

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-79.2-9>

УДК 81'373.7=112.2=161.2

Каракевич Р.О.

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

ЛІНГВОКУЛЬТУРЕМНА АСИМЕТРІЯ ГАСТРОНІМІВ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)

Анотація. У статті досліджується лінгвокультуремна асиметрія та національно-культурний смисл фразеологічних одиниць у сфері матеріальної культури. Аналіз процесів утворення та розвитку фразеологізмів у різних мовах дає можливість виявити лінгвокультурологічні особливості фразеологічних номінацій, а також спільні й відмінні характерні особливості фразеологічних лінгвокультурем-гастронімів на поначення артефактів у сфері матеріальної культури німців і українців. Маніфестація лінгвокультуремної асиметрії саме на матеріалі ФО з компонентами гастронімами має глибоке концептуальне підґрунтя, на якому базується сакральність багатьох продуктів харчування. Відтак, ставлення до страв переважно побожне, культове. Часто – як німці, так і українці – використовують страви або напої при обрядах і ритуалах. За спільним культурним складником гастроніми організовуються в гастрономічний культурний код, який є системою знаків матеріального й духовного світу, що стали носіями культурних смислів. Образна система харчових продуктів вважається одним із найважливіших кодів культури. Декодування культурного коду сприяє, на наш погляд, вивченню світосприйняття та світорозуміння певного лінгвосоціуму. Продукти харчування – це один із найдавніших універсальних «пластів матеріальної культури й побуту, що являє собою історично першу сферу виникнення та існування культурних цінностей, людина оперує цим поняттям щоденно, оскільки продукти харчування є першоосновою фізичного існування».

Ключові слова: семантична структура, лінгвокультурологічне значення, національно-культурний зміст, лінгвокультуремна асиметрія, фразеологічні номінації, національно-культурний аспект, лінгвосоціум, гастросемантика, концептополе, культурний код.

Karakevych Roksoliana

Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

LINGUOCULTURAL ASYMMETRY OF GASTRONYMS (ON THE BASIS OF GERMAN AND UKRAINIAN LANGUAGES)

Summary. The article deals with linguocultural asymmetry and national-cultural meaning of phraseological units in the sphere of material culture. The analysis of the processes of formation and development of phraseologisms in different languages makes it possible to reveal the linguocultural features of phraseological nominations, as well as common and distinctive characteristic features of phraseological linguistic cultureemes-gastronyms for denoting artifacts in the sphere of material culture of Germans and Ukrainians. The problem of the correlation between language and culture has become a stimulus for the beginnings of comparative linguoculturology. It is especially connected with a search of the concept of universal and specific in the perception of reality by carriers of diverse linguocultural traditions. The revelation and fixation of the vocabulary with a national and cultural feature, the ascertainment of the status of national and original components in the structure of the meaning of a word, the ways of their explication, the clarification of regularities of the semantic parallelism of semiotic systems has an essential role for studying the peculiarity of the conceptualization of the world in different national languages. The manifestation of linguocultural asymmetry precisely on the material of phraseological units with components gastronyms has a deep conceptual basis on which the sacredness of a lot of food products is based. Therefore, the attitude towards dishes is mostly sacred, cult. Both Germans and Ukrainians often use dishes or drinks in observances and rituals. According to a common cultural component, gastronyms are organized into a gastronomic cultural code, which is a system of signs of the material and spiritual world that have become the carriers of cultural meanings. The imaginative system of food products is considered one of the most important codes of culture. From our point of view, the decoding of a cultural code contributes to the study of the world perception and understanding of a certain linguosociety. Food is one of the most ancient universal layers of material culture and everyday life, which is historically the first sphere of origin and existence of cultural values. People use this concept daily because food is the primary basis of physical existence.

Keywords: semantic structure, linguoculturological meaning, national-cultural content, linguocultural asymmetry, phraseological nominations, national-cultural aspect, linguosociety, gastrosemantics, conceptual field, cultural code.

Постановка проблеми. Фразеологія – найяскравіший спосіб віддзеркалення культури в мові – відтворює в концентрованому вигляді специфіку історико-культурного розвитку тієї чи іншої національно-культурної спільноти, допомагає вирішити одну з найактуальніших проблем сучасних семантичних і лінгвосеміотичних досліджень – проблему взаємодії змісту мовних одиниць із пізнанням (когніцією) людини та її культурою. *Фразеологічні одиниці (ФО)* є, на

наше переконання, необхідними для адекватного лінгвокультурологічного осмислення фактів мови й культури, взаємодії різних мовленнєвих структур у процесі комунікації носіїв різних лінгвокультур та для виявлення ізоморфних й аломорфних структурно-семантичних та образно-характерологічних особливостей знаків вторинної номінації. Це пов'язано насамперед з тим, що ФО виникають у національних мовах на основі такого образного представлення дійсності, яке відобра-

жає побутово-емпіричний, історичний чи духовний досвід мовного колективу, пов'язаний, безумовно, з його культурними традиціями, оскільки суб'єкт номінації в мовній діяльності – це завжди суб'єкт національної культури [див., напр.: 11].

Цей напрям мовознавчих досліджень, який нині визначається як *зіставно-лінгвокультурологічний* [див., напр.: 6], виходить в основному з аспекту вивчення вираження ФО, близьких за значенням, розбіжностей у складі слів-компонентів, особливо культурно маркованих. Результатом аналізу й опису в такому випадку слугує виявлення як власне національного, так і універсального на рівні плану вираження певних концептуальних структур. Невипадково розвідки цього спрямування вписуються у парадигму національно-культурного аспекту дослідження значення, де національне – це насамперед сама мова разом з її знаками культури, тобто найменуваннями на позначення характерних для певного народу реалій – назв специфічних знарядь праці, речей, власних імен, міфологем, символів тощо. На думку В.М. Телія, зокрема, культура виражається певними суб'єктами, втіленими в матеріальну форму природними реаліями (такими, як небо, земля, рослини), артефактами (хрест, дім, чаша), ментефактами (добро, зло, істина, совість), панівна більшість яких набуває вербального, знакового вираження у вигляді концептів культури. У своїй сукупності вони створюють “символічний Всесвіт культури” [12, с. 409].

Актуальність статті зумовлена антропоцентричним спрямуванням сучасних лінгвістичних досліджень на розкриття національно-культурного смислу фразеологізмів-гастронімів та їх лінгвокультуремної асиметрії у сфері матеріальної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найчіткішу маніфестацію (етно)культурного складника того чи іншого концепту можна простежити на прикладі ФО, які містять у своїй структурі релевантні для будь-якого лінгвокультурного соціуму компоненти. З-поміж таких культуронасичених компонентів виокремлюються лексеми, які номінують продукти харчування та напої – *гастроніми* (від грецьк. *gastros* ‘шлунок’ + *nomos* ‘закон’ + *опута* ‘ім'я’), бо “національна їжа – це та частина Космосу, що переходить до нас усередину і стає частиною мікрокосмосу. Їжа – це посередник між внутрішнім та зовнішнім світами” [7, с. 49], тому такі реалії матеріальної культури, як національні кухні, страви, що формуються на основі спільного для певного народу смакових відчуттів, є невід'ємною частиною національної культури кожного народу і являють собою цінності [15, с. 48].

В.Г. Гак, виокремлюючи серед інших сфер культури і харчування, пише про те, що в цій сфері можна розрізнити чотири аспекти [5, с. 140–141]: 1) артефакти (продовольчі продукти, кухонний посуд тощо); 2) організація (розподіл форм прийому їжі протягом року і протягом доби); 3) ідеологія (сукупність уявлень, вірувань, символів і т. п., що стосуються цієї сфери культури), яка представлена в тому випадку, якщо прийом їжі пов'язаний з якими-небудь символами або обрядами (весільний обід, поминки тощо), а також із харчовими табу та перевагами; 4) поведін-

ка (розсаджування людей за столом, поведінка в момент прийому їжі). Це дозволяє нам екстраполювати засади аналізу кулінарних текстів П.П. Буркової [2, с. 12] на гастрономічне концептополе будь-якої мови в цілому і визначити його як окрему семіотичну підсистему, яка складається із (1) знаків-самоідентифікації, (2) національної самоідентифікації, (3) знаків ідеологем та (4) знаків культурних домінант.

Так, 1) гастрономіації як знаки-самоідентифікації та національної самоідентифікації дозволяють судити про людей за тим, що вони їдять, оскільки кожний народ асоціює себе з певними стравами, наприклад, за українцями закріпилася репутація споживачів сала, борщу та горілки (самогону), а за німцями – кислій капусти з сосисками та пива. Національна самоідентифікація пов'язана також із релігійними стереотипами (напр., дотримання посту в християн); 2) знаки-ідеологеми пов'язані з номінацією сфери влади та відповідної ідеології, бо протягом всієї історії розвитку людства за тим чи іншим владним режимом закріплювався гастрономічний образ; 3) як культурні домінанти гастрознаки номінують культурні цінності (напр., манери поведінки за столом, моду на певні продукти харчування, пріоритети споживання тієї чи іншої страви в українській або німецькій лінгвокультурі тощо).

Наукова новизна одержаних результатів.

Розкрито національно-культурний смисл фразеологічних одиниць у сфері матеріальної культури на матеріалі німецької та української мов; виявлений їх культурологічний аспект, функціональність, джерела національно-культурної специфіки та лінгвокультуремну асиметрію, що має глибоке концептуальне підґрунтя, на якому базується сакральність багатьох продуктів харчування німців і українців.

Мета даної розвідки полягає у виявленні національно-культурного смислу, функціональності та вивченні спільних і відмінних характеристик фразеологічних лінгвокультурем-гастронімів.

Об'єкт: фразеологічні лінгвокультурем-гастроніми на позначення артефактів у сфері матеріальної культури німців і українців.

Отже нім. SPEISEN / укр. СТРАВИ є гіпонімами до ключових гіперконцептів гастрономічного коду – нім. ESSEN / укр. ЇЖА, які відображають одну з найголовніших умов біологічного виживання людини, оскільки харчування є необхідною умовою людського існування і, відповідно, одним із найважливіших чинників зовнішнього середовища, який постійно впливає на людину, бо потреба в харчуванні є однією з фундаментальних потреб людини, від якої безпосередньо залежить саме життя [17, с. 67]. Тому ці концепти належать до найважливіших смислових сфер буденної свідомості; вони визначають існування етнокультури і значною мірою формують її лінгвосеміотичну систему та систему комунікації.

Так, низка феноменів харчування німецької гастрокультурної системи має чітко виражену національну специфіку, що виявляється в гастрономічних уподобаннях німців: у центрі цієї системи знаходяться номінації м'яса й ковбасних виробів (*Wurst* “ковбаса”, *Würstchen* “сосиска”, *Bockwurst* “сарделька”), картоплі (*Kartoffel* “картопля”) та пива (*Bier* “пиво”) як типових ні-

мецьких продуктів, які віддзеркалюють етнічну, лінгвосеміотичну й комунікативну специфіку [9, с. 6]. Натомість центр гастрокультурної системи давніх слов'ян, а відтак і українців, презентує рослинна їжа (зернові культури, пізніше овочі), що пояснюється розвиненим землеробством у цих народів.

Тому не дивно, що фразеологізації німецьких фразеологізмів-лінгвокультурем значною мірою сприяє гастрономію *Wurst* “ковбаса”, оскільки цей продукт харчування є одним із найулюбленіших для німців. Існує навіть європейський стереотип про німців як *ковбасників*, хоча цей стереотип досить відносний, бо ковбаса, як продукт, була відома ще з часів античності (в гомерівській “Одіссей” згадується їжа подібна до ковбаси: кишки тварин, начинені жиром і кров'ю). Саме ж слово *Wurst* “ковбаса” – сучасний продукт харчування – можна назвати німецьким “винаходом”, яке зафіксоване ще з 11-го століття. Любова німецького народу до цієї їжі віддзеркалялася у багатьох ФО, пареміях і навіть власних іменах (напр., *Hanswurst* – персонаж у народних шванках), не говорячи вже про більш ніж 100 сортів ковбаси у Німеччині [4, с. 152].

Дійсно, існують численні сорти цього продукту харчування, технологія виробництва якого бере свій початок із Середньовіччя [13]: *die Weisswurst* – варена теляча ковбаса з приправами, яку перед вживанням підігрівують у киплячій воді; *die Bockwurst* – ковбаски, сардельки із суміші нежирного м'яса. Перед вживанням їх відварюють, зазвичай продаються на вулиці; *die Knackwurst* – невелика злегка копчена ковбаса з посіченого м'яса та шматочків сала, подається гарячою; *die Leberwurst* – ковбаса з печінки тварин. Один із найпопулярніших у німців сортів ковбаси; *die Mettwurst* – копчена ковбаса з нежирного посіченого м'яса; *die Schlackwurst* – злегка підкопчена суха ковбаса з яловичини, свинини та шматочків сала.

Значна частина ФО з гастрономією *die Wurst* віддзеркалює звичаї і традиції німців, напр.: *Wurst wider Wurst* (букв.: ковбаса проти ковбаси) – “послуга за послугу” [23, Bd. 5, с. 1749]. Фразеологізації цієї одиниці сприяв середньовічний звичай дарувати один одному з приводу свята забою домашньої худоби (*Schlachtfest*), свиней зокрема, шматок м'яса чи ковбаси, зробленої зі свинини. При цьому подарунки були рівноцінні, що й сформувало внаслідок інтеграції периферійних зон концептів “Подарунок” і “Послуга” значення аналізованої ФО (пор. прислів'я *brätst du mir eine Wurst, so lösche ich dir den Durst* (букв.: якщо ти приготуєш для мене ковбасу, то я втамую твою спрагу) – “за позику віддяка” [18, т. 2, с. 333]). Сприяла фразеологізації аналізованої ФО і аналогія з біблійним *Auge um Auge, Zahn um Zahn* (букв.: око за око, зуб за зуб) [4, с. 153]. Традиція проведення народних змагань, за даними Л. Рьоріха [23, Bd. 5, с. 1750], лягла в основу образно-мотиваційної бази ще однієї ФО: *es geht um die Wurst* (досл.: йдеться про ковбасу) – “наразі настав вирішальний момент” [22, с. 686], оскільки переможці таких змагань часто отримували у винагороду ковбасу.

В українців же ковбаса – особливо домашньо-го приготування – є чітко вираженим знаком на-

ціональної самоідентифікації. Вона завжди цінувалася і не була частим “гостем” на їхніх столах, бо під час постів, яких заборонено дотримувалися українці, ковбаса була забороненою стравою (пор. *дбає як за ковбасу в піст* – “не дбає, байдуже ставиться” [20, с. 71]).

Протягом уже не одного століття ковбаса вважається улюбленою стравою українців [10, с. 295], що знайшло своє віддзеркалення у “душі народу” (фразеології), напр.:

– ковбаса делікатес, зажди ласий шматочок: *ласий як до ковбас* – “має особливу пристрась”; *ласий як кіт на ковбасу* – “дуже любить що-н.” [20, с. 71];

– ковбаси ніколи не буває багато: *довге як ковбаса* – “про що-н. мале, коротке” [20, с. 71];

– втрата ковбаси свідчить про певні збитки, які засмучують людину: *сердиться як би пес ковбасу з'їв кому* – “дуже невдоволений, сердитий” [20, с. 114].

Як бачимо, в українській і німецькій мовах існує повна асиметрія ФО-лінгвокультурем із гастрономічним компонентом *ковбаса*, створюючи у такий спосіб релевантне для обох концептополів етнокультурне наповнення.

Лінгвокультуремно маркованим як у німецькій, так і в українській лінгвоспільнотах є також гастрономію *Butter* “масло”, що входить до складу численних ФО. Проте ця маркованість не є такою домінуючою, як для ФО з компонентом *ковбаса*, оскільки тут маємо спільні концептуальні засади утворення ФО, які базуються на властивостях коров'ячого масла:

1) жирова м'яка речовина, напр.: нім. *es geht wie Butter* (букв.: це йде, наче масло) – “що-небудь йде (проходить) безперешкодно”; *jemandem Butter aufs Brot schmieren* (букв.: намазувати кому-небудь масло на хліб) – “умаслювати, улещувати кого-небудь” [16, с. 42; 18, т. 1, с. 132]; укр. (*іти, ніти* і т. ін.) *як з маслом* – “легко, успішно, чітко, без перешкод і т. ін.; дуже добре”; *говорить як маслом мастить* – “облесно, улесливо говорить”; *плаває як пиріг у маслі* – “благоденствує, заможно живе” [20, с. 89; 21, с. 368];

2) розтавання масла та перехід до м'якого стану, напр.: нім. *ein Herz wie Butter haben* (досл.: мати серце, наче масло) – “бути м'якосердим”; *weich wie Butter sein* (досл.: бути м'яким, наче масло) – “бути м'якосердим”; *zerschmelzen / dahinschmelzen wie Butter an der Sonne* (досл.: танути, наче масло на сонці) – “швидко минає (про яке-небудь почуття)”; *wie Butter an der Sonne zerrinnen* (букв.: танути, наче масло на сонці) – “спливати як вода, танути як віск (напр., про гроші)” [16, с. 42];

3) ситний продукт харчування, напр.: нім. *Butter verdirbt keine Kost* (букв.: масло не псує страву) – “каші маслом не зіпсуєш”; *Butter bei den Fischen haben* (досл.: мати масло з рибою) – “чудо-во жити, мати гроші”; *das ist ein Stück Butter im Brei* (букв.: це шматок масла в каші) – “неочікуване щастя” [18, т. 1, с. 133; 23, Bd. 1, с. 286]; укр. *живе (плаває) як вареник у маслі* – “добре, заможно живе”; *живе як галушка в маслі* – “добре, заможно живе, благоденствує”; *живе (купається) як пампук у маслі* – “благоденствує, заможно живе”; *живе (купається) як сир у маслі* – “безтурботно живе, благоденствує” [20, с. 20, 35, 109, 135].

Як бачимо, не всі властивості масла рівномірно концептуалізовано у згаданих мовах, що свідчить про певну лінгвокультуремну асиметрію ФО з гастрономом *масло*. Така асиметрія може бути викликана етнокультурно маркованими компонентами ФО (напр.: компонент *пампух* у ФО *живе (купається) як пампух у маслі*) або національно й культурно специфічними когнітивними підвалинами світосприйняття та світорозуміння об'єктивного світу українським і німецьким етносами, напр.: наведені вище приклади чітко маніфестують долучення компонента *масло* до розбудови гіперконцепту ЩАСТЯ та гіпоконцептів ЩАСЛИВЕ ЖИТТЯ і ЗАМОЖНЕ (БАГАТЕ) ЖИТТЯ, проте німецький гастронім *Butter* бере участь у формуванні концептів ВТРАТА та НЕЩАСТЯ, бо масло – це ситний продукт, втрата якого дуже засмучує (пор. наші висновки щодо особливостей концептуалізації гастроніма *ковбаса* в українській мові): *jemandem ist das Butter vom Brot gefallen* (букв.: у кого-н. масло впало з хліба) – “кому-н. дуже не пощастило”; *jemand sieht aus, als hätte man ihm die Butter vom Brot genommen* (букв.: хто-н. має такий вигляд, наче у нього забрали масло з хліба) – “хто-н. має дуже збентежений вигляд”; *jemand läßt sich die Butter vom Brot nicht nehmen* (досл.: хто-н. не дозволить забрати масло з хліба) – “хто-н. не дасть себе скривдити”. Пор. укр. *хто-н. не дасть собі в кашу наплювати* [18, т. 1, с. 132].

Концептуальна значущість гастроніма *масло* в німецькому етносі маніфестується навіть тим, що він, як компонент ФО *es ist alles in (schönster) Butter* (букв.: все у (найкращому) маслі) – “все у найкращому порядку” [23, Bd. 1, с. 286], бере участь у формуванні культурно релевантного для німців концепту ORDNUNG ‘ПОРЯДОК’. Появу цієї ФО Л. Рьоріх пов’язує з віддзеркаленням у мові періоду конкуренції між маслом і маргарином, виробництво якого розпочалося в кінці XIX століття, а значне поширення зафіксовано після Першої Світової війни. Відповідно, масло асоціювалося у німців з усім первинним, найкращим, а маргарин – з маргінальним, гіршим, неякісним.

Отже, незважаючи на те, що концептуальне підґрунтя гастроніма *масло* може виявляти певні збіги в українському та німецькому етносах, наприклад, за ознаками “ситне харчування”, “благополуччя”, “щастя”, домінантними, все ж таки, є випадки асиметрії ФО-лінгвокультурем.

Етнокультурному “насиченню” концептополя СТРАВИ сприяє в німецькому мовному середовищі фітонім *Kartoffel* ‘картопля’, який водночас може виконувати функцію гастроніма, оскільки картопля є однією з улюблених “харчових” культур у Німеччині. Вона готується за різними рецептами й у різних варіаціях. Про популярність картоплі у Німеччині свідчить те, що в багатьох європейських, особливо в слов’янських, мовах позначення картоплі прийшло саме з Німеччини: болг. *картоф*, рос. *картофель*, укр. *картопля*, хорв. *krumpir* та ін. Навіть ті позначення картоплі, які мають повністю слов’янське звучання, є власне кальками з німецької мови або вказують, з якої частини Німеччини картопля попала в ту чи іншу країну: пол. *ziemniaki* та словацьк. *zemiaki* – це переклад з німецької *Erdapfel* (букв.: земляне яблуко), а чеш. *brambory* за походжен-

ням пов’язане з назвою Бранденбурга, звідки до Чехії доставляли картоплю [4, с. 115].

У фразеологічній системі німецької мови є ФО з цим компонентом зі значенням простої, доступної для всіх їжі, яка навіть може набридати, напр.: *es sind kleine Kartoffeln* (букв.: це дрібна картопля) – “це просто, це дрібниці”; *jeden Tag Kartoffelsuppe!* (букв.: кожного дня картопляний суп!) – “щодня одне й те ж” [18, т. 1, с. 371]; *die dümmsten Bauern haben (ernten) die dicksten Kartoffeln* (букв.: найдурніші селяни мають (виросують) найбільшу картоплю) – “про тих, хто без особливої праці мають у всьому успіх” [23, Bd. 3, с. 813].

Значно більшу пошану має в українській етнокультурі гастронім *хліб*, який вважається “найбільш сакральним видом їжі” [19, с. 384–385]; його символіка наскрізь пронизує онтологію людини, а ставлення до нього побожне, культове, бо це Божий дар. Хліб випікають переважно у формі сонця і називають святом, тому їсти його потрібно лише з непокритою головою; при ньому не можна лягати, насилати на когось прокльони. Хліб має обрядове значення при сватанні, заручинах, батьківському благословенні на шлюб, при новосіллі, на похоронах тощо. Хліб є символом щастя, розмноження, згоди, єднання, багатства [10, с. 618].

Хліб для українців – це продукт, без якого вони взагалі не уявляють свого існування; це найголовніша їжа, напр.: *хліб насущний* – “1) засоби, необхідні для прожитку, для існування; 2) щось найважливіше, найістотніше” [21, с. 745]. Проте хліб має високий семіотичний статус не лише в українському етносі, а й, наприклад, у німецькому, про що свідчить функціонування цього гастроніма навіть у формулах привітання [9, с. 11].

Простежується збіг за більшістю концептуальних параметрів формування концептів нім. BROT / укр. ХЛІБ за допомогою ФО, напр.: симетрія (1) при розбудові концепту ЖИТТЯ на основі вище згаданого *метафоричного принципу* (концептуальна та мовна картини світу, або концептуальний і мовний рівень свідомості, або концепти та мовні одиниці утворюють типові зв’язки, які мовознавці по-різному називають, хоча мова йде про одне й те ж явище, напр.: гештальтні метафори (О.П. Воробйова, Л.І. Белехова), метафоричні принципи (О.П. Левченко). Ми послуговуємось останнім терміном [14, с. 9]) (1) *хліб* → *це життя*: нім. *das liebe* (або *das tägliche*) *Brot* (букв.: любий (або щоденний) хліб) – “хліб насущний”; *etwas nötig haben wie’s liebe Brot* (букв.: чогось дуже потребувати, наче любого хліба) – “щонебудь дуже необхідне” [18, т. 1, с. 124; 16, с. 39]; (2) *хліб* → *це заробіток*: тяжкий хліб – тяжкий заробіток, легкий хліб – легкий заробіток, напр.: нім. *das ist ein hartes* (або *schweres*) *Brot* (букв.: це твердий (або важкий) хліб) – “хліб, здобутий у поті чола”; *sich sein Brot schwer verdienen* (букв.: важко заробляти собі хліб) – “тяжкою працею заробляти собі хліб”; *Brot kostet Schweiß* (букв.: хліб коштує поту) – “щоб мати, треба працювати”; *nach Brot gehen* (букв.: йти за хлібом) – “шукати заробітку; заробляти на хліб”; укр. *тяжкий хліб* – “заробітки, здобуті важкою працею, великими зусиллями”; *легкий хліб* – “1) засоби для існування, здобуті без труднощів, без особливих зусиль; 2) неважка робота, заробіток без важкої праці, без докладання особливих зусиль”

[18, т. 1, с. 124; 21, с. 746]; (3) *нааявність хліба* → *це хороший заробіток, достаток, сміне життя*, напр.: нім. *sein Brot haben* (букв.: мати свій хліб) – “вийти в люди, мати свій заробіток”; *sein gutes Brot haben* (букв.: мати свій хороший хліб) – “добре заробляти”; *in Arbeit und Brot kommen* (букв.: прийти до роботи та хліба) – “влаштуватися на роботу”; *jemandem das Brot nehmen* (букв.: взяти у кого-небудь хліб) – “позбавити кого-небудь шматка хліба, засобів існування”; укр. *і хліб ідо хліба* – “необхідні засоби для існування; достаток”. Ця ФО утворена на основі старовинного українського звичаю *підносити хліб-сіль*, який означає вручення гостям при зустрічі паляниці хліба й солі на знак хлібосољства, великої пошани та в урочистих випадках.

Лінгвосоєміотичну значущість хліба підтверджує звернення до етнографічного матеріалу: у старовинному українському весільному обряді свати з хлібом, сіллю та пляшкою горілки в супроводі жениха та старшого боярина ходили до батьків дівчини свататися [8, с. 57].

Зазначимо, що саме ФО з компонентом *хліб*, які передають лінгвокультурну симетрію в українському й німецькому етносах, чітко маніфестують опозицію “свій – чужий”. Ця опозиція вважається лінгвокультурною універсалією [19, с. 13], яка в будь-якому соціумі осмислюється за допомогою різнорівневих зв'язків людини: родинних, сімейних, етнічних, мовних, конфесійних, соціальних. Архетипне підґрунтя концептів нім. BROT / укр. ХЛІБ формується за участю опозиції “свій – чужий” на основі родинних і сімейних зв'язків: родинне, сімейне (моє) протиставляється сусідському (не лише сусіди, а й гості), тобто чужому, напр.: нім. *sein eigen Brot essen* (букв.: їсти свій власний хліб) – “жити своєю працею”; *fremder Leute Brot essen tut weh* (букв.: від чужого хліба робиться зле) – “чужий хліб боком вилізе; чужа хата гірше ката”; *besser eigenes Brot als fremder Braten* (букв.: краще свій хліб, ніж чужа печеня) – “свій хліб ліпший; свій борщ, хоч і не солоний, ліпший за чужу юшку”; укр. *свій хліб* – “засоби для існування, здобути власними зусиллями; власні заробітки”; *жити на чийх хлі-*

бах – “за чийсь рахунок, на чийомусь утриманні” [18, т. 1, с. 125; 21, с. 746].

Висновки і пропозиції. Як бачимо, концептополе СТРАВИ, лінгвокуль-турний аналіз якого нами зроблено на прикладі найбільш етнокультурно маркованих страв німецького й українського народів, охоплених їхніми фразеологіями, виявляє асиметрію фразеологічних лінгвокультурем (ФЛ) з усіма розглянутими гастрономами. Основним чинником таких розбіжностей при формуванні концептополя “Страви” у згаданих народів є, на наш погляд, відмінна аксіологія світосприйняття різних лінгвосоціумів. Причина цього вбачається в нашаруванні специфічної для кожного етносу культурної інформації при концептуалізації понять, пов'язаних із такою важливою для існування людини галуззю – продукти харчування. Ця інформація кодується за допомогою архетипів, стереотипів, еталонів, символів, прецедентних текстів тощо.

Таким чином, лінгво- й етнокультурний аналіз ФО з проаналізованими компонентами української та німецької мов, які вербалізують концепти СТРАВИ, засвідчив лінгвокультурну асиметрію проаналізованих ФО на таких рівнях: 1) компонентний склад (нааявність реалій); 2) денотативний; 3) сигніфікативний; 4) конотативний; 5) символіко-предметний, що повністю охоплює класифікацію Г.С. Бухонкіної [3, с. 10–18] щодо локалізації культурно-значущої інформації в мовному знаку.

Наша наступна розвідка буде присвячена вербалізації концептополя НАПОЇ, унікальність якої виявляється в тому, що напої, на відміну від страв, мають тенденцію до інтернаціоналізації, тобто часто той чи інший напій однаково активно споживають як етнос, який породив цей напій, так і етноси, де з таким напоєм знайомі зовсім недавно. Єдиною відмінністю є культура приготування та споживання. Остання являє собою індикатор, за яким визначають етнокоріння певного напою. Про витоки етнокоріння сигналізує культурно значущий для цього мовного етносу концепт, який значною мірою формується за допомогою відповідного гастронома.

Список літератури:

1. Беленко Е.В. Концептосфера продукты питания в национальной языковой картине мира : атореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Челябинск, 2006. 19 с.
2. Буркова П.П. Кулинарный рецепт как особый тип текста (на материале русского и немецкого языков) : атореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Ставрополь, 2004. 22 с.
3. Бухонкина А.С. Типы асимметрии культурем (на материале французского и русского языков) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.20. Волгоград, 2002. 22 с.
4. Вальтер Х. От «А» до «Zwickmühle»: Историко-этимологические комментарии к немецкой фразеологии. Greifswald : Ernst-Moritz-Arndt-Universität, 2008. 175 s.
5. Гак В.Г. Языковые преобразования. Москва : Школа “Языки русской культуры”, 1998. 768 с.
6. Горобець І.С. Мовні засоби відтворення концепту ЗЛОЧИНЕЦЬ у сучасній американській художній прозі та газетній публіцистиці : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Донецьк, 2007. 20 с.
7. Гачев Г. Национальные образы мира. Космо-Психо-Логос. Москва : Издательская группа “Прогресс”. “Культура”, 1995. 480 с.
8. Григоренко Т.В. Етнографічна лексика і фразеологія у складі української літературної мови : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Умань, 2005. 211 с.
9. Головніцкая Н.П. Лингвокультурные характеристики немецкоязычного гастрономического дискурса : атореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Волгоград, 2007. 20 с.
10. Жайворонок В.В. Знаки української етнокультури : словник-довідник. Київ : Довіра, 2006. 703 с.
11. Живіцька І. Символ як стереотиповане явище культури (на матеріалі українських паремій). *Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство)*: у 4 ч. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2009. Вип. 81(3). С. 271–275.
12. Карасик В.И. Языковые ключи. Волгоград : Парадигма, 2007. 520 с.

13. Куликов Г.И., Мартиневский В.И. Страноведческие реалии немецкого языка. Минск : Вышэйш. шк., 1986. 257 с.
14. Левченко О.П. Фразеологічна символіка: лінгвокультурологічний аспект. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2005. 352 с.
15. Леонова А.И. Лингвокультурологическая специфика кулинарных реалий : дисс. ... д. филол. наук : 10.02.19. Тверь, 2003. 214 с.
16. Мізін К.І. Німецько-український фразеологічний словник. Вінниця : Нова книга, 2005. 304 с.
17. Миронова И.К. Концептосфера “Еда” в русском национальном сознании: базовые когнитивно-пропозициональные структуры и их лексические репрезентации : дисс. канд. ... филол. наук : 10.02.01. Екатеринбург, 2002. 280 с.
18. НУФС Німецько-український фразеологічний словник. В 2 т. Київ : Рад. школа, 1981. Т. 1. 416 с.; Т. 2. 382 с.
19. Славянская мифология. Энциклопедический словарь. Москва : «Эллис Лак», 1995. 416 с.
20. ССНП Юрченко О.С., Івченко А.О. Словник стійких народних порівнянь. Харків : Основа, 1993. 176 с.
21. СФУМ Словник фразеологізмів української мови. Київ : Наукова думка, 2003. 1104 с.
22. Lexikon der Redensarten: Herkunft und Bedeutung deutscher Redewendungen. München : Bassermann, 2005. 781 s.
23. Röhrich L. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Freiburg; Basel; Wien: Herder, 2001. Bd. 1. 348 S., Bd. 2. 734 S., Bd. 3. 1106 S., Bd. 4. 1502 S., Bd. 5. 1910 S.

References:

1. Belenko, E.V. (2006). Kontseptosfera produkty pitaniya v natsionalnoi yazykovoi kartine mira: avtoref. diss. ... kand. filol. nauk: 10.02.19 [The concept of food in the national linguistic picture of the world: author. diss. ... cand. philol. sciences: 10.02.19]. Chelyabinsk, 19 p.
2. Burkova, P.P. (2004). Kulinaryni retsept kak osobennyi tip teksta (na materiale russkogo i nemetskogo yazikov): avtoref. diss. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. 10.02.01 [Culinary recipe as a special type of text (based on Russian and German languages): author. dis. ... cand. filol. sciences: 10.02.19. 10.02.01]. Stavropol, 20 p.
3. Bukhonkina, A.S. (2002). Tipy assimetrii kulturem (na materiale frantsuzskogo i russkogo yazikov): avtoref. diss. ... kand. filol. nauk: 02.10.20 [Types of asymmetry in a culture (based on French and Russian languages): author. diss. ... cand. filol. sciences: 02.10.20]. Volgograd, 22 p.
4. Walter, H. (2008). Ot «A» do «Zwickmühle»: Istoriko-etimologicheskiye kommentarii k nemetskoj frazeologii [From "A" to "Zwickmühle": Historical and etymological comments on German phraseologists]. Greifswald: Ernst-Moritz-Arndt-Universität, 175 s.
5. Hack, V.G. (1998). Yazykovyye preobrazovaniya [Language transformations]. Moscow: School “Languages of Russian Culture”, 768 p.
6. Horobets, I.S. (2007). Movni zasoby vidtvorennya kontseptu ZLOCHYNETS u suchasnyy amerykanskiy hudozhniy prozi ta hazetniy publitsytytsi: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04 [Move your thoughts to the concept of ZLOCHINETS at the right of the time for American art and newspaper articles: author. dis. ... cand. filol. sciences: 10.02.04]. Donetsk, 20 p.
7. Gachev, G. (1995). Natsionalnyye obrazy mira. Kosmo-Psikhologos [National images of the world. Cosmo-Psycho-Logos]. Moscow: Publishing group "Progress" "Culture", 480 p.
8. Grigorenko, T.V. (2005). Etnohrafichna leksyka i frazeologia u skladi ukrayinskoj literaturnoi movy: dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.01 [Ethnographic vocabulary and phraseology at the warehouse Ukrainian literary movi: dis. ... cand. filol. sciences: 10.02.01]. Uman, 211 p.
9. Golovnikskaya, N.P. (2007). Lingvokulturnyye harakteristiki nemetskojazychnogo gastronomicheskogo diskursa: avtoref. diss. ... kand. filol. nauk: 10.02.04 [Linguistic and cultural characteristics of the German-speaking gastronomic discourse: author. dis. ... cand. filol. sciences: 10.02.04]. Volgograd, 20 p.
10. Zhayvoronok, V.V. (2006). Znaky ukrayinskoj kultury: slovnyk-dovidnyk [Signs of Ukrainian ethnic culture: vocabulary-dictionary]. Kyiv: Dovira, 703 s.
11. Zhivitska, I. (2009). Symvol yak stereotypizovane yavyshe kultury (na materialy ukrayinskykh paremyi) [The symbol is stereotyped in the name of culture (in the material of the Ukrainian pair)]. *Science notes. Philology*. Kirovograd: RVV KDPU im. V. Vynnychenka, No. 81(3). S. 271–275.
12. Karasik, V.I. (2007). Yazykovyye klyuchi [Language keys]. Volgograd: Paradigm, 520 p.
13. Kulikov, G.I., & Martinevsky, V.I. (1986). Stranovedcheskiye realii nemetskogo yazika [Regional realities of the German language]. Minsk: Higher. school, 257 p.
14. Levchenko, O.P. (2005). Frazеологічна символіка: лінгвокультурологічний аспект [Phraseological symbolics: linguistic and cultural studies aspect]. Lviv: LRIDU NADU, 352 p.
15. Leonova, A.I. (2003). Lingvokulturnyye spetsifika kulinafonimov: diss. ... d. nauk: 10.02.19 [Linguocultural specificity of culinary names: diss. cand. filol. sciences: 10.02.19]. Tver, 214 p.
16. Mizin, K.I. (2005). Nimetsko-ukrayinskyi frazeологічний slovnyk [German-Ukrainian phraseological dictionary]. Vinnitsya: Nova Kniga, 304 p.
17. Mironova, I.K. (2002). Kontseptosfera “Yeda” v russkom natsionalnom soznanii: bazovyye kognitivno-propozitsionalnyye struktury i ih leksicheskiye reprezentatsii: avtoref. diss. ... kand. filol. nauk: 10.02.01 [The conceptosphere “Food” in the Russian national consciousness: basic cognitive-propositional structures and their lexical representations: diss. cand. filol. sciences: 10.02.01]. Yekaterinburg, 280 p.
18. NUFС Nimetsko-ukrayinskyi frazeологічний slovnyk. U 2 tomah (1981). [German-Ukrainian phraseological dictionary. In 2 vols.]. Kyiv: Rad. School, 1981. Vol. 1, 416 p.; Vol. 2, 382 p.
19. Slavyanskaya mifologiya. Entsiklopedicheskiy slovar (1995). [Slavic mythology. Encyclopedic Dictionary]. Moscow: "Ellis Luck", 416 p.
20. SСNP Yurchenko, O.S., & Ivchenko, A.O. (1993). Slovnyk stiykykh narodnykh porivnyan [Vocabulary of stylish folk tales]. Kharkiv: Basis, 176 p.
21. SFUM Slovnyk frazeологізмів ukrayinskoj movy [Dictionnaire of phraseological units of Ukrainian language] (2003). Kyiv: Naukova Dumka, 1104 p.
22. Lexikon der Redensarten: Herkunft und Bedeutung deutscher Redewendungen (2005). München: Bassermann, 781 s.
23. Röhrich L. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten (2001). Freiburg; Basel; Wien: Herder, Bd. 1, 348 S., Bd. 2, 734 S., Bd. 3, 1106 S., Bd. 4, 1502 S., Bd. 5, 1910 S.