resource]. - Access Mode: <http://www.rudiger.weingarten@unibilefeld.de> (Application Date 10.03.2008)
20. Why Do We Marry? Reading Book On Marriage [Text] / Published by R. Venske. – München: Piper Publishing House, 1999. – 192 p.