

précieux commentaires sur le sujet de cet article.

### References

1. Wittgenstein L. Recherches philosophiques. Paris: Collection Bibliothèque de philosophie, Gallimard, 2005. 380 pp.
2. Atkins B. T., Rundell M. The Oxford Guide to Practical Lexicography. Oxford University Press, 2008. 540 pp.
3. Hanks P. Do word meanings exist? // Computer and the Humanities. - 2000. - №34. - P. 205-215.
4. Hanks P. Lexical Analysis: Norms and Exploitations. MIT Press, 2013. 480 pp.
5. Kilgarriff A. I don't believe in word senses [Electronic Resource] URL: <http://www.kilgarriff.co.uk/Publications/1997-K-CHum-believe.pdf> (accessed on 20 February 2014)
6. Cadiot P., Visetti Y-M. Pour une théorie des formes sémantique. Motifs, profils, thèmes. Paris: Presses Universitaires de France, 2001. 234 pp.
7. Derradji A. Forme schématique et polysemie // Etudes romanes de Brno. - 2014. - № 34 (1). - P. 59 - 73.
8. De Vogüé S., Franckel J.-J. Identité et variation de l'adjectif grand // Langue française. - 2002. - № 133. - P 54-62.
9. Bétoté A. D. Les emplois du mot *raison*, entre singularité et régularité // Langue française. - 2002. - № 133. - P. 54-62.
10. Franckel J.-J. De l'invariance opératoire à la polysémie : le sens du verbe porter // Cahiers de lexicologie. - 1992. - № 61. - P. 18-39.
11. Franckel J.-J. Sentir/ Sens // LINX. - 2004. - № 50. - P. 103-134.
12. Pauly E. La polysémie. Réflexion théorique, méthodologique et application à la lexicographie. L'Harmattan, 2014. 420 pp.
13. Tolochin I. V. Stone Upon Stone: gde najti cheloveka v znachenii slova? [Stone Upon Stone: Comment trouver l'être humain dans le sens du mot? ] // *Jazyk cheloveka. Chelovek v jazyke [La langue des humains. Les humains dans la langue]*. Saint-Pétersbourg, 2012. - P. 130 - 164.
14. Tolochin I. V. (ed.) Uchebnik po leksikologii [Manuel de lexicologie], Saint-Pétersbourg : Antologija, 2014. 440 pp.
15. Sebeok T. A. Biosemiotics: its Roots, Proliferation, and Prospects // *Semiotica*. - 2001a. - № 134 (1/4). - P 61-78.
16. Uexküll T. v. From Index to Icon // *Iconicity. Essays on the Nature of Culture*. Tübingen, 1986. P 119 - 140.
17. McShea R., McShea D. Biology and Value Theory // *Biology and the Foundation of Ethics*. Cambridge, 1999. P. 307 - 327.
18. Zlatev J. Meaning = Life (+ Culture): An Outline of a Unified Biological Theory of Meaning// *Evolution of Communication*. - 2003. - № 4 (2). - P. 253 - 296.
19. Cassirer E. Essai sur l'homme. France: Les éditions de minuit, 2012. 344 pp.
20. Lukjanova E.A. Ocenochnyje modeli kak osnova tekstoporozhdenija (na materiale anglojazychnoi obshhestvenno-politicheskoi publicistiki): Diss. kand. fil. nauk [*Modèles évaluatifs comme la base pour la production des textes (l'étude du journalisme social et politique anglais)*]. PhD philol. sci. diss.] - Saint-Pétersbourg, 2004. - 220 pp.
21. MacMillan Online Dictionary (MMOD) [Electronic Resource] URL: <http://www.macmillandictionary.com> (accessed on 05 May 2015).
22. Falkum I. L. A Semantics and Pragmatics of Polysemy: A Relevance-Theoretic Account: PhD Thesis. - University College London, 2011. - 295 pp.

## СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИДИОМ С КОМПОНЕНТОМ «BLAU» В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ.

**Сотникова Е.С.**

Кандидат филологических наук  
Иркутский государственный университет

### Аннотация:

Исторически цвет использовался в качестве простого связующего средства между объектами, затем в качестве знака - символа и в последнее время в качестве системы знакового характера. В статье описаны особенности употребления идиом с компонентом цвета в современном немецком языке, рассмотрены их семантические признаки, отражающие реальную и культурную картину немецкоязычного мира.

**Ключевые слова:** идиома, голубой цвет, цветовая символика, семантические особенности.

### Abstract:

Historically, color has been used as a simple binder between objects, then as a sign-symbol and, more recently, as a character-based system. The article describes the features of the use of idioms with a color component in modern German, their semantic features are reflected, reflecting the real and cultural picture of the German-speaking world.

**Keywords:** idiom, blue, color symbology, semantic features.

В современную эпоху условием успешного взаимодействия различных культур и народов являются обширные знания иностранных языков. «Язык – мощное общественное орудие, формирующее людской поток в этнос, образующий нацию через хранение и передачу культуры, традиций, общественного самосознания данного речевого коллектива». [3, с.11] В языке отражены не только особенности природных условий или культуры, но и жизнь общества, история, менталитет народа.

Цветовая символика имеет древнейшее происхождение, и привлекают наибольшее внимание лингвистов. Исторически цвет использовался в качестве простого связывающего средства между объектами, затем в качестве знака - символа и в последнее время в качестве системы знакового характера.

Человек воспринимает информацию о цвете на основе своего опыта, культуры и образования в условиях жизни общности людей отдельной страны.

Цвет, как одна из разновидностей языковых универсалий выполняет следующие функции:

- коммуникативную, определяющую связь между элементами и предметами природы;
  - символическую, указывающую на явление, предмет или сущность;
  - экспрессивную, передающую определенное чувство и вызывающая соответствующие эмоции.
- [4; 6]

В цветовой гамме культурной и языковой картины мира, созданной и непрерывно создаваемой немецким языком, голубой цвет играет важную роль. В нем находит свое отражение и реальная и культурная картина немецкоязычного мира.

При анализе цветовых обозначений в немецких идиомах их стоит рассматривать как языковой символ, коннотативный знак, само значение которого служит как выражение для нового содержания, при этом, как правило, культурное содержание намного важнее. В отличие от условных знаков, символ – мотивированный знак. Означающая сторона символа всегда связана с тем, что она обозначает, имеет с ним какое-то сходство, иногда очень опосредованное, ассоциативное.

Например, «Der Abend rot, der Morgen grau bringt das schönste Tagesblau» - отражает связь природы с жизнью человека, голубой в данном случае символизирует цвет неба при ясной погоде.

Идиома «blaue Jungs» обозначает матросов. Голубой цвет символизирует море, место, где моряки находятся в плавании день за днем.

«Ins Blaue fahren» - символ чего-то неизвестного, порой даже опасного; «das Blaue vom Himmel versprechen / herunterlügen» означает «обещать что-нибудь невозможное», «рассказывать лживые истории, врать», в выражении также представлены элементы природы.

Символизм голубого цвета указывает на высокое происхождение человека, которое представлено в языке устойчивым выражением «blaues Blut in den Adern haben». Оно и его варианты «blaublütig» и «Blaublüter» существуют в немецком

языке с начала XIX века. Идиома родом из Испании, где она появилась предположительно в VIII веке. В то время многие люди из знати были германского происхождения из племен западных готов, которые несколько столетий до этого переселились в Испанию. Западные готы обладали очень тонкой светлой кожей. На внутренней стороне руки и около сонной артерии на шее часто были видны синие вены. Тем самым знать немецкого происхождения внешне сильно отличалась от местного населения испанцев, которые обладали темной загорелой кожей. Именно эти отличительные особенности внешности нашли свое отражение в идиоме «azurblaues Blut». [2,12]

Людам с голубой кровью было свойственно надлежащее поведение, поэтому вряд ли можно было бы применить к ним следующее выражение – «Blausein». Этот фразеологизм пришел из языка красильщиков средневековья. «Blaumachen» и «blauer Montag» также связаны с деятельностью таких рабочих.

По воскресеньям текстиль был готов для покраски в специальном щелочном растворе, который окрашивал его в синий цвет. Но окончательно синим, текстиль был только после просушки на свежем воздухе. Это длилось обычно весь понедельник, когда красильщики могли прогулять работу, именно поэтому они называли его «blauer Montag». [2]

Материал окрашивался в синий цвет и особенно хорошо он смотрелся при добавлении в него алкоголя. Так как алкоголь в то время был очень дорогой, то работникам было просто жалко расходовать его для покраски, поэтому они сами выпивали его, а затем «не напрямую» добавляли в покраску. Уже в средневековье было известно, что покраска была наиболее качественной, когда была проведена с добавлением урины мужчин, которые были изрядно пьяны – «blau waren». [9]

Значение выражения «blauer Montag» может быть связано также с синим цветом платков, которыми была украшена церковь по понедельникам во время поста. Как и в первом случае, означает «день, в который не нужно ничего делать».

Еще одна идиома, выражающая опьянение, звучит как «voll / blau wie eine Strandhaubitze sein». Интерпретация основана на чувстве головокружения во время опьянения, перед глазами стелется голубой шлейф, поэтому говорят – «es wird mir blau vor den Augen».

В немецком языке популярны выражения: «einen Tag blau machen», что означает «проводить день без стресса и проблем», «Schule schwänzen/blaumachen» - «прогуливать урок».

Психологическое состояние человека часто связывают с определенными цветами. Так, согласно классификации И. В. Гете цвета делятся на:

- «положительные» - желтый, красный, красно-желтый (оранжевый);

- «отрицательные» - синий, красно-синий и сине-красный. [1, с 302]

Например, выражение «sein blaues Wunder erleben» означает «быть сильно испуганным», что относится к аспекту неожиданности.

Когда кто-нибудь уходит не попрощавшись, в немецком языке это может быть выражено с помощью идиомы «Er hat ein Blau gemacht».

«Ins Blaue hinein reden» употребляется в случаях, когда кто-нибудь очень долго что-нибудь говорит, объясняет, а «ins Blaue (hinein)arbeiten/ins Blaue fahren/ins Blaue hineinräumen» тогда, когда что-либо делается без особой цели и причины.

Письменное напоминание или письмо об увольнении называют еще «blauer Brief». Это связано с историей, а именно с синими конвертами прусской канцелярии XIX века, которые вынуждены были использовать офицеры, чтобы попрощаться. [8]

В немецком языке есть множество идиом с употреблением двух и более цветов, которые семантически дополняют друг друга, как, например, «grün und blau schmückt die Sau»; «jemanden grün und blau schlagen» - кого-нибудь сильно избить. В данном выражении прослеживается в первую очередь ассоциативная связь в отношении внешних повреждений – гематом. В европейских языках встречаются подобные выражения, но уже с другими цветами, например, в английском – «to beat someone black and blue» («jemanden schwarz und blau schlagen»). [7]

Выражение «jemandem wird es ganz grün und blau vor Augen» имеет два разных значения, которые обусловлены ситуативно – «кому-то плохо» или «кто-то сильно испуган».

Когда кто-то сильно зол, используются такие фразеологизмы-синонимы – «grün und blau / grün und gelb vor Ärger werden / sich grün und blau / grün und gelb ärgern».

Синяк на глазу – по-русски, и «ein blaues Auge haben» - по-немецки.

С помощью идиомы «jemand ist mit einem blauen Auge davongekommen» можно выразить опасную неприятную ситуацию, из которой выйдут с малыми потерями.

«Einen blau anlaufen lassen» или «einem blauen Dunst vormachen» значит, кого-нибудь обмануть, оболгать, «окружить дымом». Главную роль в этом выражении играет определение туманности, дыма, который имеет характерный синеватый оттенок. Подобное соответствие также можно найти в латинском языке «fumos vendere» («Rauchwolken verkaufen»). [5,10]

Ассоциативные связи голубого цвета в немецком языке и культуре очень разнообразны.

Голубой (синий) цвет успокаивает, помогает расслабиться, создает атмосферу безопасности и доверия, выражает стремление к покою, гармонии с окружающими людьми и самим собой, к верности, к глубокомысленным рассуждениям. Голубой ассоциируется с водой, воздухом; море, небо, — успокаивают, создают ощущение комфорта. Это - цвет стабильности, удовлетворённости. Символизирует вечные ценности, глубокие раздумья, вни-

мание, самоуглубление; высоту и глубину (воздушная перспектива, создающая ощущение пространства, обычно синего цвета). Постоянство, преданность, честность, правосудие, совершенство, мир.

„Etwas Altes, etwas Neues, etwas Geliehenes, etwas Blaues und einen Glückspfennig im Schuh.“ („Something old, something new, something borrowed, something blue and a lucky six-pence in your shoe.“)

Выражение, пришедшее из английского языка, стало популярным в Германии, особенно после свадьбы принца Чарльза и Дианы Спенсер, перешло в своеобразную традицию. При этом невеста должна иметь при себе что-то новое, что-то старое, что-то чужое, взятое у других и одеть или добавить что-то голубое.

Что-то старое - как знак жизни невесты до брака, например, старое украшение. («Alt wie die Welt»)

Что-то новое - как символ новой жизни в браке, например, новое свадебное платье. («Neu wie der Tag»)

Что-то взятое у других - как знак дружбы, это должно принести счастье в брак. Невеста должна взять что-либо у подруги, которая уже счастлива в браке, например, платок. («Geborgt wie das Leben»)

Что-то голубое – как символ доверия, например, голубая подвязка.

Счастливый пфенниг в обуви – знак благосостояния.

Голубой цвет активно употребляется в современных идиомах, отражающих реалии жизни, например: «Blaulicht» обозначает в немецком языке сигнальный свет на полицейских автомобилях.

После того, как стали возможны космические исследования, наблюдения Земли из космоса, появилось новое устойчивое выражение – «der blaue Planet» (die Erde).

«Blaue Bohnen» - выражение для обозначения амуниции с оружием. В данном случае в компоненте «blau» находит свое отражение индогерманское происхождение слова «bhlei» (=блестеть, сиять). [11]

Как показывает проведенный анализ, смысл фразеологических выражений, их семантические особенности тесно связаны с историей и традициями немецкого народа.

В народной символике голубой (синий) считается цветом верности, преданности, но в то же время и цветом таинственности, заблуждения и неуверенности («синий туман», «говорить до синевы», «поездка в голубую даль»).

Однако указанный цвет может вызывать не только положительные ассоциации. Так, черти, ведьмы, волшебники и привидения появлялись часто в голубом одеянии. Люди старались не красить дома в голубой цвет, нельзя было также положить голубой предмет одежды на супружескую кровать, так как считалось, что в этом случае супруги не будут иметь детей.

На сегодняшний день символика голубого цвета играет важную роль в немецком языке и культуре, позволяя описывать различные ситуации с

определенной степенью эмоциональности, придавая культурно-специфическую окраску речи.

#### Литература

1. И.В. Гете. Избранные сочинения по естествознанию. М., 1957. с. 300-340.
2. Мальцева, Д. Г. Страноведение через фразеологизмы. Д. Г. Мальцева. – М.: Высш. школа, 1991. 173 с.
3. Терминасова С.Г. «Язык и межкультурная коммуникация». – Москва: «Слово», 2000. 624 с.
4. Burger, Harald. «Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen». 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2003. 237 S.
5. Dangel, Joachim „Warum haben wir Schwein, wenn wir Glück haben? Fragen des Alltags.“, nymphenburger-verlag 2007. 135 S.
6. Dobrovolskij, Dmitrij; Piirainen, Elisabeth „Symbole in Sprache und Kultur. Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive“, Brockmeyer Verlag, 1996. 485 S.

УДК 81-23  
ББК 81.2

## К ПРОБЛЕМЕ УНИВЕРСАЛЬНОСТИ И СПЕЦИФИЧНОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО, АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

*Хомкова Л. Р.*

*Кандидат филологических наук,  
Иркутский Государственный университет*

В статье предпринята попытка рассмотреть фразеологические единицы немецкого, английского и русского языков с точки зрения универсальности и специфичности их структурно-семантических характеристик. В результате проведенного анализа семантики фразеологизмов трех языков, обладающих как повышенной, так и пониженной эквивалентностью, сделан вывод о влиянии особенностей образа жизни и мышления представителей рассматриваемых культур, исторических фактов, особенностей географического положения и экономики страны на их смысловое наполнение.

**Ключевые слова:** идиома, картина мира, культура, национальная специфика, универсальность, фразеологизм, фразеологические единицы

### ON THE PROBLEM OF UNIVERSALITY AND SPECIFICITY OF PHRASEOLOGICAL UNITS (ON THE MATERIAL OF GERMAN, ENGLISH AND RUSSIAN)

*Khomkova L.R.*

*Candidate of Philology,  
Irkutsk State University*

The article attempts at examining the idioms of German, English and Russian languages from the point of view of the universality and specificity of their structural and semantic characteristics. As a result of the performed semantic interpretation of phraseological units in the three languages possessing both high and low equivalence, a conclusion about the influence of lifestyle and thinking of the considered cultures representatives, historical facts, geography and national economy on their semantic content is drawn.

**Key words:** culture, idiom, national specificity, phraseological units, universality, world view

Фразеология представляет собой величайшую ценность любого языка. В том или ином виде в ней отображается весь опыт трудовой деятельности и духовной активности человека, его чувственный мир, система образов и оценок, совокупность нравственных ценностей и религиозных воззрений. Мир, отраженный через призму вторичных ощущений, закрепленных во фразеологических единицах,

7. Duden. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Duden Bd. 11 – Mannheim: Dudenverlag, 1992. 845 S.

8. Fleischer, Wolfgang. „Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache“. Max Niemeyer Verlag, 1997. 299 S.

9. Földes, Csaba „Idiomatik, Phraseologie“, Groos Verlag, 1997. 53 S.

10. Greciano, Gertrud „Das Idiom als Superzeichen. Pragmatische Erkenntnisse und ihre Konsequenzen“ In: Aktuelle Probleme der Phraseologie. Hrsg. von Harald Burger und Robert Zett. Peter Lang Verlag, 1987. 321 S.

11. Kluge, Friederich. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache, 22. Auflage, Walter de Gruyter. — Berlin ; New York, 1989. 824 S.

12. Stanescu, Speranta; Engel, Ulrich „Sprachvergleich. Kulturvergleich. Quo vadis, KGdr?“, IUDICIUM Verlag GmbH München 2008. 316 S.

является основным фактором, определяющим универсальность и специфичность любой конкретной национальной языковой картины мира. Поэтому для исследователей, интересующихся историей и культурой народа, фразеология представляется одной из самых увлекательных областей.

Фразеологизмы как языковое явление имеют универсальный характер. При этом универсаль-