

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-10-86-93>

УДК 811.112.2

Василенко О.В., Дзикович О.В.Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**НІМЕЦЬКІ ТА УКРАЇНСЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ГЛЮТОНІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В АСПЕКТІ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ОБОХ КУЛЬТУР**

Анотація. У статті було проаналізовано фразеологізми німецької та української мов з гастрономічним компонентом, які відображають у собі своєрідність світосприйняття німців та українців; розглянуто роль гастрономічних лексем у фразеології; проведено дослідження «гастрономічних» фразеологічних одиниць з метою виявлення їх національно-культурної специфіки. Також було проаналізовано діяльність дослідників фразеологізмів та виявлено, що попри значну кількість робіт в цій області, на сьогодні залишається велика кількість так і не вирішених питань. Актуальність фразеологічних досліджень визначається увагою до проблем національного самоусвідомлення, потребою пошуків нових підходів до вивчення фразеологічної одиниці як скарбниці спектру національних конотацій, а також специфікою зображення у фразеології національного менталітету.

Ключові слова: фразеологічні одиниці, гастрономія, національна гастрономічна культура, мовна картина світу.

Vasylenko Oksana, Dzykovych OlhaNational Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»**GERMAN AND UKRAINIAN PHRASEOLOGIES OF GLUTONIC COMMUNICATION
IN TERMS OF THE LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD OF BOTH CULTURES**

Summary. The article analyzes the phraseology of German and Ukrainian languages with a gastronomic component, which reflect the uniqueness of the worldview of Germans and Ukrainians; the role of gastronomic tokens in phraseology is considered; a study of "gastronomic" phraseological units in order to identify their national and cultural specifics. The activity of phraseologists was also analyzed and it was found that despite the significant number of works in this field, a large number of unresolved issues remain today. The relevance of phraseological research is determined by attention to the problems of national self-awareness, the need to find new approaches to the study of phraseological unit as a treasure trove of national connotations, as well as the specifics of the image in the phraseology of national mentality. The study of phraseology is due to the fact that the phraseological system of any language has national and cultural specifics. An object in a certain culture exists in a specific environment unique to that culture, has culturally conditioned associative connections. The study of phraseological units allows us to consider the full range of national connotations, and to trace the features of the national mentality of a nation, to show the differences and commonalities in culture. Gastronomy, along with language, is one of the most important tools for learning another culture. It is an important component of the mentality of nations. Gastronomy reflects the religious views, way of life and way of life of representatives of different nationalities. Food culture reflects national identity, cultural characteristics, customs and typical habits of society. Phraseologisms with a gastronomic component in German and Ukrainian have both in common and a number of differences due to the peculiarities of the mentality of the German and Ukrainian peoples. It is these common and distinctive features that we tried to show in our study. Phraseologisms of gastronomic discourse allow us to reveal the characteristic features of the reflection of the picture of the world, which is why it is so important to study them.

Keywords: phraseological units, gastronomy, national gastronomic culture, linguistic picture of the world.

Постановка проблеми. Фразеологічні одиниці наочно ілюструють традиції того, чи іншого народу, його історію, спосіб життя, географічне положення, яке об'єднане однією культурою. Саме фразеологізми віддзеркалюють культурний досвід народу, виконуючи роль культурних стереотипів. Німецька та українська фразеологія є багатого та різноманітною. Особливе місце в ній займають фразеологічні одиниці гастрономічного дискурсу, які становлять не лише кількісно чисельну, а й образно багату групу. Однак часто розуміння таких фразеологізмів викликає певні труднощі у носіїв інших мов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зважаючи на те, що фразеологізми відіграють важливу роль у мові, існує значна кількість робіт присвячених їх вивченню. В різний час вивчен-

ням фразеології займалися такі вітчизняні та закордонні вчені, як Ш. Балі, В. Фляйшер, В. Виноградов, Н. Амосова, Н. Алефиренко, О. Кунін, І. Теплякова, М. Шанський, П. Жукова, А. Смирницький, О. Молоткова, Я. Бечко та інші.

Актуальність дослідження фразеологізмів обумовлена тим, що фразеологічна система будь-якої мови має національно-культурну специфіку. Той чи інший об'єкт у певній культурі існує у специфічному оточенні, властивому лише відповідній культурі, має культурно обумовлені асоціативні зв'язки. Дослідження фразеологічних одиниць дозволяє розглянути повний спектр національних конотацій та простежити особливості національного менталітету того, чи іншого народу, показати розбіжне та спільне в культурі.

Головною метою цієї роботи є порівняння особливостей німецької та української картини

світу шляхом аналізу фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом.

Виклад основного матеріалу. У складній мовній системі існує сукупність маркерів, які є носіями й джерелами національно-культурної інформації та найяскравіше відображають національно-культурну специфіку народу. Особливу роль в цій системі відіграє фразеологічний склад мови, оскільки в образному складі його одиниць втілено світобачення етносу. Аналіз фразеології дозволяє доповнити мовну картину світу певної національної спільноти.

Попри значну кількість досліджень фразеологізмів, загальноприйнятого визначення і класифікації фразеологічних одиниць не існує і сьогодні. Дослідники настільки по-різному визначають належність різних фразеологізмів до однієї групи, що не варто очікувати, що найближчим часом будуть знайдені якісь беззаперечні аргументи на користь тієї чи іншої точки зору.

На сьогодні також суперечливими залишаються питання обсягу і меж фразеологічного складу мови. Вчені розмежовують дві основні фразеологічні концепції, які зазвичай сприймаються як взаємовиключні. Існує вузький та широкий підхід вивчення фразеології, що розрізняються в залежності від об'єкта й предмета цієї науки.

Одні вчені обмежують предмет фразеології лише певною групою стійких словосполучень, значення яких не можливо визначити зі значень слів з яких вони складаються і виступають семантично-перетвореними з'єднаннями слів, що співвідносяться зі словом і отримали статус номінативних одиниць. Таку думку можна простежити у працях таких вчених, як В.П. Жукова, А.М. Бабкіна, Н.Ф. Алефиренко.

Об'єктом вивчення фразеології в цьому випадку визнаються стійкі поєднання слів і стійкі вирази; предметом – їх властивості та категоріальні ознаки. Так, зокрема, деякі фразеологи не визнають мовного статусу крилатих виразів, які не відповідають міркам «ідіоматичності» та «еквівалентності слову». Додатковим аргументом у відмові прийняти мовний статус значної частини крилатих виразів є «клеймо» крилатості.

При широкому підході вивчення у якості предмета фразеології, крім номінативних, розглядаються всі стійкі вирази та комунікативні одиниці, в число яких входять зокрема, крилаті слова, прислів'я, приказки, паремії тощо.

Внаслідок цього, предмет фразеології розширюється завдяки семантично-перетвореним стійким сполученням, що співвідносяться не тільки зі словом, а також з виразом. Крім номінативних, до складу фразеології відносять також і комунікативні одиниці (прислів'я, крилаті вирази тощо).

Однак, як зазначає Н.Ф. Алефиренко, не зважаючи на відмінності, жодну з цих концепцій не варто ігнорувати. Слідом за вченим, ми вважаємо, що обидві точки зору можна об'єднати в загальну теорію на тій підставі, що «вони відображають основні, закладені в самій природі мови, закони: парадигматичні та синтагматичні механізми об'єднання одиниць мови в мовну систему в цілому і, відповідно, в кожен з її окремих підсистем».

Гастрономія, поряд з мовою, є одним з найважливіших інструментів освоєння іншої культури. Вона є важливим компонентом ментальності на-

родів. Гастрономія відображає релігійні погляди, побут і спосіб життя представників різних національностей. Тому і не дивно, що кухні різних народів світу відрізняються від нашої. Гастрономія – це частина культури. Традиції, пов'язані з їжею, її приготуванням, вживанням відрізняють представника одного народу від іншого.

Як зазначив доктор філологічних наук А.В. Олянич, автор терміну «глутонія», гастрономічний дискурс – це особливий вид комунікації, пов'язаний зі станом харчових ресурсів і процесами їх обробки та споживання [6, с. 168].

Ми розуміємо гастрономічний, або глутонічний дискурс як особливий вид вербально-соціального дискурсу, метою якого є здійснення певного виду комунікації, а саме глутонічної. Це фрагмент тексту, текст або сукупність текстів, що пов'язаний(і) з процесом харчування, а також врахування учасників, умов, способів спілкування, середовища, в якому протікає розмова (чи створення тексту), місце і час комунікації, цілі та мотиви, а також жанр і стиль мовлення. На сьогодні повного визначення цього поняття не існує, оскільки це явище може бути розглянуто з різних позицій.

Як ми знаємо, харчування є найважливішим компонентом культури народів світу. Воно становить основу життєдіяльності людства. Навколо їжі будеться значна частина світосприйняття і діяльності людини. Звичайно, мотив їжі знаходить своє відображення й у фразеології. Фразеологізми, в яких згадується їжа, є в будь-якій мові.

Гастрономічна лексика будь-якої мови характеризується національною специфікою. Її аналіз допомагає отримати цінні відомості для реконструкції й розуміння мовної картини світу носіїв відповідних мов.

Фразеологічні одиниці містять образно-символічний зміст, пов'язаний зі стравами традиційної кухні, а також їх функціонування на побутовому і сакральному рівнях, втілює «кулінарний код» національної культури, який можна розглядати як засіб національної ідентифікації й самоідентифікації.

Особливості національної гастрономічної культури найбільш повно відображені у фразеології. Як зазначає К.В. Смирнова: «Вживання їжі як культурний феномен призводить до необхідності ціннісного осмислення світу через метафору або фразеологію» [7]. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом становлять значну частину фразеологічного фонду української та німецької мов. Наприклад: *мало каші з'їв; сметаною вареників не зіпсуеш; хлібом не годуй; die Milch abrahmen; sein eigenes Brot essen; in den sauern Apfel beißen* тощо. Завдяки своїй лаконічності й образотворчості вони володіють великою комунікативною значимістю. При цьому розуміння відображених в них особливостей національної культури, історії, менталітету викликає певні труднощі у носіїв інших мов.

Загальне значення більшості фразеологізмів не можливо зрозуміти, виходячи зі значень окремих компонентів, тобто вони є ідіоматичними. Г. Мелех зазначає, що позитивне чи негативне уявлення щодо образу продукту харчування формується у людини завдяки певним концептуальним ознакам, які є базовими для утворення

метафоричного значення. Ми виділяємо у продукті певну концептуальну ознаку, за допомогою свого раціонального чи чуттєвого досвіду: форма, колір, запах, консистенція, цінність продукту, власні уподобання тощо [5].

Так, хліб, як один із життєдайних продуктів з давніх-давен посідав чільне місце у сфері харчування, що відобразилось у системі фразеології: хліб як символ життя. Його нестача символізує бідність (*ein Gesicht machen, als hätten einem die Hühner das Brot weggefressen*), але з іншого боку, як повсякденний інгредієнт харчування хліб означає щось звичне, буденне (*für ein Stück Brot*). Крім того, хліб сприймають як прототип харчування (*Brot und Spiele*), як винагороду (*die Kunst geht nach Brot*), важкі умови праці (*ein hartes Brot sein*), вживання символіки хліба у біблійному контексті (*jemandem Steine statt Brot geben*) [4]. В Україні хліб отримав символічне значення, став символом добробуту, гостинності, хлібосольства, здоров'я та багатства, чогось у край потрібного та невід'ємного у житті людини. Народні уявлення про матеріальні статки або скруту обов'язково пов'язувались із хлібом (*істи сухий хліб* – жити в нестатках, у бідності, нужді); (*жити собі та хліб жувати* – вести нормальний, матеріально забезпечений спосіб життя).

Серед прянощів у німецькій мові найчастіше у фразеологізмах вживається лексема «Pfeffer» для позначення далекої відстані через те, що перець привезений у Німеччину здалеку (*jemand soll bleiben, wo der Pfeffer wächst*), гостроти смаку (*Pfeffer im Hintern haben*). В українській фразеології компонент «перець» може використовуватися як характеристика людини. Наприклад: «з перцем (з перчиком)», тобто дуже запальний, гарячий, гострий на язик. Також лексема «перець» може вживатися у фразеологізмі у значенні суворо покарати кого-небудь: «всіпати (дати) перцю комусь». Гірчиця, у німецькій мові, асоціюється із надмірною цікавістю (*seinen Senf dazu geben*). Сіль займає особливо важливе місце серед спецій. Фразеологізми із цим компонентом загалом негативно конотовані (*J-n ins Salz hacken*) [4]. В українській фразеологічній системі збереглися давні міфологічні уявлення про сіль та також, загалом, мають негативну конотацію: «сіль тобі в очі» – вживають як усталену формулу застереження від

зурочення; «сіль тобі на язик» – бажати комусь невдачі, всього поганого, проклинати когось.

Кислі, гострі та гіркі продукти чи страви викликають негативні асоціації (*ein sauberer Herr; das kannst du dir sauer kochen*), на відміну від поживних чи солодких, які виявляють тенденцію до позитивної конотації у німецькій фразеології (*Süßholz raspeln*). Продукти харчування, які були відомі здавна і доступні кожному (хліб, сіль, яйце, суп) ототожнюються із чимось буденним (*in die Suppe fallen*), незначним, а продукти більш витончені (масло, пиріг, сметана) символізують собою матеріальний добробут (*як вареник у маслі*) [4].

Висновки. Мова не тільки відображає культуру народу, а й виходить з культури, розвивається в культурі, містить і формує її; у свою чергу культура також збагачується і розвивається завдяки мові. Життя наших близьких чи далеких сусідів, у всіх його проявах, цікаве кожному. Одним з таких проявів є кулінарія – одне з найдавніших умінь людства. Культура харчування відображає національну своєрідність, культурні особливості, звичаї й типові звички суспільства.

Гастрономічні звички, уподобання й антипатії, способи приготування їжі та подачі страв передаються з покоління в покоління, і в силу цих обставин кулінарія є об'єктом вивчення не тільки фахівців харчування, але й медиків, соціологів, етнографів, філологів, психологів тощо.

Особливості національної культури найбільш повно відображені у фразеології. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом становлять значну частину фразеологічного фонду німецької та української мов.

Підсумовуючи, слід зазначити, що фразеологізми з гастрономічним компонентом в німецькій та українській мовах мають як спільне, так і ряд відмінностей, зумовлених особливостями менталітету німецького та українського народів. Лексика їжі, її характеристики та дії або стани, пов'язані зі здобуванням, приготуванням та споживанням, формують особливе лінгвістичне середовище. Фразеологізми гастрономічного дискурсу – це особливий мовний мікросвіт, який розкриває характерні особливості відображення картини світу. Цей факт свідчить про актуальність та перспективність подальших досліджень в цій сфері.

Список літератури:

1. Арутюнова Н.Д. Лингвистический энциклопедический словарь / за ред. В.Н. Яреповой. Москва, 2002. 296 с.
2. Бинович Л.Э. Немецко-русский фразеологический словарь. Москва, 1995. 767 с.
3. Дмитренко В.І. Гастрономічний дискурс сучасної жіночої прози. *Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського*. 2015. С. 77–80.
4. Мелех Г.Б. Мотиваційна база німецьких гастрономічних фразеологізмів. *Science and Education a New Dimension*. 2014. С. 62–64.
5. Мелех Г.Б. Сучасний стан дослідження фахової мови кулінарії. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2014. Вип. 692–693. С. 91–94.
6. Олянич А.В. Гастрономічний дискурс в системі масової комунікації (семантико-сеmiotическіє характеристики). *Масовая культура на рубеже XX–XXI веков. Человек и дискурс*. 2003. С. 167–200.
7. Смирнова К.В. Лингвокультурологический анализ фразеологизмов с гастрономическим компонентом как отражения национального характера испанцев и русских. *Русистика*. 2013. № 3. С. 57–62.
8. Ян С. Фразеологизмы с гастрономическим компонентом (на фоне китайского языка): лингвокультурологический аспект. 2018. URL: <http://hdl.handle.net/11701/12915>

References:

1. Arutyunova, N.D. (2002). *Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar'* [Linguistic Encyclopedic Dictionary]. Moscow: Bol'shaya rossiyskaya entsiklopediya. (in Russian)
2. Binovich, L.E. (1995). *Nemetsko-russkiy frazeologicheskiy slovar'* [German-Russian phraseological dictionary]. Moscow: Akvarium. (in Russian)

3. Dmytrenko, V.I. (2015). Hastronomichniy dyskurs suchasnoi zhinochoi prozy [Gastronomic discourse of modern women's prose]. *Scientific Bulletin of V.O. Sukhomlinsky MNU*, pp. 77–80.
4. Melekh, Gh.B. (2014). Motyvatsiina baza nimetskykh hastronomichnykh frazeolohizmiv [Motivational base of German gastronomic phraseology]. *Science and Education a New Dimension*, pp. 62–64.
5. Melekh, Gh.B. (2014). Suchasnyi stan doslidzhennia fakhovoi movy kulinarii [The current state of research in the professional language of cooking]. *Scientific Bulletin of Chernivtsi University*, vol. 692–693, pp. 91–94.
6. Olyanich, A.V. (2003). Gastronomicheskiy dyskurs v sisteme massovoy kommunikatsii (semantiko-semioticheskiye kharakteristiki) [Gastronomic discourse in the mass communication system (semantic and semiotic characteristics)]. *Popular culture at the turn of the XX–XXI centuries. Man and discourse*, pp. 167–200.
7. Smirnova, K.V. (2013). Lingvokul'torologicheskiy analiz frazeologizmiv s gastronomicheskim komponentom kak otrazheniya natsional'nogo kharaktera ispantsev i russkikh. *Russistics*, vol. 3, pp. 57–62.
8. Yan, S. (2018). Frazeologizmy s gastronomicheskim komponentom (na fone kitayskogo yazyka): lingvokul'turologicheskiy aspekt [Phraseological units with gastronomic component (in contrast to Chinese): Linguo-cultural aspect]. Available at: <http://hdl.handle.net/11701/12915> (accessed 3 June 2020).