

Коваль І. І.,
кандидат філологічних наук,
викладач кафедри німецької філології
Київського національного лінгвістичного університету

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ *SCHÖNHEIT* ФРАЗЕОЛОГІЧНИМИ ОДИНИЦЯМИ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Анотація. У статті аналізується концепт *SCHÖNHEIT*, що вербалізується засобами фразеології сучасної німецької мови. Наголошується, що для характеристики концепту *SCHÖNHEIT* провідною є естетична оцінка, яка залежить від розуміння людиною світу прекрасного або потворного та її ціннісних орієнтацій. Фразеологічні одиниці, що вербалізують концепт *SCHÖNHEIT*, утворюють п'ять тематичних груп: краса людини, краса одягу, сутність краси, оманливість зовнішності та швидкоплинність краси.

Ключові слова: концепт, оцінні фразеологічні одиниці, естетична оцінка, картина світу.

Постановка проблеми. У мовній картині світу відображені знання про світ, зафіксовані в лексиці, фразеології, граматиці. У семантиці, яка є важливою галуззю комунікативної мовної картини світу, зареєстрована мовна інформація, пов'язана з категорією оцінки. Фразеологізми посідають важливе місце в структурі мовної картини світу, яка актуалізує ціннісну картину світу. Це пов'язано з принципом антропоцентризму, притаманного ціннісній картині світу, що послідовно фіксується в мовній картині світу у вигляді мовних репрезентацій уявлень людини про дійсність і ставлення до цієї дійсності. Оцінні фразеологічні одиниці (далі – ФО) з культурним компонентом пов'язані з повсякденним життям людини, її зовнішністю, основним заняттям, звичками, переживаннями, почуттями, поведінкою, відображають особливості середовища, в якому живе мовне суспільство, історичні події, звичаї, традиції, що є висвітленням антропоцентричного характеру фразеології [6, с. 260]. Концепт *SCHÖNHEIT*, для якого провідною є позитивна естетична оцінка, є одним із найважливіших орієнтирів людської поведінки, проте специфіка наївного, побутового розуміння краси людини ще не була предметом окремого дослідження в німецькій мові.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Семантичні особливості мови визначає специфіка картини світу, тобто загальна картина світу й різноманітність світів представлені в семантиці мови, що доводиться в роботах багатьох українських і зарубіжних лінгвістів, таких як М.В. Гамзюк, О.М. Кагановська, В.І. Карасик, В.В. Козловський, О.С. Кубрякова, А.Е. Левицький, В.Г. Ніконова, А.М. Приходько, Н.В. Романова, О.О. Селіванова, Г.Г. Слишкін та інші. Фразеологічну картину світу досліджували М.Ф. Алефіренко, Н.Г. Ареф'єва, Н.Ф. Венжинович, С.Н. Денисенко, Т.О. Д'якова, Г.В. Лисенко, Н.М. Шарманова та інші, які встановили специфічні особливості, такі як універсальність, національна специфічність, антропоцентричність, експресивність і фрагментарна специфічність. Фразеологізми слугують засобом найбільш оптимальної вербалізації концептів, оскільки концепти містять конкретно-асоціативні та емоційно-оцінні ознаки досліджуваного об'єкта [4, с. 209].

Мета статті полягає в аналізі фразеологічних засобів вербалізації концепту *SCHÖNHEIT* у німецькій мові. Для досягнення мети необхідним є вирішення таких завдань: визначити місце фразеології в структурі картини світу, проаналізувати й описати фразеологізми, що вербалізують концепт *SCHÖNHEIT* згідно з тематичним принципом, визначити лінгвокультурологічні особливості концепту *SCHÖNHEIT*, вербалізованого ФО німецької мови.

Виклад основного матеріалу. Концепт *SCHÖNHEIT*, що вербалізується ФО сучасної німецької мови, включає такі групи ФО: краса людини, краса одягу, сутність краси, швидкоплинність краси, оманливість краси.

Наявність великої кількості фразеологізмів на позначення худий/стрункий свідчить, що важливим критерієм краси є статура, наприклад: (*absolut*) *fit sein* [9, с. 453]; *schlanke Linie* [7, с. 124]; *rank und schlank sein* [8]; *schlank wie eine Gerte sein* [8]; *gertenschlank sein* [8]; *schlank wie eine Tanne sein* [8]; *sie ist schlank wie eine Pinie* [5, с. 108]; *Rick und Schick (Geschick) haben* [5, с. 136].

Стереотип, згідно з яким поняття «молодість» і «краса» є взаємозумовленими, виражено в таких ФО: *ein glühendes Eisen* [5, с. 174] – у розквіті сил; молоко з кров'ю; *aussehen wie das (blühende) Leben* [9, с. 940] – виглядати здоровим і сильним; *jung genug, schön genug* [10, с. 1053] – молодий, тому красивий; *auch der Teufel war schön, als er jung war* [10, с. 1058] – навіть чорт був у молодості красивим.

Ще від часів Стародавньої Греції вважалось, що поняттю прекрасного відповідають лише боги. Кожен бог є універсальним буттям, тому що вони втілюють у собі безкінечність знання, сили та життя. Тому справжня, неземна краса співвідноситься з міфологічними й релігійними образами, відродженню яких у німецькій мові завдячуємо діяльності гуманістів, ідеологів «Бурі та натиску» і класиків, які «повернули» світ грецьких богів. Важливу роль відіграє божественний нектар, який продовжує молодість, а тим самим і красу, тому що молодість є одним із ідеалів періоду «Бурі та натиску» (наприклад, вираз *wie ein junger Gott sein*).

Жіноча краса завжди була предметом захоплення, наприклад, жінок називали *die Krone der Schöpfung* [5, с. 411], *eine sieghafte Schönheit* [5, с. 173], тому не дивно, що понятійний апарат для її опису гарно розвинений, а у фразеології закріпився опис таких її ознак: 1) метафорична номінація фігури, 2) гастрономічна метафора при номінації жіночої краси, 3) порівняння з представниками рослинного і тваринного світу.

Для німців характерним є порівняння красивої жінки, дівчини з ялинкою, сосною й тополею; зі стрілою, лозинкою та голкою, а також традиційне порівняння жіночої фігури з контрабасом (в слов'янських мовах – з гітарою): *schlank wie*

eine Gerte [8]/*eine Tanne* [8]/*eine Pappel* [8]/*eine Pinie* [8]/*'ne Schnürpinne* [8]/*ein Pfeilenstiel* [8]/*eine Bassgeige* [8].

Як відомо, кулінарія є безкінечним джерелом для поповнення знань про національну специфіку певного народу, наприклад, *sie ist zum Fressen* [5, с. 224]; *zum Anbeißen aussehen* [9, с. 80] – розм., фам. вона дуже гарна, вродлива, приваблива. Базовою для ряду ФО є номінація «жінка – це ласий шматочок», наприклад: *eine Schnitte* [8], *eine Sahneschnitte* [8], *eine Torte* [8], *eine Zuckerpuppe* [8].

У кожного народу з найдавніших часів одяг був одним із засобів осмислення світу. Одяг виражає світогляд, говорить про силу, владу, є вираженням протесту, марнотратства, статусу тощо. Цей важливий культурно-соціальний аспект виражено у фразеології німецької мови, наприклад: у святковому вбранні, гарно вбраний: *in vollem Drefß* [5, с. 156]; *in Frack und Lack* [5, с. 221]; *in (voller) Gala* [5, с. 235]; *gestieft und gespornt* [5, с. 264]; *an j-n knackt alles* [5, с. 388]; *in großer Uniform* [5, с. 272]; *in großer Toilette* [323]; *sich piekfein machen* [8]; *sich fein machen* [Redensarten-index]; *sich fein herausputzen* [8]; *schick sein* [9, с. 1325]; *guten Schick haben* [9, с. 1325].

На противагу вище наведеним фразеологізмам, які вказують на гарний смак, слідування моді, в німецькій мові існують вирази на позначення занадто, перебільшено гарно, святково вбраної людини, наприклад, *er sieht aus wie geschniegelt und gebügelt* [9, с. 121–122] або навіть *wie ein Lackaffe* [9, с. 121–122], який бере свій початок від того факту, що селяни, сумно спостерігаючи за частими змінами моди в місті, надавали перевагу не практичному одягу, а обирали, замість грубих черевиків, лаковані.

В енциклопедії Брокгауза наводяться дані, що в Середньовіччі за одягом можна було судити про належність людини до певного соціального прошарку, а в індустріальному суспільстві мода стала засобом соціальної конкуренції між широкими верствами населення. Отже, одяг, мода сприймаються як щось, що визначає, відрізняє людей один від одного, що вибудовує ієрархічні взаємини між ними. Тобто за допомогою одягу розкривається бажання виділитись, показати свій статус [3, с. 41]. Саме тому в німецькій мові існує досить велика кількість фразеологізмів зі значенням «одягнути парадний костюм, вбратися, причепуритися». Наприклад, *sich in Schale werfen/schmeißen* [9, с. 1298] – одягнути найкращий костюм; причепуритися для виходу; (*fein*) *in Schale sein* [8] – бути одягненим відповідно до нагоди.

Мав одяг і соціально-видільну роль: багаті верстви шили одяг із дорогих тканин, густо прикрашали сріблом, золотим шиттям, бісером, вишивкою, мереживом [1, с. 165], згідно з останніми тенденціями моди: *in Samt und Seide* [8] – бути дуже гарно, елегантно вбраним; мати ексклюзивний, розкішний одяг. Оксамит першопочатково виготовлявся з шовкової тканини у Візантії. Коштовність шовку, який імпортувався так званими «шовковими шляхами», стала прислів'ям ще в стародавні часи. Звідси походження оксамиту й шовку як символів найвищої розкоші.

Надзвичайний вплив одягу на судження людини відображено у ФО німецької мови: *schöne Kleider erhöhen / geben das Ansehen* [10, с. 1379]; *ein schönes Kleid verthut (empfiehlt) die Leut'* [10, с. 1375]; *ein Kleid macht aus einer hölzernen Figur eine schöne Maid* [10, с. 1374]; *gute Kost und schönes Kleid erregen armer Leute Neid* [10, с. 1552].

Проблема сутності краси посідає важливе місце в німецькій фразеології: *ein schönes Weib ist eine Zierde des Hauses*

[10, с. 23]; *ein schönes Gesicht ist die beste Empfehlung* [10, с. 1620]; *eine schöne Gestalt ist eine Empfehlung von grosser Gewalt* [10, с. 1630], проте водночас стверджується, що краса душі, доброзичливість, стриманість, набожність набагато важливіші: *ein gutes Herz macht ein schön Gesicht* [10, с. 606]; *ein blödes Herz freit keine schöne Frau* [10, с. 605].

Як слушно зазначає О.В. Дивненко, «суперечність між зовнішньою красою людини і її моральною, естетичною сутністю породжує парадокс: людина може бути гарною, але не прекрасною; людина може бути прекрасною, але не гарною». Отже, автор об'єднує поняття «краса» із зовнішнім змістом, а поняття «прекрасне» – з внутрішнім. І.А. Живіцька, у свою чергу, розуміє під «прекрасним» широку оцінну категорію, а під «красою» – природну досконалість. Поряд із естетичним розумінням краси (фізичні параметри), існує етичний аспект, який описує красу як набір особистісних характеристик (краса душі), як деякий моральний ідеал, як схвальну оцінку вчинків і взаємин між людьми [2, с. 54].

Естетична оцінка зовнішності людини складається з образів духовної та фізичної сторін людини з пропорційними гармонійно розвиненими рисами. Зовнішність красивої людини збігається з власним психічним, усвідомленим чи неусвідомленим уявленням про красу. Красиве не лише красиве ззовні, воно також має інші обов'язкові якості. Інакше кажучи, лише однієї зовнішності недостатньо.

Протиставлення краси зовнішньої і краси духовної як нижчої і вищої різновидностей краси психологічно пояснюється тим, що перша є причиною, а інша – метою. Людина цінує більше те, що досягла самостійно, доклавши зусиль (краса-мета), ніж те, що отримала від природи або випадково (краса-причина) [2, с. 55].

З проаналізованого матеріалу очевидно, що в німецькій культурі спостерігається чітке протиставлення краси й сором'язливості, які є взаємодоповнювальними, проте рідко поєднуються в одній людині: *Schönheit mit Scham ist zwiefache Schönheit* [10, с. 322]; *Schönheit ohne Scham ist infam* [10, с. 322–323].

Про взаємозв'язок краси та набожності, який, зокрема, простежується в літературі, свідчать прислів'я: *schön und fromm ist Willkomm'* [10, с. 315]; *Schönheit ist den Weibern lieber als Frömmkeit* [10, с. 321]. Таке протиставлення пов'язане з глибокою християнізацією в епоху Середньовіччя, оскільки навіть у Біблії можна відшукати ознаки, особливості, якості, прояви та результати впливу краси на людей.

Краса завжди подобається у своїй найпростішій формі; вже будучи багатством, краса не потребує жодного додаткового прикрашання. Красива жінка – це прикраса від природи. Численними маніпуляціями вона втрачає свою красу так само, як і перлини: *schöne Gestalt ohn' Mantel und Schminke gefällt* [10, с. 1631]; *eine schöne Hand bedarf keiner Ringe* [10, с. 299]; *schöne Hand braucht keiner langen Wäsche* [10, с. 307]; *ein schönes Weib braucht keine Schminke* [10, с. 23]; *Schönheit bedarf keiner Schnörkel* [10, с. 320].

Зовнішня краса нерідко оманлива, *Schönheit ist betrüglich* [10, с. 321]; *wer auf Schönheit traut, hat auf Sand gebaut* [10, с. 325], і жоден одяг не змінить людину, не замінить розум і доброзичливість. Тому можна констатувати, що концепт SCHÖNHEIT у свідомості німецького етносу має ознаку безсилля перед розумом людини. Наприклад, про красиву жінку, яка не має чеснот, кажуть: *sie ist eine schöne Monstranz, wenn nur ein Heiligtum drin*

wäre [9, с. 1046]; *das Heiligthum ist nicht danach, wie die Monstranz ist* [10, с. 472].

Для німецької фразеології характерне порівняння зовнішньої краси з внутрішнім світом: *der Apfel siehet roth, doch sitzt ein Wurm darin, die Jungfrau siehet schön, hat aber bösen Sinn* [10, с. 106]; *Canarienvögel singen schön, aber sie bringen nichts ein* [10, с. 528]; *schön von Gesicht, birgt oft innen den Wicht* [10, с. 1341]; *schön, wenn ich sie sehe, im Innern voll Wehe* [10, с. 316]), тобто речі, які на перший погляд видаються найкрасивішими, можуть мати приховані вади чи недоліки.

Краса ефемерна без відповідних почуттів, без особливого внутрішнього світу: *schön, reich und gut wohnen selten unter einem Frauenhut* [10, с. 315]; *ein schön Gesicht ist betrügerische Waare* [10, с. 1620]; *schön Frauengesicht ist ein gefährlich Gericht* [10, с. 1141]; *wer eine liederliche Frau hat, auch schön wie eine Fee, der hat ein beständiges Kopfweh* [10, с. 1136].

За зовнішністю красуні може приховуватись некрасива душа жінка, тобто зовнішність оманлива: *Frauen sind wie Kastanien, schön von aussen und schlecht im Innern* [10, с. 1123]; *die Weiber sind wie die Kastanien, schön von aussen und im innern verdorben* [10, с. 12]; *Frauen und Aepfel sind auswendig schön, inwendig aber wurmstichig* [10, с. 1123]; *von aussen Helena, von innen Hekuba* [10, с. 486].

Семантичний аналіз ФО виявив, що в німецькій лінгвокультурі простежується недовіра до зовнішньої краси людини. Прислів'я застерігають від передчасних висновків щодо зовнішності людини, оскільки її внутрішній світ розкривається не відразу, а лише в процесі спілкування. За гарним зовнішнім виглядом часом ховається потворне моральне обличчя, і, навпаки, неприваблива людина має прекрасні духовні характеристики, наприклад: *auf der Strasse ein Engel, daheim ein Teufel* [10, с. 892]; *er sieht aus wie Wein, und ist doch Wasser* [10, с. 875]; *er ist wie die Apothekerpillen* [10, с. 111].

Людина повинна прагнути не лише самовдосконалюватися фізіологічно, а й розвивати свій внутрішній світ, тобто робити його красивим: *aussen schön, innen Gestöhn* [10, с. 314]; *schön von aussen, drin voll Grausen* [10, с. 1714]; *aussen Pracht, innen Nacht* [10, с. 1384]; *oben hui, unten pfui* [5, с. 85]; *auch rote Äpfel sind wurmstichig* [5, с. 43]; *schön Angesicht verbirgt / verdeckt oft ein hässliches Herz* [10, с. 88]; *Äpfel und Frauen sind auswendig schön, inwendig wurmstichig zu schauen* [10, с. 105].

Краса швидкоплинна, вона завжди співвідносилась із часом, швидкістю, прискоренням. Тому одним із найбільших страхів є втрата краси.

Молода пора, краса людського тіла не вічні. Короткочасність, швидкоплинність краси виражаються шляхом образу квітів. Квіти дуже часто символізують швидкоплинність життя, весни та краси. Часто квітка уособлює людське життя (адже його супроводжують квіти від народження до смерті), що не завжди може встояти перед ударами долі: *eine schöne Blume wird welk und verliert auch ihren Geruch* [10, с. 408]; *die Blum' im Garten lehrt, wie lange Schönheit währt* [10, с. 1018–1019]; *eine Blume heute, morgen schon des Todes Beute* [10, с. 1018–1019]; *auch eine schöne Blume wird welk und verliert ihren Geruch* [10, с. 408]; *die schönste Blume verliert zuletzt ihren Geruch* [10, с. 408].

Жінка асоціюється з красою, але вона не повинна надто перейматися своєю красою і ставити її на перше місце, бо привабливість швидкоплинна, проте ця невловимість надає додаткової чарівності: *Schönheit ist ein sehr vergänglich Gut*

[10, с. 321]; *Schönheit ist eine Blume, die bald vergeht* [10, с. 321]; *auch Perlen verlieren ihren Glanz* [10, с. 1209].

Німці кажуть: *eine schöne Frau ist eine halbe Nahrung* [10, с. 1118], тому що набагато важливішими є людяні якості жінки, такі як доброта, турботливість, повага до чоловіка, хазяйновитість тощо, оскільки краса в німецькій лінгвокультурі завжди протиставлялась цим рисам: *je schöner das Weib, je mehr Schmutz in Keller und Küche* [10, с. 34]; *aus einem schönen Gesicht kann man keine Butter schlagen* [10, с. 1618]; *Tugend und Schönheit stehen einander wohl an* [10, с. 1368]; *schöner Kopf, leerer Topf* [10, с. 1515]; *Schönheit ist kein Suppenkraut* [10, с. 322].

Німці сприймають красу не як незмінну перманентну сутність речей чи явищ, а лише як щось швидкоплинне, мінливе, що народжується й незабаром зникає: *Schönheit ist gebrechlich Ding, im Alter wird sie sehr gering* [10, с. 322]; *schöne Dinge behält man (dauern) nicht lange* [10, с. 643]; *allzu schön kann nicht lang' bestehn* [10, с. 314]; *allzu schön wird bald vergehn* [10, с. 314]; *Schönheit blüht nur einmal* [10, с. 320]; *auch der schönste Schuh wird zuletzt zur Schlurre / zum Pantoffel* [10, с. 349]. У наведених німецьких пареміях підкреслюється, що зовнішня краса має певні часові межі, за межею котрих вона просто зникає (тобто краса не вічна).

Проте в німецькій фразеології засвідчене й протилежне розуміння краси, що красиві душею люди ніколи не стануть потворними: *ein schöner Schuh wird nie ein hässlicher Pantoffel* [10, с. 350]; *schöne Leute werden wol alt, aber hässlich nicht bald* [10, с. 92].

Висновки. Згідно з даними аналізу ФО в німецькій лінгвокультурі, простежується застережливе ставлення до зовнішньої краси людини, зовнішня краса порівнюється з внутрішнім світом, протиставляється таким якостям, як доброзичливість, стриманість, сором'язливість, набожність, турботливість, хазяйновитість. Німецькомовні паремії не стільки збагачують зміст концепту SCHÖNHEIT раціональністю, емотивністю, духовністю, релігійністю, скільки висвітлюють позитивну естетичну оцінність духовної краси. Тут краса постає в дуальному форматі: як швидкоплинна та вічна. Швидкоплинність краси корелює з фізичним часом і якістю його руху, вічність не підпорядковується фізичному часу й не залежить від його руху чи якості.

Перспективи подальших розвідок убачаємо в порівняльному аналізі суб'єктивно-оцінних та асоціативних змістів концептів SCHÖNHEIT, аналогічних у німецькій та англійській мовах; у дослідженні особливостей вербалізації концепту SCHÖNHEIT у швейцарському й австрійському варіантах німецької мови.

Література:

1. Добролюба Г.М. Відображення естетики зовнішнього вигляду людини в польській компаративній фразеології. *Вісник Житомирського державного педагогічного університету ім. І. Франка*. 2003. Вип. 11. С. 165–167.
2. Живіцька І.А. Концепт «Beauty/Краса» в пареміологічному уявленні (на матеріалі англійських та українських прислів'їв). *Філологічні студії*. 2013. Вип. 9. Ч. 2. С. 50–58.
3. Жукова Н.С. Языковое моделирование концепта «Mode» в немецкой лингвокультуре. *Вестник ТПУ*. 2013. № 3 (131). С. 41–43.
4. Крацило С.О. Фразеологічні засоби вербалізації концепту MARRIAGE в англійській мові. *Вісник Житомирського державного університету*. 2013. Вип. 68. С. 208–211.

5. Німецько-український фразеологічний словник / уклали В.І. Гавриш, О.П. Пророченко. Київ: Радянська школа, 1981. Том 1. 416 с.; Том 2. 382 с.
6. Олійник С.В. Місце оцінних фразеологізмів у структурі мовної картини світу. *Актуальні проблеми науки та освіти: збірник матеріалів XVIII підсумкової науково-практичної конференції викладачів МДУ*. 2016. С. 259–260.
7. Langenscheidt. 1000 deutsche Redensarten. Mit Erklärungen und Anwendungsbeispielen / Hrsg. Von H. Griesbach und D. Schulz. München: Langenscheidt, 2000. 248 S.
8. Redensartenindex. Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, feste Wortverbindungen. URL: <http://www.redensarten-index.de/suche.php> (дата звернення: 05.01.2018).
9. Röhrich L. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Freiburg / Basel / Wien: Herder, 2006. 1910 S.
10. Wander K.F.W. Deutsches Sprichwörterlexicon von Karl Friedrich Wilhelm Wander. 2006. 1 електр. опт. диск (CD-ROM).

Коваль И. И. Вербализация концепта SCHÖNHEIT фразеологическими единицами немецкого языка

Аннотация. В статье анализируется концепт SCHÖNHEIT, что вербализируется средствами фразеологии современного немецкого языка. Отмечается, что для

характеристики концепта SCHÖNHEIT ведущей является эстетическая оценка, которая зависит от понимания человеком мира прекрасного или безобразного и его ценностных ориентаций. Фразеологические единицы, вербализирующие концепт SCHÖNHEIT, образуют пять тематических групп: красота человека, красота одежды, сущность красоты, обманчивость внешности и быстротечность красоты.

Ключевые слова: концепт, фразеологические единицы, эстетическая оценка, картина мира.

Koval I. Verbalization of concept SCHÖNHEIT by phraseological units of German language

Summary. The article focuses on the concept SCHÖNHEIT, which is verbalized by means of the phraseology of the modern German language. Aesthetic evaluation is the leading one to characterize the concept SCHÖNHEIT. It depends on a person's understanding of the beautiful or ugly world and its value system. Phraseological units that verbalize concept SCHÖNHEIT build five thematic groups: human beauty, beauty of clothes, essence of beauty, deceptiveness of appearance and transience of beauty.

Key words: concept, phraseological units, aesthetic evaluation, picture of the world.