

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭМОЦИИ «FREUDE/РАДОСТЬ» В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Е. Н. Ваганова, А. К. Харламова

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
имени Н. П. Огарёва*

LANGUAGE PRESENTATION EMOTIONS “FREUDE/JOY” IN GERMAN AND RUSSIAN PHRASEOLOGY

E. N. Vaganova, A. K. Kharlamova

National Research Mordovia State University named after N. P. Ogarev

Аннотация: в предлагаемой вниманию статье изложены теоретические основания для изучения человеческих эмоций, показана взаимосвязь эмоций с языком, мышлением и культурой. Одним из важных средств выражения эмоций среди других эмотивных единиц языка являются фразеологизмы. Проводится сравнительно-сопоставительный анализ способов вербализации эмоции *Freude/радость* в немецком и русском языках с помощью фразеологических единиц в лексикографии, выявляются глубинные механизмы, лежащие в основе фразеологической номинации эмоций в сопоставляемых языках, а также способы объективации и языковой фиксации транслируемой культурно значимой информации, характерной для каждой отдельной лингвокультуры в рамках системы ценностей этноса. Выделяется общее и специфичное в эмотивном содержании фразеологизмов в немецкой и русской лингвокультурах. Сравнительный анализ показал, что при раскрытии культурной коннотации важную роль играет комментарий образного основания фразеологизмов. Образно-метафорическая составляющая позволяет установить очевидные межъязыковые различия. Эмоциональное проявление чувства радости объективируется разными зооморфными образами. В смысловой структуре исследуемых фразеологизмов обнаруживаются разные артефактные компоненты. Однако в немецких и русских выражениях выявляются точки соприкосновения во внешнем проявлении радости. Люди ведут себя громко, активно, хлопают в ладоши, прыгают, танцуют, обнимаются. Самое типичное и яркое проявление радости – смех. Пространственное движение вверх одинаково для обеих лингвокультур: стремление к небу, прыжки вверх, до потолка. Позитивная эмоция приобретает светлый оттенок, в обеих культурах описывается, что человек светится, сияет от радости. Результаты проведенного исследования дают возможность глубокого понимания национального менталитета, что является необходимым критерием в межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: фразеологизм, эмотив, национально-культурная специфика, концепт, эквивалент, эмотиология.

Abstract: this article presents the theoretical foundations for the study of human emotions, shows the relationship between emotions, language, thinking and culture. One of the important means of expressing emotions among other emotive units of the language are phraseological units. A comparative analysis of the ways of verbalizing the emotion *Freude/joy* in german and russian languages using phraseological units in lexicography is carried out, highlighted are the deep mechanisms underlying the phraseological nomination of emotions in the compared languages, as well as the ways of objectification and linguistic fixation of transmitted culturally significant information, characteristic for each individual linguoculture within the ethnos value system. The general and specific in the emotive content of phraseological units in german and russian linguocultures are highlighted. Comparative analysis has shown that when uncovering cultural connotations, commentary on the figurative basis of phraseologisms plays an important role. The figurative-metaphorical component makes it possible to establish obvious



interlanguage differences. The emotional manifestation of a sense of joy is objectified by different zoomorphic images. Different artifact components are found in the semantic structure of the phraseologisms studied. However, in German and Russian expressions, obvious points of contact are found in the external manifestation of joy. People behave loudly, actively, clapping their hands, jumping, dancing, hugging. The most typical and vivid manifestation of joy is laughter. The upward spatial movement is the same for both linguistic cultures: striving for the sky, jumping up to the ceiling. A positive emotion acquires a light shade. In both cultures it is described that a person glows, shines with joy. The results of the study provide an opportunity for a deep understanding of the national mentality, which is a necessary criterion in intercultural communication.

Key words: *phraseological unit, emotive expression, national and cultural specificity, concept, equivalent, emotiology.*

Введение

В наше напряженное и динамичное время становится актуальным исследование эмоциональной сферы человека, которая, помимо психологии, физиологии, философии, находится в центре внимания научных интересов представителей лингвистики. На стыке традиционного языкознания с психологией в 80-х гг. XX в. сформировалось новое направление – эмотиология, или наука о «вербализации, выражении и коммуникации эмоций» [1, с. 33], которая получила свое дальнейшее развитие в трудах Л. Г. Бабенко, Н. А. Красавского, А. Вежбицкой, Э. С. Азнауровой, И. В. Арнольд, М. Д. Городниковой, Ю. Г. Косяковой, З. Е. Фоминой, Н. М. Михайловской, Н. М. Павловой и многих других отечественных ученых. Объектом изучения эмотиологии является, во-первых, феноменологическая категоризация эмоций с точки зрения лингвистики и, во-вторых, презентация ее категории эмотивности, поскольку языку имманентно присуще выражать переживания людей практически во всех сферах жизнедеятельности человеческого бытия. Более того, бесспорным является факт участия эмоций в процессе познания/когниции [2, с. 38]. Учеными подчеркивается, что главным идеографическим вектором новой идиоматики, как и идиоматики в целом, являются эмоции [3, с. 453].

Эмоции – это определенная реакция на окружающую действительность, поэтому для своего языкового воплощения требуются такие языковые средства, которые обладают яркими выразительными возможностями. Эмотивность считается языковой категорией [4, с. 185; 5, с. 114; 6, с. 7]. «Эмоции – специфическая, своеобразная форма когниции, отражения и оценки окружающей человека действительности», они преобразуются на языковом уровне в эмотивность [7, с. 559]. Эмоции выражаются в речевой деятельности человека при помощи специфических единиц – эмотивов, которые выполняют эмотивную и экспрессивную функции. Эмотивная функция заключается в бессознательном выборе средств без какой-либо цели в противоположность экспрессивной, когда языковые средства отбираются целенаправленно для воздействия на адресата и играют важную роль в установлении межличностных контактов.

Эмоции отличаются субъективностью идентификации и ситуативностью проявления, поскольку выражаются не в отдельности, а в совокупности, что затрудняет их классификацию. Особое внимание уделяется базовым эмоциям, которые считаются одинаковыми для представителей большинства культур. Исходя из результатов работ психологов К. Изарда, У. Макдауэлла, П. Экмана, мы выделили для данного исследования одну общую эмоцию – Freude/радость, которая изучается в сложных структурных знаковых образованиях в немецкой и русской лингвокультурах, поскольку они хранят в образной форме богатый эмоциональный опыт кодирования и декодирования человеком окружающей его действительности [8, с. 115].

Определяющим критерием при отборе среди множества лексических средств в нашем исследовании явился тот факт, что фразеологические единицы (ФЕ) отличаются яркой образностью, оценочностью и эмоциональностью. В их семантической структуре оценочно-образный компонент максимально развернут. Эмотивы, репрезентирующие базовую эмоцию «радость», исследуются нами во фразеологическом пласте – одном из богатейших в лексическом составе языка, который всегда привлекал внимание лингвистов возможностью многоплановых исследований и многоаспектных подходов к их изучению. Фразеологизмами называют раздельнооформленные единицы языка, которые характеризуются устойчивостью и либо полным, либо частичным семантическим преобразованием компонентов [9, с. 119]. Это своеобразные средства хранения в человеческом сознании опыта об окружающей действительности, который отображается в семантике фразеологических единиц. На их основе исследователи прослеживают взаимоотношения между языком и сознанием, мышлением, культурой.

Взаимосвязь эмоций и языка представляет собой двусторонний, взаимообогащающий, взаимонаправленный процесс. Так, с одной стороны, homo sentiens (человек эмоциональный) способен называть, описывать эмоции с помощью языка, ФЕ участвуют в кодировании эмоциональных переживаний, и с другой стороны, словесное выражение эмоций приводит к их возникновению.

Способы языкового выражения эмотивов объединяются учеными в три основные группы. К первой относятся эмотивы, выражающие эмоцию, но не передающие ее, например, междометия: Hurra! – Ура! Hoppla! – Ой! Juchhu! – Юху! Ко второй причисляют эмотивы, номинирующие определенное эмоциональное состояние: die Freude – радость, der Zorn – гнев, die Angst – страх. К третьей группе принадлежат эмотивы, как выражающие, так и передающие эмоцию: der Neunmalkluge – всезнайка, der Pfundskerl – молодчина.

Н. А. Красавский приводит в своей работе аналогичную классификацию фразеологизмов, взятую за основу в нашем исследовании: а) фразеологизмы-декрипторы: Krokodilstränen vergießen – лить крокодиловы слезы; б) фразеологизмы-номинанты: vor Glück strahlen – светиться от счастья; в) фразеологизмы-экпликанты: Auf Nimmerwiedersehen! Скатертью дорожка! [8, с. 110–111].

Связь эмоций и мышления отображается в когнитивной лингвистике посредством концепта – зафиксированного смысла в сознании человека [10]. Процессы человеческого мышления обладают метафорическим характером, так как понятийная система человека упорядочивается и определяется метафорически [11, с. 205, 210]. Придерживаясь когнитивного подхода при рассмотрении природы метафоры, Дж. Лакофф и М. Джонсон утверждают, что «в основе процессов метафоризации лежат процедуры обработки структур знаний – фреймов и сценариев. Знания, реализующиеся во фреймах и сценариях, представляют собой обобщенный опыт взаимодействия человека с окружающим миром – как с миром объектов, так и с социумом» [12, с. 9]. ФЕ формируются на базе метафоры и метонимии. А. Н. Баранов обозначает метафору термином «фрейм» – концептом, являющимся совокупностью хранимых в памяти готовых ассоциаций [13, с. 77]. Обращаясь к теории метафоры и глубинным аспектам когнитивного процесса, Э. Маккормак подчеркивает, что метафоры являются результатом воздействия определенного когнитивного процесса на формальные семантические структуры, выступают посредником между разумом и культурой [14, с. 361–362].

Культурно-национальное своеобразие языка и его носителей ярко отражается во фразеологии. В. Н. Телля отмечает, что фразеологизмы «возникают в национальных языках на основе такого образного представления действительности, которая отражает обиходно-эмпирический, исторический или духовный опыт языкового коллектива, который, безусловно, связан с его культурными традициями, ибо субъект номинации и речевой деятельности – это всегда субъект национальной культуры» [15, с. 214]. Фразеологизмы представляют собой сгусток культурной

информации, позволяют сказать многое, экономя языковые средства и в то же время добираясь до глубины народного духа, культуры [16]. Другими словами, фразеологизмы лаконично отражают своеобразие и дух народа, его ценностей. Одновременно с этим они обладают специфичностью, ведь образное мышление народов, которое влияет на формирование их картин мира, индивидуально. В данном случае мы говорим о различных языковых картинах мира, в которых отражается и их ценностная оценка с точки зрения отдельной нации, которую можно проследить по фактам языка.

Фразеологические единицы изучаются с позиции лингвистики эмоций. Особенно актуальной в этом контексте представляется проблема вербализации эмоций фразеологическими средствами германских и славянских языков, которая связана с изучением национально-культурной специфики выражения эмоций. Эмоциональность выступает как факт психики и отражается в семантике фразеологических языковых единиц.

Цель работы – провести лингвокультурологический анализ способов вербализации эмоций Freude/радость посредством фразеологических единиц для выделения универсальных и специфических черт немецкой и русской фразеологической картины мира, что представляет большое значение для внутрикультурного общения и межкультурной коммуникации. Статья отличается определенной новизной в силу обращенности ее содержания к описанию основных образов проявления радости, выявлению сходных черт в денотативном описании выделенного фрагмента мира у немцев и русских, изучению национально-культурной специфики выражения эмоций во фразеологизмах как знаках языка, культуры и коммуникации. При этом мы руководствовались сопоставительным методом для установления сходств и различий, а также языковой реализации эмоций в немецкой и русской лингвокультурах, методами сплошной выборки и классификации, когнитивного анализа и культурологического описания составляющих концепты элементов. Базой исследования послужили многочисленные лексикографические источники [17–23].

Результаты исследования и их обсуждение

Прежде чем обратиться к анализу фразеологизмов со значением «радость» в русском и немецком языках, раскроем понятие этой базовой положительной эмоции.

Согласно толковому словарю русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, «радость» – это: 1) веселое чувство, ощущение большого душевного удовлетворения; 2) то, что (тот, кто) вызывает такое чувство; 3) радостное, счастливое событие, обстоятельство [24, с. 640].

Онлайн-словарь Дуден дает следующие определения слова «Freude»: 1) *hochgestimmter Gemütszustand; das Froh- und Beglücktsein*; 2) *etwas, was jemanden erfreut (gehoben)* [25].

Исходя из толкований, следует отметить, что семантические структуры лексем «радость» и «Freude» практически совпадают в обоих языках – это как чувство душевного удовлетворения, так и то, что вызывает чувство радости. Однако в русском языке, помимо этого, имеется одно дополнительное значение – «радостное, счастливое событие, обстоятельство».

Рассмотрим фразеологизмы в следующих группах по Н. А. Красавскому: дескрипторы, номинанты и экспликанты, – и, учитывая структуру фразеологизмов, для лучшей наглядности объединим их в следующие подгруппы, опираясь на классификацию Е. Ф. Арсентьевой: 1) полные эквиваленты – это ФЕ с тождественной структурой, образной основой и переносным значением; 2) частичные эквиваленты – это ФЕ с тождеством семантики и внутренней формы, но отличием по какому-либо одному показателю (количество компонентов, сочетаемость и др.); 3) фразеологические аналоги – это ФЕ с тождественной семантикой и разной образностью; 4) безэквивалентные фразеологизмы – это ФЕ без соответственного эквивалента в другом языке, которые передаются при помощи описания [26, с. 178–223].

1. Фразеологизмы – дескрипторы:

а) полные эквиваленты: *die ganze Welt umarmen wollen* – *хотеть обнять весь мир, in die Hände klatschen* – *хлопать в ладоши*;

б) частичные эквиваленты: *auf Wolke sieben schweben / sich wie im siebten Himmel fühlen* – *быть на седьмом небе от счастья*;

в) фразеологические аналоги: *bis über beide Backen grinsen / strahlen* – *сиять от радости / сиять как начищенный пятак / сиять как медный грош / рот до ушей, das Herz jauchzt (einem) im Leibe* – *душа поет, in Saus und Braus leben* – *кататься как сыр в масле, im Dreieck / Viereck springen (vor Freude)* – *прыгать от радости, sich ein Loch in den Bauch lachen* – *смеяться до упаду*;

г) безэквивалентные фразеологизмы:

strahlen / sich freuen wie ein Honigkuchenpferd – *широко и наивно улыбаться*. Дословно переводится «улыбаться как медовый пряник». Мед в древние времена считался божественным даром. Выбор лексемы *grinsen* с «ухмылкой» в идиоме *grinsen wie ein Honigkuchenpferd* объясняется тем, что при украшении медовой лошади рот изображался в виде небольшого бантика с глазурью. *Honigkuchenpferd* – это медовый пряник, традиционная рождественская выпечка в форме лошади, распространенная в Германии. Обычно кондитеры украшают эту лошадку улыбкой, которая и послужила мотивацией к форми-

рованию фразеологизма. В русском культурно-языковом социуме употребляется *выпрыгивать из штанов* – о человеке, который находится в состоянии азарта, восторга, буйной радости, переживая успех.

2. Фразеологизмы – номинанты:

а) полные эквиваленты: *den Becher der Freude bis zur Neige leeren* – *испить (до дна) чашу радостей, Tränen der Freude weinen / vergießen* – *плакать слезами радости, vor Freude bis an die Decke springen* – *прыгать до потолка от радости*;

б) частичные эквиваленты: *Freudentanz aufführen* – *плясать от радости, vor Freude in die Luft springen* – *прыгать от радости*;

в) фразеологические аналоги: *sich freuen wie ein Schneekönig / Zaunkönig* – *быть в диком восторге, ликовать от радости, sich freuen wie ein Stint* – *быть в телячьем восторге*;

г) безэквивалентные фразеологизмы:

sich freuen wie ein Schnitzel – *бурно радоваться чему-л.* Точное происхождение выражения неизвестно, оно сравнительно новое в немецком языковом социуме. Предполагается связь с животным – свиньей, исходя из выражения «Schwein haben», имеющим значение «повезти».

Смешинка в рот попала – в народе история фразеологизма звучит следующим образом: мужчина пришел голодным домой, но продуктов не было, и жена приготовила «смешанку» из того, что имелось. Мужчина не понял по вкусу, что ел, и рассмеялся, и когда жена спросила, в чем дело, он ответил: «Да смешанка в рот попала». Впоследствии слово «смешанка» (от слова «смешать») с ударением на букву «е» трансформировалось в «смешинка» для ассоциации со словом «смех». Этим фразеологизмом обозначают людей, которые смеются без повода, на пустом месте.

3. Фразеологизмы – экспликанты: *Gott sei Dank!* – *Слава Богу!, Meine Güte!* – *Бог ты мой!*

а) фразеологические аналоги:

Friede, Freude, Eierkuchen! – *Мир, дружба, жвачка!* В немецком языке фразеологизм используется иронично для описания мирного и беспечного общества и указывает, что кто-то подавляет проблемы вместо их решения. Письменное упоминание данного фразеологизма сохранилось в сатирическом журнале «Ойленшпигель» от июля 1959 г. в рубрике «театр». В нем говорится о сатире Карле Андриессе, который закончил свою негативную оценку комедии Густава фон Вангенхайма следующим предложением: «Am Schluß, wie sich's gehört, Friede, Freude, Eierkuchen und Beifall».

Выражение «Мир, дружба, жвачка!» используется в русском языке для предложения дружбы и перемирия и несет в себе положительную оценку. Оно звучало изначально «Мир, дружба, фестиваль» и было

лозунгом проводившегося в СССР Международного фестиваля молодежи, куда приглашались студенты из разных стран, привозившие с собой разные товары, в том числе и жевательную резинку, которая стала особенно популярной. Тогда слово «фестиваль» в лозунге заменили на «жвачку»;

б) безэквивалентные фразеологизмы:

Jubel, Trubel, Heiterkeit! – фразеологизм используется для описания приятной атмосферы на празднике или на встрече. Дословно переводится как «Восторг, волнение, веселье!»

Разлюли малина – привольное жилье, очень хорошо.

Обратимся к двум фразеологизмам *сиять, как масляный блин / как блин на масленицу; strahlen / sich freuen wie ein Honigkuchenpferd* (букв. сиять, радоваться, как медовый пряник в форме лошади). В обеих лингвокультурах понятия *масляный блин* и *Honigkuchenpferd* имеют непреходящее значение, связаны с базовой системой ценностей народа. Оба фразеологизма, в которых представлена гастрономическая метафора, восходят к старинным праздникам со своими обычаями и атрибутами. Блины – это типичное блюдо традиционной русской кухни, они пекутся как на дрожжевом, так и на бездрожжевом тесте, подаются как отдельно, так и с разными наполнителями: творогом, сметаной, медом, икрой и т. п. Блины считаются важнейшим атрибутом масленичных гуляний, они символизируют солнце и много света. *Honigkuchenpferd* – это выпечка на Рождество и другие праздники, хотя это кондитерское изделие встречается в регионах Германии совершенно в разных формах: коня, зайца, звезды, сердца, колец, плетенки, женщины с колесом и т. п., служит символом самых разнообразных аспектов культурной жизни. Лошадь воплощает в себе самые лучшие качества нескольких животных одновременно: силу быка, храбрость льва и скорость оленя. В немецкой фразеологической картине мира на молодежном сленге зафиксированы еще две единицы *sich einen Kullerkeks freuen / sich einen Keks freuen* (букв. радоваться печенью, радость уподоблена ценности и обретению кондитерского изделия) и более активная ФЕ (*sich freuen wie ein Schnitzel*) (букв. радоваться как шницель), в которых обнаруживается гастрономическая метафора. В немецкой культуре известно несколько наименований шницеля: *Wiener Schnitzel* / шницель по-венски, другими словами отбивная телятина австрийской кухни, панированная в муке, яйцах и сухарях, *Zigeunerschnitzel* / цыганский жареный шницель с соусом, приправленный перцем, с помидорами, грибами и другими ингредиентами, *Jägerschnitzel* / охотничий шницель, который готовится без панировки и подается с пикантным соусом с грибами. Перечисленные гастрономические реалии готовятся в

основном из свинины, а свиная имеет положительные коннотации и считается символом благоденствия и богатства у немцев. Поэтому более ранней ФЕ признается *sich freuen wie (die) Sau*.

Перейдем к сравнительному рассмотрению фразеологизмов *aus dem Häuschen sein / (völlig) ganz aus dem Häuschen sein / ganz (rein) aus dem Häuschen geraten (fahren) / jmdn aus dem Häuschen bringen* и *выпрыгивать из собственных утанов*. Сила эмоции Freude/радость требует, безусловно, своего выхода наружу, только в немецкой лингвокультуре это целостное вместилище незначительных размеров – домик, а в русской идиоматике это происходит из нижней половины тела, а именно из брюк. Дом – это земное вместилище души, поэтому состояние экстаза сравнивается с выходом из этого домика. Некоторые также соотносят это выражение с сумасшедшим домом, куда раньше помещались душевнобольные. Поскольку идиома была зафиксирована только в начале XIX в., то не исключена вероятность ее заимствования из французского языка, в котором парижские приюты для умалишенных называются *petites maisons*.

Близким к рассматриваемым ФЕ является выражение *außer Rand und Band sein* – быть вне себя. Истоком возникновения фразеологизма считается старинное ремесло по производству крупной деревянной тары – бочки. Бондарные изделия изготавливались из специальной древесины, сверху и внизу обрамлялись деревянным ободком и стягивались металлическими обручами для придания посуде большей прочности. Без металлических зажимов, деревянных ободков (*Band, Rand*), опыта ремесленников бочковые гнутые доски не смогут удержать деревянный остов и обеспечить герметичность. Человека, переполняемого эмоциями радости, начинает распирать, бурное переживание положительной эмоции передается через ремесленное изделие.

«Радость» своеобразно представлена в русской и немецкой языковых картинах мира через зооморфные признаки. Среди анималистических признаков «радость» в русской культуре отмечены признаки конкретных животных, а именно «теленка», «собаки». Отзоонимные прилагательные входят в семантическую структуру русских ФЕ *телячий восторг* (при избытке чувств безмерный, бессмысленный, слишком бурный или беспричинный восторг), *собачья радость* (колбаса самого низкого качества, сорта). По внутренней форме они не могут соотноситься с немецкими компаративными ФЕ, в которых также присутствуют зоонимы, передающие истинную радость через орнитизмы и ихтиизмы: *sich wie ein Stint freuen, sich wie ein Schneekönig freuen*. Зооморфная сфера в немецкой культуре более обширна, зооморфный облик «радости» в немецкой культуре представлен птицами

Schneekönig (крапивник) и рыбами *Stint* (корюшка). Д. Г. Мальцева считает, что в основе ФЕ *sich wie ein Stint freuen* лежит нижненемецкое название небольшой рыбки, которую вылавливают в заливах (гаффах), а источником возникновения этого фразеологизма считается стихотворение немецкого поэта Ф. В. фон Вернойхена „Der Mai“ [20, с. 289]. Существует и другая точка зрения относительно источника происхождения данной ФЕ. А. Цалоев утверждает, что слово “Stint” вовсе не связано с маленькой рыбкой корюшкой, на нижненемецком диалекте эта лексема обозначает ‘глупца, дурака’ [27]. Электронный фразеологический словарь поддерживает обе точки зрения [21].

Schneekönig – это мелкая птица с острым клювом, которая по жизнерадостности и бодрому настроению, ловкости отличается от большинства немецких птиц. Несмотря на холода, крапивники не выдают свое уныние, насвистывают свою веселую песенку, словно весна уже на пороге. Способность противостоять морозам послужила основой для старинного прозвища *Schneekönig* ‘снежный король’, так как хорошее настроение не покидает крапивника даже в сильные морозы. Не менее популярным считается название этой птички *Zaunshlüpfer/Zaunkönig*, в котором подчеркивается ее способность проникать сквозь щели изгороди.

При сопоставлении фразеологических фактов обоих языков *die Hosen [gestrichen] voll haben / радости полные штаны* обнаруживается присутствие одного и того же предмета одежды. Только немецкой идиомой передается страх, что, безусловно, связано с физиологическими процессами, так как сильный испуг может спровоцировать преждевременное опорожнение кишечника и мочевого пузыря. В качестве образной составляющей данной идиомы эксплицируются определенные психофизиологические реакции, потеря контроля над функциями организма. В русской лингвокультуре при характеристике радостного человека используется идиома *радости полные штаны*, т. е. передается переизбыток чувств, большое количество положительных эмоций. Встречаются и варианты данной идиомы: *полные штаны удовольствия, счастья / смеху полные штаны (штанишки)*.

В ФЕ, которые эксплицируют радость, присутствуют соматизмы (*bis über beide Backen grinsen / strahlen, über das / übers ganze Gesicht strahlen*, вульг. *sich ein zweites Loch in den Arsch freuen, sich ein Loch in den Bauch freuen*). Щеки, лицо – это внешнее проявление радости. Глагол *strahlen*, который входит в состав ФЕ, передает сияние, блеск, что ассоциируется с природным явлением *die Sonne strahlt am <vom> Himmel*. Образ солнца, мотивирующий и организующий значение фразеологизма, является наглядно представляемым. Приподнятое настроение, струяща-

яся радость основаны на сравнении с лучами солнца, которые также ассоциируются с блаженством и хорошим настроением.

Как свидетельствуют немецкие и русские фразеологизмы *vor Freude an die Decke springen / прыгать (скакать, подпрыгивать) до потолка*, радость имеет одинаковое внешнее проявление в обеих лингвокультурах, что выражается в прыжках в воздушную сферу, устремленности к высоте, восторженном движении вверх. По названным признакам определяется интенсивность проявления радости, глубина чувств. В немецком языке присутствуют и другие варианты *einem Luftsprung machen / Luftsprünge machen*. Радость сопряжена с движением. Это и понятно. Слово *Freude* образовано от слова *froh*, что первоначально означало «schnell, eilig». Индогерманский корень *preu* означает *springen* [28].

Бурное проявление радости в немецком языковом сознании выражается танцевальными движениями *einen Freudentanz / Freudentänze aufführen*. Радость и есть движение: *vor Freude taumeln*. В русской культуре это выражается с помощью уменьшительно-ласкательного слова, зоонима ‘козлик’ *скакать козлом*, соматизма *не чуют под собой ног, не слышат под собой ног*.

Внутренне проявление радости представлено такими фразеологизмами: *jemandem hüpfet das Herz (im Leib / in der Brust); jemandes Herz hüpfet, jemandes Herz lacht; jemandem lacht das Herz (im Leib), das Herz erfreuen / сердце прыгает (запрыгало) от чего-либо; сердце взыграло, душа радуется, сердце радуется*. В обеих лингвокультурах радость передается через признаки движения. Учащенное сердцебиение эксплицируется глаголом ‘hüpfen / прыгать (запрыгать)’, а это совершение маленьких прыжков. В немецкой лингвокультуре радость передается глаголом ‘lachen’, что связано со смехом. В русском сознании это начальный этап радости, который передается глаголом ‘взыграть’. В русском языке сердце (и его квазисиноним «душа») само активно проявляет радость, выступает носителем эмоции, в немецкой культуре слово «Herz» выступает в роли объекта *das Herz erfreuen* (букв. сердце порадовать).

Яркие свидетельства национально-специфических аспектов осмысления действительности обнаруживаются в номинантах денежных единиц, которые входят в состав русских фразеологизмов. Мелкие национальные монеты гривенник, грош вышли из обращения и в настоящее время не используются, но образы этих устаревших монет и других денежных единиц лежат в основе фразеологизмов и служат, таким образом, проводником в культурное пространство: *сиять как медный грош, сиять как (новый) гривенник, сиять как новенький полтинник, сиять как медный пятак, сиять как новый золотой черво-*

нец. Созданные руками человека другие объекты также включены в русские фразеологизмы: *сиять, как медный таз, сиять, как медный, начищенный самовар*. Образ радостного человека передается через артефактную метафору, фразеологизмы соотносятся с теми реалиями, которые наделяются культурным смыслом.

В немецкой фразеологической картине мира известно шутливое выражение *Wiedersehen macht Freude*. Источником радости служит предвкушение новой встречи. «Дающий» испытывает положительные эмоции и определенные надежды. Это связано с приятным событием возвращения и обретения вновь тех предметов и вещей, которые на какое-то время одалживаются. В следующем выражении *seine helle Freude an etwas / jemanden haben* (букв. испытывать светлую радость к чему-либо, кому-либо) к слову радость подобран эпитет 'hell / светлый', радость изливает свет. В немецкой языковой и культурной традиции общества известна пословица *Vorfreude ist die schönste Freude* (букв. предвкушение радости – самая прекрасная радость). Разделенная радость удваивается, что находит отражение в следующем выражении *Geteilte Freude ist doppelte Freude*.

Следующая идиома (*etwas ist für jmdn.) inneres Blumenpflücken* (букв. рвать цветы изнутри; что-л. является для кого-л. внутренним сбором цветов) – относительно новая и передает состояние радости и счастья. Позитивно окрашенная ФЕ с растительной метафорой, встречающаяся преимущественно в устной разговорной речи, на самом деле содержит в себе национальный компонент и восходит к событиям 1933 г., ко времени партийных съездов нацистской партии, торжественным маршам, парадам, являющимся частью исторической памяти немецкой нации. Из старой идиомы *es ist mir ein innerer Reichsparteitag = sich sehr über etwas freuen* рождается новый, нейтральный, понятный всем вариант, выражающий эмоциональное состояние. В русской фразеологии известна идиома *срывать цветы удовольствия*, т. е. беспечно предаваться радостям жизни, празднично проводить время, не особо задумываясь о семейном и общественном долге. Истоком данной ФЕ служат слова Хлестакова из произведения «Ревизор» Н. В. Гоголя.

Заключение

Сравнительный анализ показал, что при раскрытии культурной коннотации важную роль играет комментарий образного основания фразеологизмов, именно внутренняя форма является определяющей при выявлении национально-языковой специфики. Ярким национальным колоритом в немецком культурном пространстве выступают *Honigpferd, Schnitzel*, в русской языковой и культурной традиции – масле-

ный блин. В русской лингвокультуре для передачи сладкой и полной удовольствий жизни используется устойчивое сравнение «как сыр в масле кататься», малина также может служить источником порождения добрых и светлых ассоциаций.

Образно-метафорическая составляющая позволяет установить очевидные межъязыковые различия. Эмоциональное проявление чувства радости объективируется разными зооморфными образами. В немецкой языковой картине мира это *Schneekönig, Stint*, в национально-культурном пространстве русских – 'теленки', 'собаки'.

Среди именных компонентов ФЕ наиболее частотными соматизмами в немецком языке являются *Gesicht, Backen, Bauch, ein Loch in den Bauch*, в русском – ладоши. Избыток чего-то в телесном строении организма сопровождается чувством радости *sich ein zweites Loch in den Arsch freuen*. Фразеологизм *die ganze Welt umarmen wollen/können* подразумевает участие рук. Но в немецком языке через кисти рук передается еще состояние злобной радости при неудаче другого человека – *sich die Hände reiben*. Среди обозначенных соматизмов общим для сопоставляемых языков является *Herz/сердце* – источник жизни и центр чувств – любви и радости.

В смысловой структуре исследуемых ФЕ обнаруживаются разные артефактные компоненты. Радость в немецкой лингвокультуре выплескивается из домика – *Häuschen*, в русской – из штанов. Артефактная метафора способствует более яркому представлению и оценке сущности базовой эмоции в опоре на образы вполне конкретные, отсылая нас к предметному, вещному коду традиционной народной культуры.

Кроме того, как показывает исследование, немаловажную роль играют исторические события, ремесла. На формирование ФЕ накладывает печать религиозный фактор. Типичными примерами культурно-специфических немецких фразеологизмов, выделяемых в рамках сопоставительного подхода, являются выражения *sich wie Bolle freuen* и *außer Rand und Band sein/geraten*.

Национально-культурное своеобразие ФЕ достигается благодаря отражению в образе устойчивого оборота преломленной реальности через фрагменты исторических событий, материальной культуры со своими артефактами, окружающей географической среды, религиозных устоев, сложившихся представлений о действительности, опыта народа. Несовпадение фразеологизмов, передающих положительную эмоцию в сопоставляемых языках, объясняется большей частью несовпадением их культурного содержания, присутствующего в образной составляющей фразеологизма отдельного языка. Во внутренней форме содержатся образы, непосредственно участвующие в трансляции национальной культуры.

Несмотря на наличие национально-культурных особенностей, преимущество достигается схожим когнитивным механизмом, служащим для создания эмотивных фразеологизмов, использования метонимии, метафоры, соматизмов, входящих в компонентный состав большинства немецких и русских фразеологизмов. В немецких и русских выражениях обнаруживаются очевидные точки соприкосновения во внешнем проявлении радости. Люди ведут себя громко, активно, хлопают в ладоши, прыгают, танцуют, обнимаются. Самое типичное и яркое проявление радости – смех. Пространственное движение вверх одинаково для обеих лингвокультур: стремление к небу, прыжки вверх, до потолка. Позитивная эмоция приобретает светлый оттенок, в обеих культурах описывается, что человек светится, сияет от радости.

Результаты проведенного исследования дают возможность глубокого понимания национального менталитета, что является необходимым критерием в межкультурной коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шаховский Д. И. Эмоции как объект исследования в лингвистике // Вопросы психолингвистики. 2009. № 9. С. 29–42.
2. Разоренова Ю. А., Шляхова П. Е. Эмотивность как объект изучения лингвистики и психологии // В мире науки и искусства : вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2015. № 53. С. 33–40.
3. Никитина О. А., Гудкова О. А. О тройном антропоцентризме новых идиом (на материале немецкого языка) // Университет XXI века : научное измерение : материалы науч. конф. научно-педагогических работников, аспирантов, магистрантов ТГПУ им. Л. Н. Толстого. Тула, 2019. С. 452–454.
4. Маслова В. А. Параметры экспрессивности текста // Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. М., 1991. С. 179–205.
5. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М. : Наука, 1985. 228 с.
6. Кабакова С. В. Образное основание идиом : психолингво-культурологические аспекты. В. 133. München : Verlag Otto Sagner, 2002. 124 S.
7. Мокрова О. Р. Полистатусная презентация категории эмотивности в эмотиологии // Вестник Башкир. ун-та. 2008. Т. 13, № 3. С. 559–561.
8. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах : монография. Волгоград : Перемена, 2001. 495 с.
9. Назарян А. Г. Фразеология современного французского языка : учеб. пособие. М. : Высшая школа, 1987. 288 с.
10. Демьянков В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. М. : ВЦП, 1982. Вып. 2: Методы анализа текста, № 39: Тетради новых терминов. 288 с.
11. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М. : ЛКИ, 1990. 387 с.
12. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. А. Н. Баранова и А. В. Морозовой, под ред. и предисл. А. Н. Баранова. М. : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
13. Баранов А. Н. О типах сочетаемости метафорических моделей // Вопросы языкознания. 2003. № 2. С. 73–94.
14. Маккормак Э. Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры / под ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М. : Прогресс, 1990. С. 358–386.
15. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М. : Языки русской культуры, 1996. 288 с.
16. Маслова В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М. : Академия, 2001. 208 с.
17. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. B. 11. Berlin : Bibliographisches Institut GmbH, 2011. 929 с.
18. Fischbachova N. Phraseologismen in den deutschen Jugendzeitschriften. URL: <https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/19836/1/BP%20Phraseologismen%20in%20den%20deutschen%20Jugendzeitschriften%20-%20Fischbachova%20Nikola.pdf>
19. Schemann H. Deutsche Idiomatik. Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext. URL: https://vk.com/doc183416924_349053115?hash=0d83a8ecdccf7fb342&dl=8ea03f1cc2671288fa
20. Мальцева Д. Г. Немецко-русский фразеологический словарь с лингвострановедческим комментарием. М. : Азбуковник, Русские словари, 2002. 350 с.
21. Lexikon für Redewendungen, Redensarten, deutsche Sprichwörter und Umgangssprache. URL: <https://www.rendensarten-index.de/suche.php>
22. Neologismenwörterbuch : “sich freuen wie ein Schnitzel“. URL: <https://www.owid.de/artikel/403655>
23. Фразеологический словарь русского языка / под ред. А. И. Молоткова. Изд. 4-е. М. : Русский язык, 1986. 543 с.
24. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка : 80 000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд., доп. М. : А ТЕМП, 2006. 944 с.
25. Das Onlinewörterbuch Duden. URL: <https://www.duden.de/>
26. Арсентьева Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц, выражающих характер человека, в английском и русском языках : дис. ... канд. филол. наук. М., 1984. 213 с.
27. Цолоев А. Хищные птицы не поют. URL: https://books.google.ru/books?id=DkjAAwAAQBAJ&pg=PA362&lpg=PA362&dq=как+корюшка+радоваться&source=bl&ots=-f7gSN02AP&sig=ACfU3U0IMYyFFEbLZ_DGkqH6RPqwpORdrg&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwvjv_cK Vvub0AhXuxIsKHeKwCF4Q6AF6B Ag-PEAM#v=onepage&q=как%20корюшка%20радоваться&f=false

28. Biblisches Wörterbuch. URL: <https://books.google.ru/books?id=xDd3DwAAQBAJ&pg=PT348&lpg=PT348&dq=vor+Freude+taumeln&source=bl&ots=Wdjb-CzUznG&sig=ACfU3U1BWNnINNtDbhHnL13z1uqiCsY-qyw&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjOq-rSo4z1AhUKAx-AIHca0BWwQ6AF6BAgQEAM#v=onepage&q=vor%20Freude%20taumeln&f=false>

REFERENCES

1. Shakhovskiy D. I. Emotsii kak ob'ekt issledovaniya v lingvistike [Emotions as an object of research in linguistics]. In: *Voprosy psikholingvistiki*. 2009. No. 9. Pp. 29–42.
2. Razorenova Yu. A., Shlyakhova P. E. Emotivnost' kak ob'ekt izucheniya lingvistiki i psikhologii [Emotiveness as an object of study of linguistics and psychology]. In: *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskustvovedeniya i kulturologii*. 2015. No. 53. Pp. 33–40.
3. Nikitina O. A., Gudkova O. A. O troynom antropotsentrizme novykh idiom (na materiale nemetskogo yazyka) [On the triple anthropocentrism of new idioms (based on the material of the German language)]. In: *Universitet XXI veka: nauchnoye izmereniye. Materialy nauchnoy konferentsii nauchno-pedagogicheskikh rabotnikov, aspirantov, magistrantov TGPU im. L. N. Tolstogo*. Tula, 2019. Pp. 452–454.
4. Maslova V. A. Parametry ekspressivnosti teksta [Expressiveness options]. In: *Chelovecheskii faktor v yazyke. Yazykovye mekhanizmy ekspressivnosti*. Moscow, 1991. Pp. 179–205.
5. Volf E. M. *Funktional'naya semantika otsenki* [Functional Semantics of Evaluation]. Moscow: Nauka, 1985. 228 p.
6. Kabakova S. V. *Obraznoe osnovaniye idiom: psikholingvo-kulturologicheskie aspekty* [Figurative basis of idioms: psychological and cultural aspects]. B. 133. München: Verlag Otto Sagner, 2002. P. 124.
7. Mokrova O. R. Polistatusnaya prezentatsiya kategorii emotivnosti v emotologii [Multi-status presentation of the category of emotivity in emotology]. In: *Bulletin of the Bashkir University*. 2008. Vol. 13, No. 2. Pp. 559–561.
8. Krasavskii N. A. *Emotsionalnye koncepty v nemetsko i russkoi lingvokulturakh: monografiya* [Emotional concepts in German and Russian linguocultures]: monografiya. Volgograd: Peremena, 2001. 495 p.
9. Nazaryan A. G. *Frazeologiya frantsuzskogo yazyka: ucheb. posobie* [Phraseology of the modern French language: a textbook]. Moscow: Vysshaya shkola, 1987. 288 p.
10. Dem'yankov V. Z. *Anglo-russkie terminy po prikladnoi lingvistike i avtomaticheskoi pererabotke teksta* [English-Russian terms in applied linguistics and automatic text processing]. Vyp. 2 Metody analiza teksta, No. 39. Tetradi novykh terminov. Moscow: VTSP, 1982. 288 p.
11. Lakoff Dzh., Dzhonson M. *Metafori, kotorymi my zhivem* [The Metaphors We Live By]. Moscow: LKI, 1990. 387 p.
12. Lakoff Dzh., Dzhonson M. *Metafori, kotorymi my zhivem* [The Metaphors We Live By]. Pod red. i predisl. A. N. Baranova. Moscow: Editorial URSS, 2004. 256 p.
13. Baranov A. N. O tipakh sochetnosti metaforicheskikh modelei [About the types of compatibility of metaphorical models]. In: *Voprosy yazykoznaniiya*. 2003. No. 2. Pp. 73–94.
14. Makkormak E. Kognitivnaya teoriya metafory [Cognitive metaphor theory]. In: *Teoriya metafory*. Pod red. N. D. Arutyunovoi i M. A. Zhirmunskoi. Moscow: Progress, 1990. Pp. 358–386.
15. Teliya V. N. *Russkaya frazeologiya. Semanticheskii, pragmaticheskii i lingvokulturologicheskii aspekty* [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguistic aspects]. Moscow: Yazyki russkoi kultury, 1996. 288 p.
16. Maslova V. A. *Lingvokulturologiya: ucheb. posobie dlya students vyssh. ucheb. zavedenii* [Cultural linguistics: a textbook for stud. of higher educational institutions]. Moscow: Akademiya, 2001. 208 p.
17. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Bd. 11. Berlin: Bibliographisches Institut GmbH, 2011. 929 p.
18. Fischbachova N. Phraseologismen in den deutschen Jugendzeitschriften. Available at: <https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/19836/1/BP%20Phraseologismen%20in%20den%20deutschen%20Jugendzeitschriften%20-%20Fischbachova%20Nikola.pdf>
19. Schemann H. Deutsche Idiomatik. Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext. Available at: https://vk.com/doc183416924_349053115?hash=0d83a8ecdccf7fb342&dl=8ea03f1cc2671288fa
20. Mal'tseva D. G. *Nemetsko-russkiiy frazeologicheskiiy slovar' s lingvostranovedcheskim kommentariyem* [German-Russian phraseological dictionary with linguistic and cultural commentary]. M.: Azbukovnik, Russkiye slovari. 2002. 350 p.
21. Lexikon für Redewendungen, Redensarten, deutsche Sprichwörter und Umgangssprache. Available at: <https://www.redensarten-index.de/suche.php>
22. Neologismenwörterbuch : "sich freuen wie ein Schnitzel". Available at: <https://www.owid.de/artikel/403655>
23. *Frazeologicheskiiy slovar' russkogo yazyka* [Phraseological dictionary of the Russian language]; ed. A. I. Molotkova. Moscow: Russian language, 1986. 543 p.
24. Ozhegov S. I., Shwedova N. Yu. *Tolkovyyi slovar' russkogo yazyka: 80 000 slov i frazeologicheskikh vyrazhenii* [Explanatory dictionary of the Russian language: 80,000 words and phraseological expressions]. 4th revised ed. Moscow: A TEMP, 2006. 944 p.
25. Das Onlinewörterbuch Duden. Available at: <https://www.duden.de/>
26. Arsent'eva E. F. *Sopostavitel'nyi analiz frazeologicheskikh edinit, vyrazhayushchikh kharakter cheloveka, v angliiskom i russkom yazykakh* [Comparative analysis of phraseological units expressing a person's character in English and Russian]: Doctoral Dissertation Abstract. Moscow, 1984. 213 p.
27. Tsaloyev A. *Khishchnyye ptitsy ne poyut* [Birds of prey don't sing]. Available at: <https://books.google.ru/>

books?id=DkjAAwAAQBAJ&pg=PA362&lp=PA362&d-q=как+корюшка+радоваться&source=bl&ots=-f7gSN02AP&sig=ACfU3U0IMYyFFEbLZ_DGkq H6RPqw-pORdrg&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjv_cKVvub0AhX-uxIsKHekwCF4Q6AF6BAgPEAM#v=onepage&q=как%20корюшка%20радоваться&f=false

28. Biblisches Wörterbuch. Available at: <https://books.google.ru/books?id=xDd3DwAAQBAJ&pg=PT348&lp-g=PT348&dq=vor+Freude+taumeln&source=bl&ots=Wd-jbCzUznG&sig=ACfU3U1BWNnINNtDbhHnL13z1uqiCsYqyw&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjOq-rSo4z1A-hUKAxAIHca0BWwQ6AF6BAgQEAM#v=onepage&q=vor%20Freude%20taumeln&f=false>

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева

Ваганова Е. Н., кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии

E-mail: waganowa@mail.ru

Харламова А. К., студент

E-mail: albina_harlamova@mail.ru

Поступила в редакцию 3 мая 2022 г.

Принята к публикации 26 сентября 2022 г.

Для цитирования:

Ваганова Е. Н., Харламова А. К. Языковая репрезентация эмоции «Freude/Радость» в немецкой и русской фразеологии // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. № 4. С. 83–92. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2022/4/83-92>

National Research Mordovia State University named after N. P. Ogarev

Vaganova E. N., Candidate of Philology, Associate Professor of the German Philology Department

E-mail: waganowa@mail.ru

Kharlamova A. K., Student

E-mail: albina_harlamova@mail.ru

Received: 03 May 2022

Accepted: 26 September 2022

For citation:

*Vaganova E. N., Kharlamova A. K. Language presentation emotions “Freude/Joy” in German and Russian phraseology. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2022. No. 4. Pp. 83–92. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2022/4/83-92>*