

Олійник О.В.

учениця 10 класу,

Науковий керівник: Артеменко І.О.

кандидат філологічних наук,

учитель англійської та французької мов,

КЗ «Загальноосвітній навчальний заклад I ступеня –

гімназія № 39» Кам'янської міської ради

ФРАНЦУЗЬКОМОВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ: ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

В епоху бурхливого розвитку міжкультурної комунікації ідіоетнічний колорит певної національної мови являє собою невичерпний інтерес для мовознавства. Дослідження мови крізь призму відбиття у ній національно-культурного досвіду її носіїв дозволяє краще зрозуміти історичне минуле, духовне життя, цінності, менталітет, звичаї, традиції певної етнічної спільноти. Особливого значення у цьому контексті набуває вивчення фразеологічного фонду мови, адже велика кількість мовних одиниць, що формують його, характеризуються національно-забарвленим компонентним складом, семантикою, внутрішнім образом. Аналіз зазначених конститuentів фразеологічних одиниць дає змогу вилучити із фразеології аксіологічну інформацію, що передбачає розгляд такої сторони духовного життя соціуму, як система цінностей [4, с. 3].

На рубежі XIX–XX століть у культурі почали вбачати, перш за все, специфічну (часто – національну) систему цінностей і ідей, продиктовану реальною історією народу та його духовно-психічним складом, адже різні культури можуть віддавати перевагу різним цінностям [1]. Розвиток культури відбувається в надрах нації, народу, нерідко в умовах їх соціального класового розшарування, взаємноsupеречних періодів, але, разом з тим, в умовах безумовної істотної національної єдності. Прогрес в області матеріального та духовного культурного розвитку здійснюється народом. Національна основа ґрунтується на фундаменті наступності, традицій в культурі, які забезпечують їй стійкість, стабільність, незважаючи на найбільш бурхливі соціальні події, зміни ідеологічного ракурсу [2].

Франція, наприклад, з давніх-давен була взірцем досконалості у багатьох сферах, охоплених неперекладним поняттям *'art de vivre'* (*'мистецтво жити'*), що включає в себе французьку моду, гастрономію, неперевершену парфумерію та виноробство, виробництво предметів розкоші та ювелірну справу, мистецтво інтер'єру та сервірування столу, садово-парковий дизайн, неповторної краси французькі замки, палаци і пейзажі. Французька досконалість (*l'excellence française*) назавжди утвердилася і залишається безперечною саме в цих ексклюзивних сферах. У них «найкраще проявилися французький геній і тонкий смак, які породили неймовірну кількість знаменитих і великих кутюр'є і парфумерів, виноробів, ювелірів, кулінарів, кондитерів, червонодеревців, ткачів і інших майстрів на всі руки, чий імена вписані золотими літерами в історію світової культури» [3, с. 286].

Невід'ємною частиною культури французького народу, без сумніву, є гастрономія, адже вона найбільш яскраво відображає національні особливості французького характеру. Звернення до сфери гастрономії є не просто цікавим у вивченні французької мови, але й надзвичайно актуальним на сьогоднішній день. Традиції французької кухні відіграють величезну роль у привабливості Франції та її культури для туристів з усього світу. Багато любителів і знавців щорічно їдуть у Перигор, Беарн, Ліон, Тулузу та інші прославлені регіони високої і традиційної кухні. Для більшості туристів, що приїжджають до Франції, це одна з причин відвідування країни. Можна також зазначити, що знаменита французька кухня є самостійним напрямком культурного туризму [3].

Аналіз лексикографічних джерел сучасної французької мови свідчить про те, що соціокультурні особливості французької кухні становлять основу для формування досить чисельної категорії фразеологічних одиниць, що містять у собі різного роду гастрономічні терміни. Національно-культурний колорит фразеологічного фонду реалізується, зокрема, й в аксіологічному аспекті, адже в ньому широко репрезентується парадигма цінностей певної лінгвокультурної спільноти. Національні цінності можуть бути виявлені шляхом дослідження семантики, лексико-граматичного складу, внутрішнього образу фразеологічної одиниці, а також шляхом аналізу міжмовних фразеологічних омонімів і фразеологізмів, що виражають когнітивні відмінності носіїв різних мов.

Особливе ставлення до гастрономії, як невід'ємної частини французької культури, що визнана нематеріальним культурним спадком

людства, чітко простежується в образних одиницях французької мови. У масиві фразеологічних одиниць французької мови спостерігаються гастрономічні компоненти, що слугують позначеннями напоїв (*avoir du jus* – *бути ошатним, справляти враження*), харчових приправ (*valoir son pesant de moutarde* – *бути гострим на язик*), морепродуктів (*faire cuire son homard* – *густо почервоніти*), м'яса (*tirer la viande du torchon* – *вставати з ліжка*), молочних продуктів (*faire un fromage de qch* – *перебільшувати*), солодошів (*être dans la confiture* – *мати неприємності*), хлібобулочних виробів (*long comme un jour sans pain* – *нескінченний*), найменувань страв (*en boucher une tartine à qn* – *вразити когось*).

У кількісному співвідношенні найрекурентнішими в масиві зазначених одиниць є компоненти на позначення напоїв (23%) та харчових приправ (23%), за ними слідують компоненти на позначення найменувань страв (14%), молочних продуктів (13%), солодошів (9%). Менш фразеологічно активними виявляються компоненти, що позначають м'ясо (5%), морепродукти (4%) та хлібобулочні вироби (2%). У складі фразеологічних одиниць французької мови можна зустріти й такі типи лексико-фразеологічних одиниць, як прислів'я (*tout pain est sain à qui a faim* – *голод – найкращий кухар*), елементи розмовного стилю (*venir voir si la soupe est bonne* – *особисто перевірити стан справ*), арготизми (*avalé ses baguettes* – *простягнути ноги*), просторіччя (*tortiller de la brioche* – *танцювати*), іронічні та жартівливі вирази (*fromage et dessert* – *все, чого серце забажає*), біблеїзми (*le sel de la terre* – *сіль землі*), архаїзми (*fesser son vin* – *пити вино, не п'яніючи*), а також певну кількість запозичень з інших варіантів французької мови, а саме бельгійського (*envoyer à la moutarde* – *посилати до біса*) та канадського (*passer dans le beurre* – *промахнутися*). За характером конотативного забарвлення у кожній із описаних категорій можна виявити ті, що наділені позитивною, негативною та нейтральною конотацією.

Дослідження фразеологізмів як мовних одиниць, наділених культурним та історичним колоритом, свідчить про те, що, окрім формування такої чисельної категорії мовних одиниць, як гастрономічні та гастрономічні фразеологізми, зокрема, французька кулінарія як соціокультурний феномен становить значний інтерес з точки зору важливості вивчення взаємозв'язку мови і культури, культури та

інформації, що знаходить відбиття в лексичних одиницях як елементах мови, які в свою чергу, репрезентують її національно-культурний код.

Список використаних джерел:

1. Вебер М. Избранное. Образ общества. М. : Юрист, 1994. 704 с.
2. Воробьев В. В. Лингвокультурология. М. : Изд-во Рос. ун-та др. народов, 2006. 112 с.
3. Косенко С. И. «Мягкое могущество» в твердой упаковке. Особенности культурной политики Франции. М. : МГИМО – Университет, 2011. 413 с.
4. Максимец С. В. Ценности лингвокультурного сообщества в зеркале фразеологии : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Ростов-на-Дону, 2015. 166 с.
5. Dictionnaire des expressions et locutions / sous la direction de A. Rey et S. Chantreau. Paris : Ed. Les Usuels du Robert Poche, 1997. 888 p.
6. Dictionnaire des expressions idiomatiques / sous la direction de M. Ashraf et D. Miannay. Paris : Ed. Le Livre de Poche, 1999. 416 p.
7. Dictionnaire des locutions françaises / sous la direction de M. Rat. Paris : Ed. Librairie Larousse, 1881. 448 p.

Прокопова Є.А.

студентка;

Копиаш В.А.

студентка,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ У ПРОМОВАХ МЕРКЕЛЬ

Сьогодні політична діяльність є важливою складовою нашого суспільства, яка постійно змінюється на та набуває нових ознак. Лінгвісти вважають, що слово – це потужна зброя в руках політиків, яку вони використовують не тільки, щоб донести до народу свою думку, а також для впливу на них. Кожен політик має свій особистий підхід до цього, також досліджуючи це питання, можна побачити наявність в кожній мові особливих лексем, які не є притаманними для інших.