

## **Цветообозначение в немецком языке как специфическое средство вербальной манифестации внутреннего мира человека**

Цвет окружает и сопровождает нас повсюду. Значение цвета для нас огромно, так как он занимает одно из центральных мест в жизни и сознании каждого человека. Мы не задумываемся над тем, какое влияние оказывают на нас цвета, как они незаметно для нас могут изменять наше настроение – вызывать ощущение бодрости и радости, или наоборот, чувство угнетения и печали. Способность различать цвета составляет существенную часть возможностей зрительного восприятия человека. Хотя на самом деле глаза человека воспринимают всего три цвета: красный, жёлтый и синий. И уже при смешении этих цветов мы различаем тысячи и тысячи различных оттенков. Цепочка возникновения цветов бесконечна, и не удивительно, что человек старается широко исследовать этот феномен.

Исследования цветообозначений как специфических средств вербальной манифестации внутреннего мира человека, его эмоций и этноконнотаций приобретает особый интерес. В разных языках обнаруживаются различные системы средств выражения объективной материальной реальности, отражающие общую ментальность этноса. Как известно, одним из важнейших атрибутов и является цвет.

Многие научные дисциплины изучают цвет: физика, химия, биология, психология и др. Силу воздействия цвета на человека давно заметили представители науки и искусства. Нужно заметить, что цвет, как предмет исследований остаётся не изученным до конца, так как он представляет собой многостороннее явление. И на фоне уже достигнутых результатов в исследовании цветообозначений продолжают существовать различные споры, связанные с этой темой.

В немецком языке идёт интенсивный и постоянный процесс создания новых цветообозначений и мотивы номинации цвета черпаются из различных областей окружающего человека мира (названия плодов и растений / *Tomate-tomatenrot*; напитков / *Kaffeebraun*; животных / *Leopardfarben* и др.)

Немецкие цветономинации представляют собой систему, в центре которой слово, обозначающее понятие цвет, а на периферии слова, содержащие сему конкретного цвета. Но с другой стороны цветономинацию можно представить как ряд микросистем, в центре каждой – центральное цветообозначение, вокруг которого в определенном порядке группируются слова, связанные с семой центрального цветообозначения. Так микросистема красного цвета /*rot*/ включает несколько подгрупп цветообозначений, передающих различные оттенки красного цвета: *hellrot* (*fleischfarben*, *zartrosa*, *korallenrot*); *dunkelrot* (*himbeerfarbig*, *weinrot*, *bordeauxrot* usw.) Порядок распределения периферийных объектов вокруг центрального цвето-

обозначения зависит от семантического значения (степень цветовой насыщенности), стилистических возможностей, степени употребительности. К группе центральных цветообозначений принадлежат основные цветономинации (rot, gelb, grün, blau, weiß, grau, schwarz, braun); остальные (оттеночные цветообозначения занимают периферийное положение.)

Мы попытались рассмотреть цветообозначения немецкого языка с точки зрения номинации и словообразования, и классифицировать по лексико-семантическому признаку. В процессе классификации цветообозначений нами было выявлено 15 лексико-семантических групп, служащих основными источниками новых цветообозначений.

№	Лексико-семантическая группа	Примеры
1.	Явления природы.	himmelblau, sonnengelb, eisgrau
2.	Флора.	astkieferfarben, rosenholz, erikarot
3.	Фауна.	taube, fledermausgrau, krebsrot
4.	Плоды и овощи.	aprikosenfarben, olivbraun, zitronengelb
5.	Пищевые продукты, напитки, выпечка.	hönigfarben, pfefferbraun, tee-gelb, caramelgelb
6.	Драгоценные камни, камни, минералы.	steingrau, amethystblau, rubinrot
7.	Металлы.	platinblond, stahlgrau, eisenrot
8.	Красители.	bisterbraun, indigoblau
9.	Топонимы.	alpinweiß,
10.	Названия со сложной этимологией.	blue-power, marine
11.	Область человеческой деятельности.	ziegelrot, zementgrau, jeansblau
12.	Части тела.	brunsebraun, aschblond
13.	Время суток, время года	morgenrot, nachtschwarz
14.	Персоналии.	negerschwarz
15.	Природные материалы.	kreideweiß, lehm-gelb

Наиболее многочисленными группами являются: «флора», «фауна», «драгоценные камни», «названия со сложной этимологией» и «область человеческой деятельности». Они составляют около 60% цветообозначений от общего количества.

Самой продуктивной оказалась лексико-семантическая группа «флора», так как благодаря миру природы мы получаем наибольшее количество объектов для сравнения. Данная группа цветообозначений составляет 20% от общего числа цветообозначений в немецком языке. В основу номинации положены окраска растения, его листьев, древесины или цветков.

Цветообозначения этой группы используются как для описания цветовой гаммы мебели (nußbaumfarben, astkieferfarben), так и для описания цвета одежды (rosenholz, jasmin, lind). Все они воздействует на покупателей с помощью тонких психологических нюансов: мебель цвета красного дерева кажется намного дороже, престижней и качественней.

Примечательно то, что в данной группе продуктивная модель «названия растения + цветообозначения» не является единственной. Цветообозначение может быть также связано с различными частями растения: (ebeschengrün) окраска листвы рябины и (ebereschbraun) цвет коры рябины.

Для сравнения, могут привлекаться не только части растений, но и их различное состояние: свежие листья (buchengrün) или сухие листья (buchenbraun).

Также довольно продуктивной здесь оказывается и модель образования цветообозначений по схеме: оттенок + различные модификаторы, например, (dunkelmint, hellmint, zartmint).

Таким образом проанализировав около 1000 цветообозначений немецкого языка, мы пришли к следующим выводам:

1) наиболее продуктивными при номинации цвета являются категории «флора», «фауна», «драгоценные камни», «область человеческой деятельности» и «названия со сложной этимологией», а наименее продуктивные - «красители», «части тела», «время суток, время года».

2) Постоянное появление новых цветообозначений в немецком языке стимулируется торговлей и её энергичным спутником – рекламой. Современные цветообозначения содержат информацию не только о цветовых нюансах, но и нацелены на ассоциации престижного плана. Эти слова являются броскими, и поэтому отвечают основной цели рекламы – привлечь внимание.

3) Цветообозначения являются важным элементом описания и различия объектов окружающего человека мира. Название цвета легко заимствуется одним языком из другого, поэтому и происходит постоянный процесс возникновения новых цветообозначений; так как во многих языках возникают всё новые названия оттенков, которые даются по цвету растений, животных и различных веществ.

Литература

Степанова М.Д., Фляйппер В. Теоретические основы словообразования в немецком языке. М.: Высшая школа, 1984.

Duden. Deutsches Universalwörterbuch. Mannheim, 1989.

Jung W. Grammatik der deutschen Sprache. Leipzig, 1973.

Ludwig K. D. Die Farbe in lexikographischer Sicht. Deutsch als Fremdsprache, 1969.

Е.В. Тихонович

г. Белгород, Белгородский университет  
потребительской кооперации

### **Языковые тесты и их роль в общественно-политической жизни Германии**

В настоящее время в дискуссии по вопросам образования, а также интеграции иммигрантов в общественно-политическую жизнь Германии языковые тесты играют большую роль. Вопросы тестирования, теория соз-