

**Структурно-семантична характеристика фразеологізмів
з гастрономічним компонентом
(на матеріалі сучасної німецької мови)**

Фразеологія на сьогоднішній день характеризується широким колом проблем. Актуальними і цікавими є дослідження в галузі семантики фразеологізмів. Учені досліджують суть і об'єм фразеології, семантичну організацію фразеологічних одиниць (далі ФО), розглядають проблеми обмеження фразеологізмів від змінних і термінологічних словосполучень, визначають критерії виділення фразеологічних одиниць, проводять класифікації фразеологізмів з точки зору семантичної єдності їх компонентів. Вивченню даної проблематики приділяли увагу такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як О. Огуй, В. Левицький, Ш. Баллі, В. Виноградов, О. Кунін, Г. Лавриненко, О. Зубач, В. Фляйшер, Л. Вільске.

Структурно-семантичний аспект фразеологізмів із гастрономічним компонентом має важливе значення, адже тут вивчається і природа, і характер семантичних відношень мовних одиниць. Саме семантичні відношення є основою існування найважливішої комунікативної функції мови. Акт комунікації – це форма пізнання та представлення об'єктивної дійсності, який ускладнюється в мовному плані [12, с. 78]. Фразеологізми – це одиниці фразеологічного рівня, який іде за лексичним, з подальшим ускладненням структури, функцій, значення, тому, очевидно, необхідно досліджувати аспекти фразоутворення в плані семантичних особливостей.

Такі дослідники, як А. В. Кунін, Н. М. Амосова, А. І. Смирницький пропонують різні класифікації фразеологізмів [5; 1; 7]. Ш. Баллі, навпаки, відмовляється від будь-якої класифікації фразеологізмів [2]. Розглянемо, на нашу думку, найбільш повну класифікацію, наведену науковцем В. В. Єлисеєвою [4, с. 126]. Услід за дослідницею виділяємо структурні, функціональні і семантичні типи фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом (далі ФОГК).

Незважаючи на той факт, що фразеологізми не є модельованими словосполученнями, вони досить чітко можуть бути розподілені **за типами структур**. Розрізняють ФО, які за своєю формою співпадають із відповідними вільними словосполученнями: *wie Milch und Blut aussehen, wer Honig lecken will, darf die Bienen nicht scheuen*. До другої групи належать сурядні структури: *ein großer Fisch, eine harte Nuss*. Третя група складається з фразеологічних одиниць з предикативною структурою: *j-m den Braten versalzen, j-m das Wasser abgraben, j-n zu Brei zermalmen*. До неї відносимо також ФО компаративного характеру *wie Milch und Blut aussehen, sich gleichen wie ein Ei dem anderen*.

ФО утворюють дві основні групи залежно від характеру їх **функціонування в мові**: *номінативні* та *комунікативні*. Номінативні фразеологізми мають певний зв'язок зі словом, оскільки воно, як лексична одиниця, служить для номінації понять. Звідси фразеолексеми можуть ділитися за частинами мови, що, звичайно не діє для усталених фразеологізмів-речень. ФО такого типу також слугують для найменування предметів, явищ, ознак і можуть мати різноманітну структуру, наприклад: *das liebe Brot, das ist kleine Fische, ein fetter Braten*.

Комунікативні фразеологізми, на відміну від номінативних, мають чітку структуру речення. Їхнє значення не можна описати словами-еквівалентами, а лише реченнями-еквівалентами [6, с. 127]. Поділ на класи слів, так як це було з номінативними ФО, неможливий. Конструкції цього типу вживаються переважно як регулюючі комунікацію сигнали, а не як номінативні одиниці: *Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm. Der Brei wird nicht so heiß gegessen wie er gekocht ist*.

Фразеологічний фонд мови можна уявити собі у вигляді **семантичної структури**, що має ядро і периферію. Ядром структури є ФО, компоненти, які повністю змінили своє значення від впливом один одного. В. В. Виноградов називає такі одиниці фразеологічними зрощеннями, Н. М. Амосова – ідіомами, отже, услід за названими науковцями, у корпусі досліджуваного матеріалу виокремлюємо наступні ФОГК: *Blut und Wasser schwitzen, j-n aufs Eis fahren, aus jemandem Wurst machen*. Менш спаяними є ФО, які зберігають первісне значення одного із компонентів і безпосередньо приєднуються до ядра фонду. В термінології В. В. Виноградова – це фразеологічні єдності, в термінології Н. М. Амосової – фрази: *auf Eis legen, gutes Brot haben, Zucker im Munde haben*.

Таким чином, ми виділили три групи структурних типів, два функціональних та два семантичних типи ФО.

Проаналізувавши зібраний у процесі досліджень фактичний матеріал, ми вважаємо доцільним класифікувати фразеологічні одиниці із гастрономічним компонентом за структурним принципом. Беручи до уваги частину мови і морфологічну парадигму, В. Фляйшер, і ми услід за ним, розрізняємо наступні класи фразеологізмів:

- 1) субстантивні (іменникові);
- 2) ад'єктивні (прикметникові);
- 3) адвербіальні (прислівникові);
- 4) вербальні (дієслівні) [11, с.142-163].

Для субстантивних фразеологізмів важливим є ступінь онімізації, термінологізації і фразеологізації, а також характеристика стереотипів номінації. Ми виділили наступні синтаксичні структури, що складаються з головного слова й означення:

1) прикметникове означення + іменник: *ein fetter Braten, ein großer Fisch, das liebe Brot, eine harte Nuss*;

2) іменник + прикметникове означення (невідмінюване). Цей структурний тип фразеологізмів із гастрономічним компонентом у німецькій мові представлений дуже слабо: *jemandem wird die Milch sauer*;

3) іменник + іменникове означення в родовому відмінку: *Fremder Leute Brot*;

4) іменник + прийменникове означення: *aus j-m Wurst machen, für einen Apfel und Ei kaufen*. Зауважимо, що в таких конструкціях можливі також поширені варіанти першого чи другого компонента: *da liegt der Hase im Pfeffer*.

Як показує аналіз фактичного матеріалу, іменникові фразеологізми із гастрономічним компонентом піддаються конкуренції словотвірних конструкцій більше, ніж дієслівні чи прислівникові. На нашу думку, це пов'язано з сильним розвитком номінальної композиції в німецькій мові.

Прикметникові фразеологізми – це фразеологічні словосполучення, які, виступаючи у функції означення, відповідають синтаксичним функціям відмінюваного прикметника. Це основний критерій для прикметникових фразеологізмів, хоча відомо, що не всі прикметники можуть виступати в ролі означення. У процесі дослідження нами встановлено, що в німецькій мові прикметникові фразеологізми із гастрономічним компонентом представлені слабо.

Інша тенденція спостерігається серед прийменникових фразеологізмів. На відміну від прикметникових, які є периферійним явищем, прийменникові фразеологізми – поширене явище серед німецьких фразеологізмів із гастрономічним компонентом. Особливість синтаксичних структур прийменникових фразеологізмів полягає в тому, що основним елементом у них виступає іменник, наприклад:

- прийменник + іменник: *Da liegt der Hase im Pfeffer, die Weisheit mit Löffel gegessen haben, j-n ans Messer liefern*;

- прийменник + іменник + прийменник: *mit dem Schinken nach der Wurst werfen*;

- іменник + прийменник + іменник: *Das ist mir Butter vom Brot gefallen*.

Як показує аналіз фактичного матеріалу, найчисленнішою групою є дієслівні фразеологізми із гастрономічним компонентом сучасної німецької мови, структура яких є також найрізноманітнішою. Те, що дієслівні ФО так широко представлені в німецькій мові пов'язано, на нашу думку, з обмеженою можливістю дієслів до словотворення у порівнянні з іменниковими фразеологізмами. Різноманітність синтаксичних структур дієслівних ФОГК пояснюється тим, що обов'язкові дієслівні компоненти можуть комбінуватися по-різному із структурованими іменниковими,

прикметниковими та прислівниковими групами. Зокрема, нами виділено такі закономірності:

- іменник із артиклем або без нього: *an etw. Geschmack finden, den Braten schmecken*;

- іменник із поширеним прикметниковим означенням, з артиклем або без нього, в однині чи в множині. В ролі означення може виступати числівник або займенник, як правило, відмінюваний: *jmdm. (k)eine Extrawurst (gebraten) kriegen, die beleidigte Leberwurst spielen*. В деяких конструкціях поширене означення не обов'язкове, але часто вживається: *hartes Brot sein, gutes Futter, gute Butter, allerbeste Sahne*;

- поширення дієслівних компонентів за допомогою (прислівникової) прийменникової групи: *kaum das liebe Brot haben, die Nase in jeden Quark stecken, einen Klotz ans Bein binden*;

- іменникові сурядні словосполучення: *Blut und Wasser schwitzen, Kohldampf scheiben*;

- іменник із прийменником, із частково поширеним за допомогою прикметника, займенника, числівника, означенням. На місці іменника може стояти займенник: *jemand will immer eine besondere Wurst gebraten haben, den alten Kohl wieder aufräumen*.

Серед дієслівних досліджуваних фразеологізмів, в яких у ролі основних компонентів виступають прикметники та прислівники, можна виділити лише одну групу: *weich wie Butter sein, gesund wie ein Fisch im Wasser, mehr ertrinkt kein Fisch*. Виокремлюємо також конструкції з другим дієслівним компонентом, у ролі якого виступає, як правило, модальне дієслово. Такі конструкції різняться тим, що містять у своєму складі компоненти виключно дієслівного характеру, або, окрім другого дієслівного компоненту є ще і компонент номінативний. Оскільки темою нашої роботи є фразеологізми із гастрономічним компонентом, то ми беремо до уваги тільки вирази з номінативним компонентом, які складаються із:

- номінативного елемента + смислового дієслова + допоміжного дієслова. В ролі номінативного компоненту виступає, як правило, іменник: *die Suppe auslöffeln müssen, die man sich eingebrockt hat, jemand musste die ganze Brühe bezahlen*;

- номінативного компоненту і двох смислових дієслів: *jmdn. in der Brühe sitzen lassen, sich nicht die Wurst vom Brot ziehen lassen*.

У процесі дослідження виявлено, що серед більшості дієслівних фразеологічних структур переважають повністю ідіоматичні фразеологізми, засновані на метафоричному переосмисленні, коли значення всього виразу перестає бути зрозумілим. Коли ж номінативна метафора пов'язана з непереосмисленим дієсловом, йдеться про дієслівний фразеологізм і частково ідіоматичне значення.

Фразеологізми з гастрономічними компонентами виникають спонтанно, незалежно одне від одного в різні періоди і в різних мовах, оскільки мають спільну основу в спостереженні людини за собою, у спільних фізичних і психічних ознаках людини, у спільних умовах розвитку, в спостереженні за життям і поведінкою тварин, у вивченні дій та емоцій людини. Семантичним центром досліджуваних фразеологізмів виступає стрижневий компонент – гастрономія. Вивчення фразеологізмів із гастрономічним компонентом показує, що семантика більшості з них обумовлена лексико-семантичним потенціалом аналізованого компоненту.

Згідно з нашими спостереженнями найвищою фразоутворюючою продуктивністю в німецькій мові характеризуються такі гастрономічні лексеми як: *Brot, Wurst, Honig, Milch*. На них припадає близько половини нами досліджуваних фразеологізмів. Решта фразеологізмів (*Sahne, Pfeffer, Öl, Puding*) вживається рідше, але їхня фразоутворююча активність досить висока. Семантика більшості вказаних ФО в німецькій мові пов'язана з гастрономічними компонентами, що входять до їх складу, тобто формування основних значень ФОГК залежить від функцій і властивостей продуктів харчування чи способів приготування.

Фразеологізми об'єднують в семантичне поле на основі загального поняття, що реалізується за однаковими або різними компонентами. На основі загального понятійного змісту в них розвиваються загальні лексичні значення. Проведена нами семантично-тематична класифікація німецьких ФОГК дозволяє виділити серед них такі групи зі спільним значенням:

1) ФОГК, які описують риси характеру людини:

weder Fisch noch Fleisch – ні риба, ні м'ясо;

eine treulose Tomate – ненадійна людина;

weich wie Butter sein – бути м'якосердним;

klar wie Kloßbrühe – цілком незрозумілий.

2) ФОГК, які характеризують скрутне матеріальне становище:

sich über Wasser halten – зводити кінці з кінцями;

nicht das Salz aus Brot verdienen – жити у край злиденно;

kaum das liebe Brot haben – ледве зводити кінці з кінцями;

in den sauren Apfel beißen – скоритися долі.

3) ФОГК, які підкреслюють вік, зовнішність та досвід людини:

das Ei will klüger sein als die Henne – яйця курку не вчать;

aussehen wie Presswurst – мати поганий вигляд;

die Henne, so die Eier – яке дерево, такий і клин.

4) ФОГК, які характеризують діяльність:

wer Fische fangen will, muss vorher die Netz eflicken – щоб рибку з'їсти, треба в воду лізти;

ein hartes Brot essen – заробляти важкою працею;

Honig lecken will, darf die Bienen nicht scheuen – любиш медом ласувати, не бійся бджіл. Любиш кататися, люби і саночки возити;

nicht das Salz zur Suppe verdienen – не заробити навіть на шматок хліба.

5) ФОГК, які виражають майстерність:

meer ertrinkt kein Fisch – риба в морі не тоне;

er kann mehr als Brot essen – він багато чого може;

jemanden ausnehmen wie eine Weihnachtsgans – обібрати (так, що й ніхто не замітить);

er ist munter wie ein Fisch im Wasser – як риба у воді.

6) ФОГК, які показують шлях до мети:

Die ersten Pflaumen sind immer madig – перший млинець грудкою;

er kann mehr als Brot essen – він багато чого може;

es geht um die Wurst – щось вирішальне;

er brät den Hering um den Rogen – він зовсім не докладає зусиль.

7) ФОГК, які позначають достаток:

alles in Butter – все як слід, усе йде як по маслу;

das Fett abschöpfen – збирати вершки;

große Rosinen im Kopf / im Sack haben – мати великий достаток;

im Fett schwimmen – купатися, як сир у маслі.

8) ФОГК, які виражають шкоду:

J-m den Appetit verderben – відбити в когось бажання;

j-m den Braten versalzen – зіпсувати комусь настрій;

j-m den Brotkorb höher hängen – морити голодом когось;

j-n zu Brei zermalmen – розтерти на порошок когось.

9) ФОГК, які виражають емоції:

ein Gesicht machen, als hätten einem die Hühner das Brot weggefressen – «кислий» вираз обличчя;

Galle im Herzen, Honig im Mund – на язикові мед, а в серці лід;

das ist nicht der reine Bienenhonig – не така це вже й радість.

Варто відмітити, що один і той же продукт харчування може обслуговувати кілька груп. Специфіка взаємодії цих груп полягає в тому, що вони утворюють певну послідовність, яка ускладнюється від риси характеру до емоційної сфери людини. Найскладнішою системою є емоційна, тому що будь-які переживання, враження активують усі інші системи людини. Зупинимося детальніше на групі ФОГК, які описують емоційну сферу людини.

Емоції є своєрідною формою відображення реального процесу взаємодії людини з оточенням. У процесі активної взаємодії з оточенням людина не залишається байдужою, в неї виникають переживання, що виражають її суб'єктивне відношення до цих явищ. Тобто деякі ФО із гастрономічним компонентом описують чисто фізіологічні процеси, які часто розглядають як супроводжуючі явища людських емоцій чи потреб. Фізіологічний процес, який виступає супроводжуючим бажанням сподобатися чи виправдати свою поведінку, використовується як знак

певної емоції, не зачіпаючи фізіологічну реальність, наприклад *einem Honig um den Bart schmieren* – підлещуватися до когось; *Zucker im Munde haben* – підлещуватися до когось.

Є певна група фразеологізмів з гастрономічним компонентом, які описують такі фізіологічні процеси, які ніколи не можуть відбутися. Йдеться про гіперболічне зображення різних емоцій чи психологічних станів людини. Воно утворюється за допомогою несполучених значень слів і є типовою для фразеології. Опис фізіологічних процесів у таких випадках зводиться до абсурду: *nicht viel Grütze im Kopf haben*; *Fremder Leute Brot essen tut weh*.

Зупинимося детальніше на групі ФОГК, які описують емоційну сферу людини, та які ми ділимо на підгрупи позитивних та негативних емоцій. Серед негативних емоцій можна виділити групи фразеологізмів із гастрономічним компонентом, які виражають страх, відчуття загрози, злість, сум, стурбованість, сором, хвилювання, серед позитивних – полегшення, самоопанування, самоконтроль, радість, закоханість.

Проаналізувавши фразеологізми із гастрономічним компонентом, що виражають **біль**, приходимо до висновку, що найпоширенішими є дієслова *reiben*, *schneiden*, які, безумовно, пов'язані з фізіологічними процесами, що супроводжують такі емоції. Через біль кожна людина, напевно, має неприємне відчуття. Тому, на нашу думку, зрозуміти такі фразеологізми не становитиме труднощів навіть для носія іншої мови: *Salz in die Wunde reiben*. Є також поодинокі випадки, коли відчуття страху носії німецької мови пов'язують з водою (тобто піт виступає) *Blut (und Wasser) schwitzen*, на прикладі яких дуже легко провести паралелі з українськими фразеологізмами – *холодним потом обливатися*.

До фразеологізмів із гастрономічним компонентом, які передають відчуття **неприємного відчуття, здивування** відносимо ФО з такими компонентами, як *schmoren*: *lass ihn ruhig etwas schmoren*. Фразеологічні одиниці, що є сигналом **суму**, часто містять у собі гастрономічний компонент *schneiden*, тобто *різати*. На нашу думку, це пов'язано з тим, що людина звикла думати, що її будь-які почуття відносяться до негативних, якщо ми щось відрізаємо, зменшуємо, особливо у порівнянні із соматичними фразеологічними компонентами: *j-m/j-n ins Herz schneiden*. Для фразеологізмів, які несуть в собі відтінок **злості, гніву**, відносяться переважно ФО з гастрономічним компонентом *kochen*: *es wird nicht so heiß gegessen, wie es gekocht wird* – у страху очі великі, *der Brei wird nicht so heiß gegessen, wie er gekocht wird* – не такий страшний чорт, як його малюють, *ihm kocht die Galle*.

У процесі дослідження нами встановлено, що фразеологізмів, які представляють позитивні емоції в німецькій мові набагато менше, ніж тих, які презентують негативні. Серед них можна виділити окрему групу, які відображають почуття **закоханості**: *Glück und Glas wie leicht bricht das*. Як

бачимо, основним компонентом у цих виразах виступає *Glas*, тобто скло, яке, в багатьох народів символізує хрупкість, з яким потрібно обережно поводитися. Що стосується фразеологізмів, які виражають **радість**, то вони містять у своєму складі компонент *Ei(er)*: *Wem's glückt, dem legt ein Hahn Eier*. Якщо говорити про **опанування та самоконтроль**, то тут основним компонентом є *kochen* – варити, готувати. Спокій та контроль над собою носії німецької мови асоціюють із холодною кров'ю, тоді як гарячу – з палким темпераментом, злістю: *jmdm. kocht das Blut in den Adern*.

Проаналізувавши структурні особливості німецькомовних фразеологізмів із гастрономічним компонентом, ми дійшли висновку, що найчисельною групою є дієслівні фразеологізми, які відрізняються різною структурою, що, в свою чергу, пояснюється здатністю дієслів до комбінування з іменниками, прислівниками, прийменниками. Прикметникові фразеологізми з гастрономічним компонентом слабо представлені в німецькій мові, так як такі фразеологічні одиниці досить часто відносять до іменникових або прислівникових через виконувану ними роль означення в реченні.

Розподіл ФОГК за семантично-тематичними групами дозволяє зробити висновок про те, що більшість проаналізованих фразеологізмів в німецькій мові семантично орієнтовані на людину. Фізичний та емоційний стани, особливості характеру, розумової та фізичної діяльності, зовнішність – майже всі прояви життя людини знаходять яскраве відображення у фразеології із гастрономічним компонентом у сучасній німецькій мові.

Список використаної літератури

1. Амосова, Н. Н. *Основы английской фразеологии*. Ленинград: Изд-во Ленингр. ун-та, 1963.
2. Балли, Ш. *Французская стилистика*. Москва: Эдиториал УРСС, 2001.
3. Виноградов, В. В. „Лексикология и лексикография“. *Об основных типах фразеологических единиц в русском языке*. Т. 4. Москва: Наука, 1986: 67-69.
4. Елисеєва, В. В. *Лексикология английского языка*. Санкт-Петербург: СПбГУ, 2003.
5. Кунин, А. В. *Фразеология современного английского языка*. Москва: Международные отношения, 1972.
6. Огуй О. Д. *Лексикология німецької мови = Lexikologie der deutschen Sprache*. Вінниця: Нова книга, 2003.
7. Смирницкий, А. И. *Лексикология английского языка*. Москва: Рус. яз., 1996.
8. Duden. *Das große Buch der Zitate und Redewendungen*. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG, 2002.

9. Duden. Redewendungen. *Wörterbuch der deutschen Idiomatik*. 3., überarb. und aktualisierte Auflage. Bd. 11. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 2008.

10. Duden. *Zitate und Aussprüche: Herkunft und aktueller Gebrauch*. 3., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Bd. 12. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 2008.

11. Fleischer, W. *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig: De Gruyter, 1982.

12. Wilske, L. *Sprachkommunikation und Sprachsystem*. Leipzig: Verlag Enzyklopädie, 1983.

Анотація. Белых О. М. Структурно-семантична характеристика фразеологізмів з гастрономічним компонентом (на матеріалі сучасної німецької мови). Функціонально-семантичний аспект фразеологічних одиниць із гастрономічним компонентом має важливе значення, адже тут вивчається і природа, і характер семантичних відношень мовних одиниць.

Проаналізувавши структурні особливості німецькомовних фразеологізмів із гастрономічним компонентом, ми дійшли висновку, що найчисельнішою групою є дієслівні фразеологізми, які відрізняються різною структурою, що, в свою чергу, пояснюється здатністю дієслів до комбінування з іменниками, прислівниками, прикметниками. Прикметникові фразеологізми з гастрономічним компонентом слабо представлені в німецькій мові, так як такі фразеологічні одиниці досить часто відносять до іменникових або прислівникових через виконувану ними роль означення в реченні.

Розподіл фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом за семантично-тематичними групами дозволяє зробити висновок про те, що більшість проаналізованих фразеологізмів в німецькій мові семантично орієнтовані на людину. Фізичний і емоційний стани, особливості характеру, розумова та фізична діяльності, зовнішність – майже всі прояви життя людини знаходять яскраве відображення у фразеології із гастрономічним компонентом у сучасній німецькій мові.

Ключові слова: фразеологія, фразеологічна одиниця, фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом, функціонально-семантичний аспект, структурно-семантична характеристика, семантично-тематична класифікація фразеологізмів.

Summary. Bielykh O. **Structural-semantic characteristic of German phraseological units with gastronomic component.** The article deals with the structural-semantic characteristics of German phraseological units with gastronomic component.

Functional-semantic aspect of the analyzed phraseological units is very important because it reveals not only the nature but also the character of the semantic relations of the linguistic units. Analyzing the structural peculiarities of the German phraseological units with gastronomic component, we drew a conclusion that the most countable group consists of the verbal phraseological units, which differ in their structure. This peculiarity is explained by the combinability of such phraseological units with nouns, adverbs, prepositions. The adjectival phraseological units with gastronomic component are used seldom in modern German, because such phraseological units are often classified as nominal or adverbial due to their attributive function in the sentence.

Using semantic criterion we classified all analyzed phraseological units into nine lexical groups: phraseological units with gastronomic component, which 1) describe features of character; 2) characterize reduced circumstances; 3) emphasize the age, experience,

appearance; 4) characterize the activity; 5) express skills; 6) show the way to the achievement of an objective; 7) denote the abundance; 8) show pranks; 9) express emotions. This division of phraseological units with gastronomic component allows us to state that the majority of the phraseological units are individual-oriented semantically. Physical and emotional states, personal character and appearance, mental and physical activity – almost all manifestations of a human being find their reflection in phraseological units with gastronomic component in modern German.

Key words: phraseology, phraseological unit, phraseological units with gastronomic component, functional-semantic aspect, structurally-semantic characteristics, semantic lexical groups.