

*Берченко Ю. О.,**студентка кафедри теорії та практики галузевого перекладу
Херсонського національного технічного університету**Вінниченко М. Ю.,**асистент кафедри теорії та практики галузевого перекладу
Херсонського національного технічного університету*

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ІЗ КОЛЬОРОНАЙМЕНУВАННЯМ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ СТИЛІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Анотація. У статті розглядаються фразеологізми з кольоронайменуваннями та їх функціональні особливості в публіцистичних текстах німецької мови. Значна кількість досліджень присвячується вивченню кольорів, що входять до складу фразеологізмів. Кольори є віддзеркаленням мовної картини світу, за допомогою якої носії мови сприймають дійсність. Кольороназви часто стають складниками фразеологізмів, які широко використовуються в публіцистичному стилі німецької мови. Науковці визначають фразеологізм як стале словосполучення, яке є неподільним за своїм значенням. Фразеологізми здавна вважаються однією зі специфічних рис кожної мови. Вони значно виразніше, ніж інші слова, розподіляються в певних структурно-функціональних стилях, показуючи свою належність до кожного з них, а також до сфери усного чи писемного мовлення, мають більш яскраве експресивне чи емоційне забарвлення. У публіцистиці фразеологізми використовуються для урізноманітнення авторського мовлення. Фразеологізми роблять текст більш емоційним та експресивним. Вони є важливим складником у побудові публіцистичного тексту, оскільки виконують оцінну, емоційно-експресивну, номінативну та прагматичну функції. Розкрито поняття «фразеологізм». Установлено, що фразеологізми з кольоронайменуваннями часто зустрічаються в публіцистичному стилі й виконують такі функції: оцінну, емоційно-експресивну, номінативну та прагматичну. Також проаналізовано фразеологізми з кольоронайменуваннями в німецькомовних публіцистичних статтях. Зроблено висновок, що фразеологізми з кольоронайменуванням у публіцистичному стилі німецької мови використовуються для підкреслення експресії, привертання уваги та спонукання читача до прочитання статті. У перспективі подальшого розгляду й дослідження теми доцільно дослідити й проаналізувати більше фразеологізмів з кольоронайменуванням у публіцистичному стилі німецької мови та встановити їх функціональні особливості, а також розглянути й проаналізувати фразеологізми з кольоронайменуваннями в публіцистичному стилі української мови, установити їх функціональні особливості та порівняти з німецькими фразеологізмами з компонентом кольоронайменування, визначити спільні й відмінні риси.

Ключові слова: фразеологізм, кольоронайменування, функція, функціональні особливості.

Постановка проблеми. Незважаючи на велику кількість наукових праць, на присвячену фразеологізмам, вони досі продовжують досліджуватися науковцями, адже з'являються нові

та змінюють своє значення вже наявні фразеологізми. Кольоронайменуванням також присвячено достатню кількість наукових робіт, оскільки вони є однією з найбільш цікавих для дослідження тематичних груп слів у різних мовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням фразеології займалися такі науковці, як О. Потебня, Ф. Буслаєв, І. Срезневський, П. Фортунатов, О. Бабкін, В. Архангельський. Дослідженню кольороназв також присвячували роботи такі науковці, як О. Василевич, Н. Бахліна, Н. Пелевіна, В. Москович, Ж. Соколовська, Р. Фрумкіна, Л. Ковбасюк, Г. Капніна. Але, незважаючи на велику кількість робіт, функціональні особливості фразеологізмів з кольоронайменуванням у публіцистичному стилі німецької мови залишаються цікавими для досліджень.

Мета статті полягає в установленні функціональних особливостей фразеологізмів з кольоропозначенням у публіцистичному стилі німецької мови.

Поставлена мета зумовила вирішення таких завдань:

- 1) розкрити поняття «фразеологізм»;
- 2) установити, які функції виконують фразеологізми в публіцистичних текстах.

Виклад основного матеріалу. Натепер вивченню фразеологізмів присвячено велику кількість наукових праць, оскільки фразеологічний склад мови постійно поповнюється. Значна кількість досліджень присвячується вивченню кольорів, що входять до складу фразеологізмів. Спостерігаючи історичний розвиток різних культур світу, можна помітити, що кольори відіграють важливу роль у житті різних народів. У ході історії в різних культурах сформувалися різні ставлення до того чи іншого кольору, його символізм, сфери застосування, пов'язані з ним асоціації, а з особистого досвіду в людини формується власне сприйняття кольору [2]. Кольори є віддзеркаленням мовної картини світу, за допомогою якої носії мови сприймають дійсність. Кольороназви часто стають складниками фразеологізмів, які широко використовуються в публіцистичному стилі німецької мови. Науковці визначають фразеологізм як стале словосполучення, яке є неподільним за своїм значенням. Фразеологізми здавна вважаються однією зі специфічних рис кожної мови. Вони значно виразніше, ніж інші слова, розподіляються в певних структурно-функціональних стилях, показуючи свою належність до кожного з них, а також до сфери усного чи писемного мовлення, мають більш яскраве експресивне чи емоційне забарвлення [1]. У публіцистиці фразеологізми

використовуються для урізноманітнення авторського мовлення. Фразеологізми роблять текст більш емоційним та експресивним. Вони є важливим складником у побудові публіцистичного тексту, оскільки виконують оцінну, емоційно-експресивну, номінативну та прагматичну функції.

Науковець А. Марковська в дисертації визначила такі прагматичні функції фразеологічних одиниць сучасної німецькомовної преси:

1. Зацікавлення читача.
2. Утримання уваги.
3. Підкреслення важливої інформації, тобто «логічного наголосу».
4. Неоднозначність формулювання (полісемія змісту).
5. Завуальювання інформації.
6. Вираження авторської оцінки.
7. Здивування читача.
8. Створення образної та експресивної виразності.
9. Функція виклику емоцій у читача.
10. Змішана функція (поєднання та взаємозв'язок декількох функцій однієї фразеологічної одиниці преси в тексті) [3].

У німецькій мові кольороназва *schwarz* уживається або на позначення чорного кольору, або для опису чогось негативного. Так і у фразеологізмах із цією кольороназвою: *Schwarz sehen – бути несиміттом*. У реченні *“Junge Klimaaktivisten sehen schwarz, wenn es um ihre Zukunft geht”* фразеологізм *Schwarz sehen* показує негативний настрій активістів щодо їхнього майбутнього. Тому фразеологізм передусім використовується для підсилення експресивності та привертання уваги читача до проблеми. Крім того, це речення є підзаголовком статті, тому фразеологізм також зацікавлює та утримує увагу читача. *Die schwarze Liste – чорний список*. У реченні *“Schließlich wisse man nicht, ob die US-Regierung die schwarze Liste irgendwann einfach wieder herausholt”* фразеологізм *die schwarze Liste* виконує номінативну функцію, оскільки чорний список означає список або перелік людей чи організацій, яким заборонено здобуття певних привілеїв, доступ до певних послуг тощо. *Schwarzer Tag – чорний день*. У реченні *“Ein schwarzer Tag für Joe Biden”* фразеологізм *schwarzer Tag* зацікавлює читача та спонукає його до прочитання статті. *Schwarze Zahlen – витрати, прибуток*. У реченні *“Eine höhere Effizienz und die Beitragsanpassung zusammen sorgen dafür, dass der ADAC finanziell gut aufgestellt ist und 2020 schwarze Zahlen schreiben kann”* фразеологізм *schwarze Zahlen* виконує номінативну функцію та привертає увагу читача. *Schwarz ärgern – сильно розізтумити*. У реченні *“Auf dass die Fahrer in mitternachtsblauen, klatschmohnroten oder schnellkochtopfsilbernen Karossen sich entweder schwarz ärgern, oder – besser noch – gelb vor Neid werden”* фразеологізм *schwarz ärgern* уживається для вираження експресії.

Використання фразеологізму *schwarz auf weiß* у заголовку *“Schwarz auf Weiß”* привертає увагу читача і спонукає його до читання статті, адже лише з одного заголовка не зрозуміло, про що буде йти мова в статті.

Найчастіше в публіцистичних статтях зустрічається кольороназва *rot* у складі фразеологізму *rote Zahlen – дані, що показують дефіцит балансу, борги, витрати* в наступних реченнях: *Um die endgültige Höhe der Start-Investition und um die roten Zahlen von “Publik” wird sich künftig allerdings eine Sonder-Kommission der Bischöfe kümmern; Doch noch immer steckt das Unternehmen in den roten Zahlen; Im vergangenen Jahr hat sich der Umsatz zwar auf 1,46 Milliarden Euro wie erwartet mehr als*

verdoppelt, doch das Berliner Start-up schreibt weiter rote Zahlen; Nach drei Jahren und mit insgesamt 45 Millionen Mark in den roten Zahlen, so ließ er seinen Redaktions-Direktor Hamilton an die “Times”-Belegschaft schreiben, “will niemand fortfahren, Geld in diesem Ausmaß hineinzugießen”. Фразеологізм *rote Zahlen* виконує номінативну функцію та привертає увагу читача.

Кольороназва *grün* зустрічається у фразеологізмі *grünes Licht – зелене світло (дозвіл щось робити)*. У заголовках *“Grünes Licht für Fantasie”, “Grünes Licht für die Freiheit”* фразеологізм *grünes Licht* виконує номінативну функцію, а також зацікавлює читача тим, чому ж саме дали зелене світло. *Auf keinen grünen Zweig kommen – не досягти успіху*. У реченні *“Es gibt diese Getränke, die kommen imagemäßig auf keinen grünen Zweig”* фразеологізм *auf keinen grünen Zweig kommen* використовується для вираження експресії та для звертання уваги читача. *Alles im grünen Bereich – усе під контролем, усе в порядку, усе в нормі*. У заголовку *“Alles im grünen Bereich”* фразеологізм виконує номінативну функцію, привертає увагу читача та спонукає до прочитання. Заголовок із використанням фразеологізму в питальному реченні *“Alles im grünen Bereich?”* також виконує номінативну функцію й використовується для привертання уваги читача та спонукання до прочитання.

Кольороназва *gelb* у складі фразеологізмів на позначення заздрощів *der gelbe Neid – чорна заздрість; gelb vor Neid – позеленіти від заздрощів*. У реченні *“Auf dass die Fahrer in mitternachtsblauen, klatschmohnroten oder schnellkochtopfsilbernen Karossen sich entweder schwarz ärgern, oder – besser noch – gelb vor Neid werden”* автор не просто так вирішує використати фразеологізм із колоронімом *gelb*, оскільки в статті йде мова про машину жовтого кольору, тому фразеологізм *gelb vor Neid* уживається для підкреслення експресії.

Кольороназва *blau* зустрічається у фразеологізмі *blauer Montag*. У заголовку *“Ewiger blauer Montag”* фразеологізм виконує номінативну функцію та заохочує читача до прочитання статті.

Висновки. Отже, дослідженню фразеологізмів і кольороназв присвячено велику кількість наукових робіт. Та незважаючи на це, деякі теми досі залишаються не розкритими. У статті зазначено, що фразеологізм – це стале словосполучення, яке є неподільним за своїм значенням. У німецькомовних публіцистичних текстах фразеологізми з кольороназв можуть виконувати оцінну, емоційно-експресивну, номінативну та прагматичну функції. Найчастіше фразеологізми з кольороназвою в публіцистичному стилі німецької мови використовуються для підкреслення експресії, привертання уваги та спонукання читача до прочитання статті.

Отже, незважаючи на велику кількість робіт із цієї теми, фразеологія досі залишається актуальною, оскільки вона постійно поновлюється новими фразеологізмами й новими значеннями вже відомих.

Література:

1. Каленич В. Функціонально-стилістичні параметри фразеологічних одиниць у газеті «Україна молода». *Стиль і текст*. 2012. Вип. 13. С. 93–99.
2. Лазуткіна Ю.А. Переклад кольористичних гештальт-образів української та німецької поезії : наукова робота. Київ, 2017. 42 с.
3. Марковська А.В. Прагмалінгвістичні особливості фразеологізмів сучасної німецькомовної та україномовної преси : дис. ... канд. філол. наук. Миколаїв, 2011.

Berchenko Yu., Vinnichenko M. Functional features of phraseological units with colour naming in journalistic style in German language

Summary. The article is devoted to the research of the functional features of phraseological units with colour naming in journalistic style in German language. A considerable amount of research is devoted to the study of the colors that are part of phraseology. Colors are a reflection of the linguistic picture of the world through which native speakers perceive reality. Color names often become part of phraseologisms that are widely used in the non-fiction style of the German language. Scientists define phraseology as a stable phrase that is indivisible in its meaning. Phraseologisms have long been considered one of the specific features of each language. They are much more distinctive than other words, distributed in certain structural and functional styles, showing their belonging to each of them, as well as to the sphere of oral or written speech, have a brighter expressive or emotional color. In journalism, phraseologisms are used to diversify authorial speech. Phraseologisms make the text more emotional and expressive. They are an important component in the construction of a nonfiction because they

perform evaluative, emotional, expressive, nominative and pragmatic functions. The term “phraseological unit” is revealed. It is specified that phraseological units with colour naming often occur in the journalistic style and perform the following functions: evaluative, emotional-expressive, nominative and pragmatic functions. We have also analyzed the phraseological units with colour naming in the German-speaking journalistic articles. It is concluded that phraseological units with colour naming in the journalistic style of the German language are used to emphasize expression, attract attention and encourage the reader to read the article. In the perspective of further review and research of this topic, it is advisable to search and analyze more phraseological units with colour naming in the journalistic style of the German language and specify their functional features. And also to review and analyze phraseological units with colour naming in the journalistic style of the Ukrainian language, to specify their functional features and compare them with German phraseological units with colour naming, to specify common and distinctive features.

Key words: phraseological unit, colour naming, function, functional features.