

Н. Г. Махоніна

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри германської філології
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
м. Дніпро, Україна*

А. А. Шарко

*старший викладач кафедри германської філології
Горлівський інститут іноземних мов
ДВНЗ «Донбасський державний педагогічний університет»
м. Бахмут, Донецька область, Україна*

НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА НІМЕЦЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ТЕМАТИЧНОЇ ГРУПИ «ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»

***Анотація.** Стаття, в якій розглядається вербалізація уявлень про гроші та економічні відносини, а також виявляються національно-культурні особливості українських та німецьких фразеологізмів відповідної тематичної групи, належить до галузі лінгвокраїнознавчих та лінгвокультурологічних досліджень.*

***Ключові слова:** лінгвокраїнознавство, лінгвокультурологічні дослідження, фразеологізм, лінгвокультурний концепт, пареміологічна картина світу, тематична група.*

Постановка проблеми, зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. На тлі глобалізації, різних форм міграції, які стали соціальною реальністю ХХІ століття, навіть пересічній людині стали чітко помітні численні відмінності представників одних культур порівняно з іншими. Своєрідність бачення навколишнього світу, реагування на нього представниками різних культур відбивається, зокрема, й на мовному рівні. Таким чином, тема запропонованого дослідження становить не лише науковий (виявлення мовної та позамовної специфіки змісту національно-культурного компонента фразеологізмів), але і практичний інтерес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню національно-культурної специфіки в порівняльно-зіставному плані присвячується чимало робіт. Проблеми «мова і культура», «фразеологія й культура», «фразеологія в контексті культури», «національна своєрідність фразеологізмів» розглядали О. Бабкін, О. Райхштейн, Дж. Лакофф, В. Мокієнко, С. Єрмоленко, Б. Ажнюк, А. Вежбицька, В. Телія, Д. Добровольський та багато інших учених. Стверджувалося навіть (В. Маслова), що термін «лінгвокультурологія» виник у зв'язку з роботами фразеологічної школи, очолюваної В. Телією. Поняття національної лінгвокультури охоплює широке коло мовних явищ, пов'язаних з ідеєю про внутрішню форму мови і про втілений у ній дух народу (В. фон Гумбольдт, О. Потебня). Серед усіх мовних одиниць фразеологізми внаслідок своїх мовних особливостей найбільш яскраво відображають національно-культурну самобутність мовного співтовариства (Н. Арутюнова, В. Виноградов, В. Гак, Д. Добровольський, В. Телія та ін.).

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У лінгвістиці немає єдиної думки щодо місця національно-культурного компонента в структурі фразеологічного значення, відсутній лінгво-культурологічний аналіз фразеологічних одиниць (далі – ФО) німецької мови у зіставленні з ідіоматикою української мови.

Мета роботи полягає у розкритті національно-культурної специфіки українських та німецьких ФО тематичної групи (далі – ТГ) «Економічні відносини» в порівняльному аспекті та виявленні їхніх національно-культурних особливостей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під тематичною групою нами розуміється «ряд слів, які тією чи іншою мірою співпадають за своїм основним змістом, тобто за приналежністю до одного й того ж семантичного поля» [1, с. 118]. Німецькі ФО тематичного поля «Економічні відносини» можна розділити на кілька груп:

1) **«Влада грошей»:** *Geld ist Macht* (букв. «гроші – це влада»); *Geld verführt die Welt* (букв. «гроші спокушають світ»); *Geld zwingt die Welt* (букв. «гроші підкорюють світ»); *Frauen und Geld regieren die Welt*

(букв. «гроші та жінки правлять світом»); *Hat der Bauer Geld, hat er die ganze Welt* (букв. «є в селянина гроші – є в нього цілий світ»); *Wer Geld hat, wird überall verstanden* (букв. «того, у кого гроші, всюди розуміють»);

2) **«Вплив грошей на людину»:** *Wer kein Geld hat, muss Honig im Munde haben* (букв. «у кого грошей нема, у того мед повинен бути в роті»);

3) **«Гроші важливіші за (моральні) цінності»:** *Wer Geld hat, ist fromm genug* (букв. «у кого гроші, той і досить побожний»);

4) **«(Моральні) цінності важливіші за гроші»:** *Geld macht nicht glücklich* (букв. «гроші не роблять щасливим»); *Besser in der Tasche kein Geld als ohne Freund in dieser Welt* (букв. «краще у гаманці без грошей, аніж у житті без друга»); *Geld kann viel, Liebe alles* (букв. «гроші можуть багато, любов – усе»).

Можна сказати, що всі ФО відображають вплив грошей на соціум і диференціюються за ознакою оціночної конотації. Найбільше число німецьких фразеологізмів репрезентують вирішальну роль грошей у житті суспільства загалом і в житті кожної окремо взятої людини, при цьому позитивна оцінка цієї ролі превалує у більшості з розглянутих ФО [4].

Серед усіх вищевказаних груп фразеологізмів можна виділити певну кількість одиниць, де образ грошей є антропоморфним, що також говорить про їхню значну роль у суспільстві, оскільки вони сприймаються у німецькій ментальності як живі, з якостями і функціями, притаманними людям [8]. Так, гроші, як і люди, можуть вступати у сімейні стосунки, наприклад, становитися нареченим (2) і нареченою (1): 1) *Ist das Geld die Braut, so wird die Ehe selten gut* (букв. «якщо наречена – гроші, то шлюб рідко буває добрим»); 2) *Geld führt die Braut heim* (букв. «гроші приводять наречену додому»); або представляти братерські стосунки: *Pfennig ist der Pfennings Bruder* (букв. «пфеніг – брат пфенінга»). Л. Федяніна [8] зазначає, що концепт ГРОШІ має ознаки віку: *altes Geld und junge Weiber sind gute Zeitvertreiber* (букв. «старі гроші та молоді жінки – краще проведення часу»); також йому притаманна здатність говорити: *Wo der Pfennig spricht, hört man andere Rede nicht* (букв. «де говорить пфеніг, іншої мови не чути»).

Деякі ФО прямо вказують на те, що гроші – визначний життєвий орієнтир: *Geld ist Blut und Seele der Menschen* (букв. «гроші – кров і душа людини»). У жартівливому сталому виразі *Vergiss das Beste nicht!* (букв. «не забудь про найкраще»), що вживається, щоб нагадати тому, хто йде, не залишати гроші на столі, компонент *das Beste* є гумористичним заміном слова «гроші» (вираз походить зі старовинної саги про скарби, в якій скнара був настільки вражений печерою скарбів, що загубив від неї ключі).

Привертає до себе увагу й той факт, що в німецьких ФО інтерпретація ставлення до багатства, а також протиставлення багатства і бідності відбувається явно на користь багатства: *Selig sind die Reichen, alles muss ihnen weichen* (букв. «щасливі люди – це багаті люди, все повинно їм підкорятися»); *Reichtum ist allein fromm* (букв. «багатство саме по собі благочинне»); *Reiche Leute sind überall daheim* (букв. «багаті люди всюди вдома»); *Der Arme fängt Fuchs, der Reiche trägt Pelz* (букв. «бідний ловить лисицю, багатий ходить у хутрі»). Нужденні обставини сприймаються в німецькій ментальності як щось неприємне, з чим потрібно якнайшвидше покінчити: *einen Brandbrief schreiben/schicken* (букв. «написати, надіслати палаюче писмо», тобто просити якнайшвидше надіслати гроші) або болісне, подібне до хвороби: *an Brustbeutelkatarrh/Portemonnaieschwindsucht leiden* (букв. «страждати на катар нагрудного гаманця/сухоти портмоне», тобто «не мати грошей»); *einen kranken Daumen haben* (букв. «мати хворим великий палець», тобто «не мати грошей»); незвичайна асоціація пояснюється тим фактом, що саме великим пальцем відраховували гроші, за відсутності останніх великий палець не працює, мабуть, «через хворобу».

У німецькому соціумі гроші заслуговують на поважне до себе ставлення, марнотратство, як і жадібність, вважаються нездоровими, тому засуджуються: *ein Fass ohne Boden sein* (букв. «бочка без дна», тобто «людина, якій потрібно знову й знову давати гроші»); *Geld (mit vollen Händen) zum Fenster hinauswerfen* (букв. «гроші пригорщами у вікно кидати»); *Pfennig drei / zehn Mal umdrehen* (букв. «кожен пфеніг три (десять) рази (у руці) повертати», тобто «бути жадібним, важко розставатися з грошима»).

У всіх вищевказаних фразеологізмах національно-культурний компонент проявлявся опосередковано, через мотиваційно-образний складник, внутрішню форму або проступав через загальний зміст ФО. Через затемненість внутрішньої форми, оскільки в основу деяких фразеологізмів покладені історичні звичаї, які з роками були повністю втрачені, національно-культурну своєрідність можна побачити зразу, але повністю розкрити тільки за допомогою спеціальних досліджень. Так, поява фразеологізму *von der Schnur leben* (букв. «жити з мотузочки», тобто «жити на одні заощадження») пов'язана зі стародавнім звичаєм, коли в монеті робилася дірка, і вона вішалася на мотузку, тобто таким чином людина намагалася заощаджувати. Фразеологізм *in der Kreide stehen/sein* (букв. «бути (стояти) у крейді») використовується, коли йдеться про борги, оскільки раніше господар таверни записував борги відвідувачів на дошці крейдою, звідси походить сучасне значення фразеологізму «бути боржником».

У певних ФО національно-культурний компонент виражається безпосередньо, наприклад через позначення національних грошових знаків, які є найменуваннями історичних реалій. Наведемо кілька прикладів прислів'їв з національно маркованими компонентами: *Gulden liege auf Gulden und es gibt keine Schulden* (букв.

«гульден складається до гульдена, і не буде жодних боргів», де гульден – одна з найбільш поширених золотих монет середньовічної Європи, у німецькій мові того часу слово “Gulden” вживалося на позначення «золотий»); *drei Heller sind auch Geld* (букв. «три гелера теж гроші», де гелер – дрібна монета, що карбувалася на території Німеччини з XII століття); *Keinen roten Heller bezahlen wert sein* (букв. «не бути вартим жодного червоного гелера», червоний у цьому разі означає колір міді); *Auf Heller und Pfennig bezahlen* (букв. «розрахуватися до пфеніга і гелера», тобто «до останньої копійки»); *Armer Leute Pfennige sind auch Geld* (букв. «пфеніги бідних людей – це теж гроші», де пфеніг – дрібна монета, що карбувалася в Німеччині із VIII століття); *seinen hübschen Taler (bei einer Sache) verdienen* (букв. «заробити свій чудовий талер», тобто «отримати гарний прибуток», де талер – назва крупної срібної монети, яка в XVI–XIX століттях відігравала важливу роль у грошовому обігу Європи); *Dukaten gegen Pfennige auswechseln* (букв. «розмінати дукати на пфеніги», тобто «поміняти щось добре на щось погане», де дукат – назва срібних, а потім і золотих середньовічних монет). Наприкінці наведемо приклад останньої закономірної інновації в рамках такої тенденції: *jeden Euro (Cent) zweimal (dreimal) umdrehen müssen* (букв. «бути вимушеним кожен євро (цент) два (три) рази (в руці) повертати (перед тим, як віддати)», тобто «мати фінансові труднощі, дуже економити»).

В українців свої уявлення про економічні відносини та добробут, але статки для них є також одним з базових понять людського досвіду й необхідним атрибутом сучасної цивілізації [6]. Однак ставлення до матеріального в українців неоднозначне: з одного боку, гроші та багатство цінуються високо, з іншого – їх важливість сприймається як відносна порівняно зі справжніми духовними цінностями [2, с. 70]. Такою суперечливістю, навіть бінарною опозиційністю характеризуються практично всі українські ФО на позначення економічних відносин, наприклад: *Гроші й камінь кують ↔ За гроші честі не купиши* (тобто «все купується за гроші» vs. «не все купується за гроші»); *Гроші всюди хороші ↔ Гроші то й роблять біду на світі* («гроші – добро» vs. «гроші – зло»); *З грішми дурня-невігласа почитають ↔ Сума то сума (гроші), та до неї треба й ума* («з грішми й розуму не треба» vs. «краще бути розумним, ніж багатим») та ін. Л. Корнева [5] виділила такі групи серед українських ФО, які об’єктивують традиційні (й сучасні) твердження про місце та роль грошей у житті:

1. «Гроші – життєва необхідність, їх наявність – запорука щастя й добробуту»: *Без грошей, як без рук ↔ «Гроші – зло, вони можуть занапастити людину»: Гроші то й роблять біду на світі.*

2. «Гроші – сила, яка править світом, вони можуть усе»: *Золото не говорить, а чудеса творить; Грошам усе повинується ↔ «Гроші – не такі могутні, у житті є речі, важливіші за них»: Добре слово краще, ніж готові гроші; Липше розум, як готові гроші; Не май сто кін, а май сто друзів; За гроші здоров’я не купиши.*

3. «Гроші треба заробляти власною працею та розумом»: *Зароблена копійка краще краденого карбованця ↔ «Праця й розум не допоможуть збагатіти, тому спосіб заробляння не має значення»: Грошам лиця немає.*

4. «Гроші роблять людину кращою»: *Хоч у голові пусто, аби грошей густо ↔ «Гроші не можуть зробити людину кращою, вони, навпаки, псують її»: Той п’є, в кого гроші є.*

5. «Гроші треба лічити та економно витратити»: *Держи копійчку про чорний день ↔ «Жадібність, скупість, корисливість – неприйнятні»: Скупий гроші складає, а чорт калитку шиє.*

Таким чином, можна сказати, що українські фразеологізми оцінюють феномен грошей і економічні відносини як з погляду прагматичного, так і з погляду морального, тобто чітко розрізняючи поняття багатства матеріального і багатства духовного. При цьому останнє, як зазначає Г. Малиновська [7, с. 80], є більш значущим для української ментальності: родина, воля, честь, кохання, дружба тощо поцінуються вище за статки. Наприклад, фразеологізм *за гроші не купиши ні батька, ні матері, ні родини* (тобто «матеріальний достаток, статки не замінять найближчої рідні») не просто прямо говорить про це, а й образно передає компоненти-символи духовності української родини – батько, мати, що підкреслюють особливості формування світобачення й зумовлюють ментальність українського етносу [3, с. 359–363].

Якщо ж говорити про прагматичний аспект економічних відносин і про оцінку людей, які володіють значними сумами, то для українців є особливо важливими джерела надходження грошей і ще більшою мірою те, як набутий фінансовий добробут використовується. Багатство, здобуте нечесним шляхом, засуджується: *гребти під себе* (тобто «бути зажерливим, збагачуватися»); *гребти лопатою гроші* (тобто «отримувати великі доходи, багато заробляти»); *слизький карбованець* (тобто «нечесно здобуті гроші»), як і отримані без суттєвих зусиль статки: *золотий дощ* (тобто «великі прибутки, гроші»); *легкий на гроші* (тобто «гроші дістають без затрати великих зусиль»); *пливти до рук* («легко, без труднощів дістатися»). В українській картині світу багатство не вважають показником успіху, тому в українській фразеології часто можна зустріти вирази, що досить часто оцінюють багатих людей як безсоромних і нечесних: *Багатому чорт дітей колише; Багатому й чорт гроші носить; аж із горла лізе* (тобто «хтось дуже багатий»); *дуріти з жиру* (тобто «від недостатків, високого суспільного становища поводитися нестримано, порушуючи моральні норми»); *казитися з жиру* (тобто «вередувати, коверзувати, дуріти з розкошів»); *кишення не сходиться* (тобто «бути дуже багатим»).

Як позитивне явище в українських фразеологізмах оцінюють кошти, набуті чесною, наполегливою працею: *Залізом золото добувають; гірко заробиши, а солодко з’їси; полатати злидні* (тобто «налагодити чий-небудь

фінансові справи»); *вибиватися із злиднів* (тобто «переставати бідувати, ставати заможним»); *важкі гроші* (тобто зароблені тяжкою працею); *збивати копійку* (тобто «відкладаючи, заощаджувати гроші»); працювиту, але бідну людину, якій важка праця не допомагає вийти з бідності, поважають: *Бідняк робить, а багачеві родить; Бідний з праці аж рветься, а багатому черево дметься; Багатство – не мудрець, убогість – не дурень*.

Марнотратство, легковажне ставлення до грошей засуджується українським соціумом так само, як і німецьким: *Хто живе без запасу* (тобто «без грошей»), *той гине без часу; Хто змолоду гроші береже, той на старість в нужді не живе*.

Як невід’ємний компонент духовної культури українські ФО на позначення економічних відносин містять словареалії колишнього українського побуту, присутність яких робить національно-культурний компонент найбільш наочним: як у *калитці є гроші, то й добре* (тобто «бути багатим»), де компонент «калитка» означає «сумку, мішок на гроші, яка виготовлялася зі шкіри або тканини й оздоблювалась вишивками та прикрасами із золота; гаманець»; *хоч гріш у каптані, та на сто рублів чвані* (тобто «бідна людина не хоче показати, що вона без грошей»), де компонент «каптан» – це особливий вид колишнього верхнього одягу.

Українські народні звичаї й повір’я також надають фразеологізмові неповторний національно-культурний колорит. Г. Крайчинська [6] стверджує, що орнітонім «зозуля» як спільнослов’янський етнокультурний маркер входить до компонентного складу багатьох ФО зі схожими значеннями: *добре на зозулю мати копійки в кишені; мати у кишені гроші на зозулю; бряжчати в кишені грішми на зозулю; сховай три гроші в руку на ку-ку*. Поява фразеологізмів пов’язана з повір’ям, що зозуля може прогнозувати добробут на цілий рік, якщо навесні, слухаючи її кування перший раз, мати у кишені гроші [6].

Висновки з дослідження. Національно-культурну специфіку українських та німецьких ФО ТГ «Економічні відносини» можна спостерігати на двох рівнях: на лінгвокраїнознавчому та лінгвокультурологічному. У першому випадку тривалий процес розвитку культури народів як українські, так і німецькі ФО відображають компонентами свого складу, своїми прототипами або своїми ідіоматичними значеннями (див. табл. 1). У другому випадку проведення концептуального аналізу дозволяє виокремити концептуальну різницю у сприйнятті світу українським та німецьким етносами.

Таблиця 1

Національно-культурна специфіка ФО ТГ «Економічні відносини»

Відображення національної культури	Німецька мова	Українська мова
всією ФО (безекві-валентна ФО)	<i>an Brustbeutelkatarrh/ Portemonnaieschwindsucht leiden</i> (букв. «страждати на катар нагрудного гаманця/ сухоти портмоне», тобто «не мати грошей»)	<i>аж із горла лізе</i> (тобто «хтось дуже багатий»)
	Ідею марнотратства виражає мотиваційно-образний складник, де нездатність контролювати витрати порівнюється з нездатністю контролювати роботу травного тракту.	Ідея багатства передається через національно-зумовлений мотиваційно-образний складник (неможливість проковтнути вже ні шматочка, оскільки більше в рот не лізе).
Компонентним складом ФО	<i>jeden Euro zweimal umdrehen müssen</i> (букв. «бути вимушеним кожен євро два рази (в руці) обертати», тобто «мати фінансові труднощі, дуже економити»)	<i>хоч гріш у каптані, та на сто рублів чвані</i> (тобто «бідна людина не хоче показати, що вона без грошей»)
	Національно-культурний компонент виражається через позначення національних грошових знаків	Компонент «каптан» є національно специфічним, це особливий вид колишнього верхнього одягу.
Прототипом ФО	<i>in der Kreide stehen/sein</i> (букв. «бути (стояти) у крейді»)	<i>бряжчати в кишені грішми на зозулю</i> (тобто) мати в кишені дрібні гроші»)
	Фразеологізм походить від звичаю господарів шинків записувати борги відвідувачів крейдою на дошці, звідси й сучасне значення фразеологізму «бути боржником».	ФО пов’язаний з повір’ям, що зозуля наврочить добробут на цілий рік, якщо, слухаючи її перше кування навесні, мати у кишені гроші.

ЛІТЕРАТУРА

- Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. Москва : УРСС Едиториал, 2004. 571 с.
- Бондаренко К.Л. Назви грошей в українській та англійській сленгових картинах світу. *Вісник СУМДУ. Серія «Філологія»*. № 1. 2007. Том 2. С. 68–72.

3. Євграфова А. Українська фразеологія в аспекті національної ментальності. *Вісник Львівського університету. Серія філолог.* Випуск 34. Частина II. 2004. С. 359–365.
4. Камышанченко Е.А. Сопоставительный анализ пословиц и поговорок английского и немецкого языков, репрезентирующих концепт «ДЕНЬГИ». *Филологические науки. Вопросы теории и практики.* 2012. № 1 (12). С. 78–80.
5. Корнева Л. Гроші у фразеологізмах: номінації та репрезентовані цінності. *Філологічні науки.* 2015. № 2. С. 86–92.
6. Крайчинська Г.В. Етнокультурні маркери в українській нумізматичній фразеології з компонентом – загальною назвою «гроші». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна».* 2011. Вип. 19. С. 266–271.
7. Малиновська Г. Концепт «гроші» в українській мовній картині світу. *Українська мова.* 2010. № 4. С. 75–84.
8. Федянина Л.И. Способы объективации концепта Geld в немецкой языковой картине мира : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Кемерово, 2005. 193 с.

Н. Г. Махонина, А. А. Шарко. Национально-культурная специфика немецких и украинских фразеологизмов тематической группы «Экономические отношения»

Аннотація. Стаття, розглядаючи вербалізацію представлень о деньгах и экономических отношениях, а также раскрывающая национально-культурные особенности украинских и немецких фразеологизмов соответствующей тематической группы, относится к области лингвострановедческих и лингвокультурологических исследований.

Ключевые слова: лингвострановедение, лингвокультурологические исследования, фразеологизм, лингвокультурный концепт, паремнологическая картина мира, тематическая группа.

N. Makhonina, A. Sharko. National-cultural features of German and Ukrainian phraseological units from the thematic group “Economic Relations”

Summary. This article belongs to the area of country studies through language and cultural linguistics. It deals with the verbalization of idea of law and legal relations in German and Ukrainian languages, reveals national and cultural peculiarities of the Ukrainian and German idioms of the thematic group “Economic Relations”.

Key words: country studies through language, cultural linguistics researches, idiom, linguocultural concept, paremiological vision of the world, thematic group.

УДК 82.091+173

Р. В. Мельников

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри української літератури та журналістики
імені професора Леоніда Ушкалова
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
м. Харків, Україна

О. О. Румянцева-Ляхтіна

аспірантка кафедри української літератури та журналістики
імені професора Леоніда Ушкалова
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
м. Харків, Україна

ТРАДИЦІЇ ПАТРІАРХАЛЬНОЇ ТА НУКЛЕАРНОЇ РОДИНИ В УКРАЇНСЬКОМУ СІМЕЙНОМУ РОМАНІ: ПОШУКИ ГАРМОНІЇ

Анотація. У статті проаналізовано традиції української патріархальної та нуклеарної родини у сімейному романі. Для дослідження використовується антропологічний підхід, що дає можливість розкрити сутність родинних взаємин між героями сімейних романів в українській літературі, простежити розвиток сім'ї в кількох поколіннях, охарактеризувати типи родини, конфлікти під час формування й розвитку сім'ї і, нарешті, зробити висновок про репрезентативність суспільства через членів родини.

Ключові слова: патріархальна сім'я, нуклеарна сім'я, антропологічний підхід, сімейний роман, сага, роман виховання.