МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

**ЛАПИНІНА ОКСАНА ЛЕОНІДІВНА**

УДК 811.112.2’373.7

**НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНА СВОЄРІДНІСТЬ**

**ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ**

**З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

Дисертація на здобуття наукового ступеня

кандидата філологічних наук

Науковий керівник

доктор філологічних наук,

професор

**Гамзюк Микола Васильович**

Київ – 2016

**ЗМІСТ**

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ………………………………………………... 5

ВСТУП…………………………………………………………………………………. 6

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЇ СПЕЦИФІКИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У СУЧАСНІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ……… 14

* 1. Роль та місце фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у фразеологічній картині світу…………………….…………………………… 14
     1. Фразеологічна картина світу як мовний феномен національно-культурного спадку.……………………..…………………………..... 15
     2. Теоретичні засади тлумачення природи фразеологічних одиниць та їх компонентів……………………………………………………….…… 21
  2. Основні шляхи утворення фразеологічних одиниць ………………………. 31
  3. Роль гастрономічного компонента у формуванні цілісного значення досліджуваних фразеологічних одиниць……………………………………. 40
  4. Специфіка відображення культурної інформації у семантиці фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом……………………………………. 49
  5. Лінгвопрагматичний аспект аналізу фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом………………………………………………... 60

Висновки до першого розділу………………………………………………………. 65

РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЇ СПЕЦИФІКИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ…………………………………………. 69

* 1. Принципи та підходи до виявлення національно-культурних особливостей фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом………….……… 69
  2. Методика дослідження національно-культурної специфіки фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом…..……………... 75

Висновки до другого розділу.……………………………………………................. 83

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ…………………………………………. 84

* 1. Фразотворча активність компонентів-гастронімів..………………………… 84
  2. Джерела походження фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом…………………………………………………………………. 103
  3. Утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході первинного фразотвору…………………........................................................ 111
     1. Основні типи та механізми перенесення найменувань……………... 112
     2. Лексико-семантичні шляхи утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом…………………………………………120
     3. Лексико-синтаксичні шляхи утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом………………………………............... 135
     4. Структурно-синтаксичні шляхи утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом………………………........................... 141
  4. Утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході вторинного фразотвору………………………………………….…………... 145

Висновки до третього розділу ..…………………………………………………… 155

РОЗДІЛ 4 АКТУАЛІЗАЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У ТЕКСТІ…………………………… 159

* 1. Концептуалізація фразеологічними одиницями з гастрономічним компонентом інформації політичного простору……………………........... 159
  2. Роль фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у формуванні національно-культурної забарвленості політичного тексту.……………... 172
  3. Інтенціональна значущість фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у політичних газетних текстах...……………………..……... 181
  4. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом як засоби створення мовної гри..…………………………………..……………………………….. 190

Висновки до четвертого розділу...………………………………………………… 197

ВИСНОВКИ………………………………………………………………………… 200

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……………………………………........... 205

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ …………………………………………. 234

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ… ……………………. 238

ДОДАТКИ …………………………………………………………………….......... 249

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

**КГ** ‒ компонент-гастронім

**ФО** ‒ фразеологічна одиниця

**ФОГК** ‒ фразеологічна одиниця з гастрономічним компонентом

**ВСТУП**

Новими тенденціями розвитку сучасної лінгвістики є вивчення мовного матеріалу і внутрішнього світу людини в їхньому взаємопроникненні [6; 21; 94; 142; 160; 164; 169; 176; 179]. Актуальною є інтерпретація фразеологічних одиниць (далі ‒ ФО) у культурному просторі, що зумовило інтерес науковців до дослідження фразеологічної картини світу [6; 67; 69; 149; 165; 209; 222]. Проблемам семантики ФО присвячено низку праць вітчизняних та зарубіжних дослідників [10; 14; 17; 29; 36; 48; 56; 57; 82;84; 89; 159; 214; 229; 230; 232; 247; 248; 250; 261; 285; 298]. Вивчення особливостей значення ФО здійснюється в різних аспектах [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 16; 18; 19; 47; 48; 56; 70; 80; 81; 92; 99; 112; 113; 114; 144; 146; 148; 151; 176; 189; 210; 221]. Фразеологізми є національно-специфічними одиницями мови, які передають з покоління в покоління культурний потенціал народу, тому національно-культурний компонент як складова семантики ФО теж знаходиться часто у полі зору вчених [39; 88; 93; 99; 131; 136; 142; 159; 160; 161; 177; 207; 211; 221; 223; 227; 231; 295].

Історія людської цивілізації нерозривно пов’язана з харчовими ресурсами, так як необхідність в їжі є однією з базових фізіологічних потреб людини. Їжа знайомить нас з культурою народу, допомагає зрозуміти його менталітет. Для глибинного дослідження ціннісного змісту культури у семантиці фразеологізмів, їхньої здатності зберігати, відтворювати і передавати символи, еталони та стереотипи, був обраний гастрономічний код культури. Справедливим, на нашу думку, є вислів “Людство починається з кухні”, що належить Клоду Леві-Стросу, засновнику школи структуралізму в етнології. Він стверджував, що ранній перехід від природи до культури відбувається в процесі приготування їжі. Навколишня дійсність сприймається людиною через мову, а гастрономічний код є таким елементом матеріальної культури, в якому найбільше збережені традиційні риси та уявлення народу про свою національну специфіку, і, в той же час, він легше й швидше інших кодів піддається запозиченню, варіаціям, модифікаціям та інноваціям [11, с. 10]. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом (далі ‒ ФОГК) є обʼєктом розвідки в теоретико-практичних напрацюваннях на матеріалі різних мов [24; 27; 51; 58; 60; 62; 72; 83; 86; 107; 145; 164; 299]. Відсутність дослідження саме національно-культурної специфіки ФОГК на матеріалі німецької мови обумовлює доцільність їх детального розгляду у сучасній лінгвістиці.

**Актуальність** теми дослідження зумовлена загальною тенденцією сучасних лінгвістичних розвідок на вивчення та аналіз мовних явищ, пов’язаних з культурою, специфічним національним світосприйняттям, і визначається потребою комплексного аналізу ФОГК як одних із найяскравіших вербальних засобів вираження національно-культурної картини світу. Оскільки вибір тієї чи іншої харчової стратегії став однією з фундаментальних культурних характеристик людства і впливає на соціальну поведінку індивідів всередині суспільства, дослідження ФОГК вважаємо актуальним. Встановлення національно-культурної своєрідності досліджуваних одиниць з урахуванням лінгвальних та екстралінгвальних чинників є важливим у плані вивчення ФОГК у мовному та мовленнєвому аспектах.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.**

Дослідження виконано в межах наукової теми кафедри німецької філології Київського національного лінгвістичного університету “Взаємодія мовних одиниць різних рівнів у системі мови і мовлення: лінгвокультурологічний, лінгвокогнітивний та функціонально-прагматичний аспекти”. Тему затверджено вченою радою Київського національного лінгвістичного університету (протокол № 4 від 27 жовтня 2014 року). Коло питань, що висвітлюється у дисертаційному дослідженні, відповідає проблематиці держбюджетної наукової теми “Мови світу: генезис, таксономія, функціонування у синхронії і діахронії” (номер держреєстрації 0115U002513, наказ № 1243 МОН України від 31 жовтня 2014 р., наказ № 105 від 9 лютого 2015 р.). Тему дисертаційної роботи затверджено вченою радою Київського національного лінгвістичного університету (протокол № 6 від 23 грудня 2013 року).

**Мета дослідження** полягає у встановленні національно-культурної своєрідності фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення низки ***завдань***:

* уточнити поняття ФОГК;
* описати роль гастрономічного компонента у створенні цілісного фразеологічного значення;
* проаналізувати існуючі наукові підходи до виявлення національно-культурних особливостей ФОГК;
* окреслити специфіку відображення культурної інформації у семантиці досліджуваних ФОГК;
* встановити фразотворчу активність компонента-гастроніма у складі ФОГК;
* дослідити основні шляхи утворення ФОГК у ході первинного та вторинного фразотвору;
* визначити прагматичні особливості функціонування ФОГК у політичних газетних текстах;
* з’ясувати значення ФОГК у формуванні національно-культурної забарвленості політичного тексту.

**Об**’**єктом** дослідження постають фразеологічні одиниці німецької мови з гастрономічним компонентом.

**Предметом** наукової розвідки є національно-культурна своєрідність фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом.

**Матеріалом** дослідження слугує корпус із 1331 ФОГК сучасної німецької мови, вилучених шляхом суцільної вибірки з лексикографічних та фразеографічних джерел, корпус лексикографічних та текстових даних німецької мови *Digitales Wörterbuch der Deutschen Sprache*, політичні статті видань *Die Zeit (1946‒2015), Berliner Zeitung (січень 1994‒грудень 2005), Der Tagesspiegel (1996‒2005), Potsdamer Neueste Nachrichten (2003‒2005),* опублікованих на офіційних сайтах.

**Методологічною основою** дослідження є загальні засади науки про сутність мови, взаємозв’язок мови, культури та етнологічної свідомості, теорії пізнання, антропоцентричного підходу до вивчення мовних явищ, діалектичної єдності форми та змісту, мови та мислення. Теоретико-методологічним підґрунтям дослідження слугували напрацювання В. М. Верещагіна, В. фон Гумбольдта, О. О. Потебні, В. М. Телії, а також розвідки вітчизняних та зарубіжних дослідників з фразеології, етнолінгвістики, лінгвокультурології, лінгвокраїнознавства, лексикології, лінгвопрагматики.

**Методика дослідження** обумовлена метою та завданнями роботи й ґрунтується на комплексному підході до виявлення національно-культурної специфіки ФОГК. *Описовий метод* застосований для з’ясування структурних, семантичних і функціональних властивостей ФОГК на сучасному етапі мовного розвитку. *Метод фразеологічної ідентифікації* слугує для виявлення рівня фразеологічності того чи іншого усталеного словесного комплексу. Для дослідження семантичної структури ФОГК використовується *компонентний аналіз*. *Метод кореляції мовних та позамовних явищ* дозволяє прослідкувати, як віддзеркалюється культурна та соціальна сфера німецької спільноти у семантичній структурі ФОГК. Для встановлення значення досліджуваних мовних одиниць застосований *етимологічний аналіз.* *Процедури кількісних підрахунків* залучені для виявлення продуктивності ФОГК у сучасній німецькій мові. Функціонально-комунікативні особливості ФОГК з’ясовані за допомогою *контекстологічного аналізу* та *методик прагматичного аналізу.*

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає у тому, що в дослідженні *вперше* здійснено комплексний аналіз ФОГК на матеріалі німецької мови; визначено особливості семантичної організації досліджуваних фразеологізмів; встановлено національно-культурну своєрідність ФОГК та з’ясовано їх місце у формуванні німецької фразеологічної картини світу; запропоновано класифікацію ФОГК з урахуванням прояву їх національно-культурної семантики; схарактеризовано функціональну специфіку ФОГК в аспекті формування національно-культурної забарвленості політичних текстів.

Наукова новизна одержаних результатів може бути сформульована у таких **положеннях, що виносяться на захист:**

1. Гастрономічний код культури широко представлений у фразеологічній картині світу німецького народу. Свідченням національно-культурної своєрідності ФОГК є ідеографічна вибірковість фразеологічної системи німецької мови, яка обумовила високу фразотворчу активність характерних для німецької гастрокультури продуктів.
2. ФОГК німецької мови утворюються шляхом первинного та вторинного фразотвору під впливом інтра- та екстралінгвальних чинників. Висвітлення джерел походження досліджуваних одиниць дало можливість з’ясувати роль зовнішніх суспільних факторів у їх виникненні та розвитку.
3. Національно-культурна семантика ФОГК проявляється експліцитно у значенні окремих лексичних компонентів та імпліцитно у переосмисленому значенні словосполучення чи речення, що уможливило розмежування ФОГК на національно-культурні та загальнокультурні.
4. Втілення культурної інформації в семантиці ФОГК здійснюється шляхом перенесення значення на основі характерних для німецького народу асоціацій (за суміжністю, контрастом, схожістю і причинно-наслідковим зв’язком), основою яких є його знання, пов’язані з історією, культурою, традиціями, реаліями, релігією та фактами.
5. Актуалізація ФОГК, які передають уявлення, установки та смисли, що склалися у культурі німецького соціуму, надає національно-культурної забарвленості політичним текстам німецьких періодичних видань. Оказіональні ФОГК є демонстрацією національно-специфічної концептуалізації політичного контексту представниками німецького етносу.
6. Семантичною основою актуалізованих у тексті компонентів-гастронімів є національно-специфічні продукти, роль яких у гастрономічному житті німецького етносу обумовлює їх здатність характеризувати різні аспекти політичного життя суспільства у складі ФОГК.

**Теоретичне значення** дисертації визначається тим, що її основні положення та висновки слугують внеском у теорію фразеологічної номінації (визначення особливостей утворення ФОГК у німецькій мові, окреслення динаміки фразотворчих процесів досліджуваних одиниць, встановлення продуктивності гастрономічних компонентів у процесах фразотворення). Дослідження специфіки відображення національно-культурної інформації у семантиці ФОГК доповнює теоретичні положення лінгвістики про зв’язок мови та культури і слугує розбудові теоретичних засад етнолінгвістики. Розкриття особливостей функціонування ФОГК у тексті та встановлення їх інтенціональної значущості сприяє подальшій розробці питань лінгвопрагматики та теорії комунікативної лінгвістики.

**Практичне значення очікуваних наукових результатів** полягає в можливостізастосування наукових положень і висновків дослідженняу курсах із лексикології німецької мови (розділи “Лексична семантика”, “Фразеологія”), лінгвокраїнознавства Німеччини (розділ “Культура Німеччини”), у спецкурсах із теорії та практики перекладу (розділ “Лексика з національно-культурним компонентом у перекладі”, “Переклад фразеологічних одиниць в різних типах текстів”), фразеології німецької мови (“Особливості фразотвору”), етнолінгвістики (розділ “Мовні одиниці в етнолінгвістичному аспекті”), у фразеографії, а також у лексикографічній практиці.

**Апробація результатів роботи** здійснювалась на засіданнях кафедри німецької філології Київського національного лінгвістичного університету. Окремі положення та основні результати дослідження апробовано на одинадцяти конференціях, у тому числі на десяти міжнародних конференціях: “Україна і світ: діалог мов та культур” (Київ, 2014, 2015), “Мови і світ: дослідження та викладання” (Кіровоград, 2014), “Рівень ефективності та необхідність впливу філологічних наук на розвиток мови та літератури” (Львів, 2014), “Актуальні проблеми філології та журналістики” (Ужгород, 2014), “Мир языков: ракурс и перспектива” (Минск, 2014), “І Таврійські філологічні читання” (Херсон, 2014), “Міжкультурна комунікація: мова‒культура‒особистість” (Остріг, 2013, 2015), “Urgent Problems of Philology and Linguistics” (Будапешт, 2015); одному міжнародному українсько-німецькому докторантському колоквіумі “Forschungsaspekte der ukrainisch-deutschen Nachwuchsgermanistik” (Трускавець, 2014) та одній всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції “Сучасні проблеми германського та романського мовознавства” (Рівне, 2014).

**Публікації.** Основні положення та результати дослідження представлено у восьми одноосібних наукових статтях автора, у тому числі п’яти в наукових фахових виданнях України (2,07 др. арк.); двох наукових журналах, включених до міжнародних каталогів наукових видань і наукометричних баз (0,96 др. арк.); одній зарубіжній фаховій статті (0,57 др. арк.); а також у восьми тезах доповідей на науково-практичних конференціях (1,35 др. арк.). Загальний обсяг публікацій становить 4,95 др. арк.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації із бібліографією й додатками становить 254 сторінки, обсяг основного тексту – 198 сторінок. Список використаних джерел складається з 401 позиції, із них 305 позицій наукової літератури (у тому числі – 67 іноземними мовами), 28 позицій лексикографічних джерел, 68 позицій ілюстративного матеріалу.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено об’єкт, предмет, мету, завдання й методи дослідження, окреслено теоретичне й практичне значення роботи, розкрито наукову новизну, подано відомості про апробацію отриманих результатів.

У першому розділі **“Теоретичні засади дослідження національно-культурної специфіки фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у сучасній фразеології”** з’ясовано місце ФОГК у фразеологічній картині світу, розкрито природу ФОГК та їх компонентів, проаналізовано основні шляхи утворення ФОГК, встановлено компоненти семантичної структури досліджуваних ФОГК, визначено роль гастрономічного компонента у формуванні значення та відображенні культурної інформації фразеологізму, висвітлено також основні тенденції лінгвопрагматичного підходу до аналізу досліджуваних одиниць.

У другому розділі **“Методологічні засади дослідження національно-культурної специфіки фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом”** проаналізовано існуючі підходи до виявлення національно-культурної специфіки ФОГК та описано основні методи та принципи вивчення ФОГК німецької мови та поетапну процедуру їхнього системного аналізу.

У третьому розділі **“Шляхи утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом”** розкрито основні способи утворення ФОГК у ході первинного та вторинного фразотвору, визначено джерела походження аналізованих фразеологізмів та виявлено частотність вживання компонентів-гастронімів у складі досліджуваних ФОГК.

У четвертому розділі **“Актуалізація значення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у тексті”** розкрито особливості концептуалізації ФОГК політичного контексту, виявлено національну специфіку мовної гри, створеної ФОГК, встановлено інтенціональну значущість досліджуваних одиниць у текстах німецької періодики, визначено значення ФОГК у формуванні національно-культурної забарвленості політичного контексту на прикладі газетних текстів.

У **висновках** сформульовані результати дослідження, зазначені основні висновки дисертації та окреслені перспективи подальших досліджень.

**РОЗДІЛ 1**

**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЇ СПЕЦИФІКИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У СУЧАСНІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ**

Фразеологія як невід’ємна та органічна частина мовної системи є цінним лінгвістичним спадком, в якому відображається бачення світу та національна культура соціуму. Вона накопичує в собі колективний досвід, який передається із покоління в покоління, дозволяє досліджувати далеке минуле не лише мови, але й історії та культури його носіїв. З початку свого існування людина проводила більшу частину свого часу, добуваючи собі їжу, адже остання була і залишається необхідною умовою життєдіяльності живого організму. Розвивалося людство, формувалася культура, змінювалося та вдосконалювалося харчування. Гастроніми у кожній мові є осередком культурної інформації, яку вони ввібрали в процесі становлення та розвитку нації. Саме тому нам вважається необхідним та доречним для отримання інформації про культуру німецького соціуму звернутися до дослідження гастрономічної сфери фразеології шляхом вивчення національно-культурної специфіки ФОГК.

* 1. **Роль та місце фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у фразеологічній картині світу**

У руслі актуальних на сьогоднішній день пошуків підтвердження зв’язку мови, культури та етнологічної свідомості для нашого дослідження був обраний гастрономічний код німецької культури. Одним із перших кроків для подальшого з’ясування відображення особливостей національної культури у фразеологічному прошарку німецької мови вважаємо необхідним розглянути місце ФОГК у фразеологічній картині світу та природу досліджуваних одиниць, образністю яких вона створена.

**1.1.1 Фразеологічна картина світу як мовний феномен національно-культурного спадку**

Людина як суб’єкт пізнання є носієм певної системи знань, уявлень, думок про об’єктивну дійсність. Розвиток ідеї про існування зв’язку між мовою, мисленням і культурою призвів до виникнення понять, які відображають лінгвістичні, психічні, логічні і філософські моделі об’єктивного світу: картина світу, концептуальна картина світу, мовна картина світу, фразеологічна картина світу, образ світу, модель світу, концептуальна система та ін. Вивченню картини світу у різних аспектах присвячено низку праць дослідників [6; 21; 94; 142; 160; 164; 169; 176; 177].

Картина світу ‒ це уявлення про світ, закріплене в колективній свідомості. Також використовуються синонімічні поняття: “образ світу”, “бачення світу”, “модель світу”, “образ дійсності”. Виникнення поняття “картина світу” пов’язане з розвитком фізики в кінці XIX на поч. XX ст. Вперше цей термін був вжитий Г. Герцом (1914) по відношенню до фізичної картини світу [54, с. 13‒16]. Дослідники пропонують різні тлумачення поняття картини світу: представленість у свідомості людини явищ та предметів зовнішнього світу у формі внутрішнього образу дає підставити розглядати картину світу як систему образів [142, с. 64]; картини світу характеризуються як неоднорідні і трактуються як сукупність образів та понять [94, с. 74]; картини світу тлумачаться за своєю природою як поєднання суб’єктивного та об’єктивного [21, с. 101]. Широка логіко-методологічна характеристика картини світу як особливого концептуального утворення подана в колективній монографії “Роль людського фактора в мові: мова та картина світу”. Автори визначають картину світу як цілісний глобальний образ світу, що є результатом всієї духовної активності людини та виникає у людини в процесі її контактів зі світом [179; 207]. У нашій роботі ми будемо використовувати поняття *картини світу як системи образів, які відображають дійсність крізь призму суб’єктивного бачення.*

Дослідники розрізняють концептуальну та мовну картини світу. Так, З. Д. Попова та І. А. Стернін безпосередню картину світу, яку людина отримує в результаті прямого пізнання навколишньої дійсності за допомогою органів чуттів та абстрактного мислення, називають когнітивною. Мовна картина світу є результатом фіксації концептуальних сфер вторинними знаковими системами. Таким чином, мовна картина світу – це сукупність зафіксованих в одиницях мови уявлень народу про дійсність на певному етапі розвитку народу. Вона існує у вигляді значень мовних знаків, які утворюють сукупний семантичний простір мови [169, с. 4‒6]. На формування картини світу впливають мова, традиції, природа, виховання та інші соціальні фактори. Людина розуміє світ та саму себе завдяки мові, яка є носієм досвіду, не лише загальнолюдського, але й національного. Останній і визначає специфічні особливості мови на всіх її рівнях. З урахуванням специфіки мови, у свідомості її носіїв виникає певна мовна картина світу, через призму якої людина бачить світ. Мовна картина світу певного народу – це сукупність його знань про світ, які закарбовані в лексиці, фразеології та граматиці [142, с. 64]. Інтерес до мовної картини світу знаходимо у працях В. Гумбольдта. А сам термін “мовна картина світу” був введений німецьким вченим, представником неогумбольдіанського напрямку у мовознавстві, Лео Вайсгербером [28, с. 253].

Під *мовною картиною світу* *німецького народу* розуміємо *сукупність його уявлень про оточуючу дійсність, відображених за допомогою різноманітних мовних засобів.* Мова відіграє безпосередню роль у функціонуванні та розвитку мовної картини світу, яка об’єктивно відображає те, як світ сприймається носіями певної культури, але людське відображення не є механічним, воно має творчий характер (і тому є певною мірою суб’єктивним) [94, с. 75]. Проблема вивчення мовної картини світу тісно пов’язана з проблемою концептуальної картини світу, яка відображає специфіку людини та її буття, її взаємовідносини зі світом, умови її існування. Ми цілком погоджуємося з точкою зору О. Я. Остаповича про те, що концептуальна картина світу і мовна картина світу знаходяться у тісному взаємозв’язку [160, с. 27]. Мовна картина світу – це неминучий для мисленнєво-мовної діяльності продукт свідомості, який виникає в результаті взаємодії мислення, дійсності та мови як засобу вираження думок про світ актами комунікації. Саме мовна картина світу служить для вираження концептуальної картини світу, при цьому вербально-мовні та образні асоціації, які використовуються при формуванні понять, надають останнім мовне забарвлення [179, с. 179].

Як уже зазначалося, мова ‒ це не лише засіб спілкування, вона зберігає інформацію про світ, накопичену мовним колективом. Ця інформація систематизується в концептах, які об’єднуються в концептосфери. З огляду на те, що мовна картина світу, як відзначає М. Ф. Алефіренко, є основним предметом лінгвокультурології [6, с. 7], безумовно актуальним є твердження В. І. Карасика про культурний концепт як багатовимірне смислове утворення, що має ціннісну, образну та понятійну сторони [94, с. 91]. Концепт ‒ це ніби згусток культури у свідомості людини; те, у вигляді чого культура входить в ментальний світ людини, та, з іншого боку, концепт – це те, посередництвом чого людина сама входить в культуру, а іноді і впливає на неї [194, с. 43].

Звичаї, традиції та життєві реалії народів певним чином представлені в мові. Приміром, з давніх часів мавпи звеселяли публіку, дістаючи в нагороду за це цукор, до якого вони дуже ласі. Образ мавпи, що дуже радіє, коли їй дають цукор, ліг в основу ФО *seinem Affen Zucker geben*, переносне значення якого → “віддатися нестримним веселощам” [42, с. 38]. ФО відіграють особливу роль у створенні мовної картини світу, оскільки вони є засобом освоєння людиною світу. ФО фіксують, зберігають та відтворюють її емоції, почуття, настрій: *verschone mich mit dem Zimt!* ‒ “не чіпляйся до мене з різними дрібницями!” [42, с. 244]. ФО яскраво та точно відображають специфіку національного характеру німецького народу, тому що саме фразеологізми створювалися та відшліфовувалися народом впродовж віків: ФО *sein Fett kriegen* виникла у сільській місцевості, де іноді окремі роботи, приміром, сколочування масла, проводилися спільно. Кожен селянин отримував свою частку масла (*sein Fett*), що й зумовило значення звороту, яке пізніше було переосмислене і вже у сучасній мові означає “дістати по заслугах” [42, с. 96]. ФО зберігають колорит та особливості розвитку мови та історії німецького народу. Так, ФО *bei jmdm. ins Fettnäpfchen treten* виникла у верхньосаксонському діалекті. Причиною її появи була така обставина: в селянській хаті між піччю і вхідними дверима стояв горщечок з жиром (*ein Fettnäpfchen*) для змазування чобіт. Якщо хтось ненароком перекидав горщик, то на підлозі проступали жирні плями, що викликало невдоволення господині дому. Звідси й значення ФО → “зіпсувати з ким-н. стосунки, викликати чиєсь незадоволення” [42, с. 96].

Фразеологічна картина світу німецького народу є частиною мовної картини світу, яка склалася у носіїв мови. Фразеологічна картина світу є предметом дослідження багатьох науковців [6; 67; 69; 149; 165; 209; 222]. Як зазначає С. Н. Денисенко, під терміном “*фразеологічна картина світу*” потрібно розуміти фразеологічну систему мови, особливо її ідіоматичну частину, яка приймає участь в утвердженні мовної картини світу, і, в той же час, відповідає за вираження у мові певних концептуальних сфер [67, с. 3]. Нам видається цілком слушним твердження О. Ю. Динисламової про те, що в основі фразеологічної картини світу лежить образне бачення світу, яке формується в процесі колективного багатовікового розуміння перетворення людиною навколишнього середовища. Фразеологічна картина світу відтворює картину світу у сфері повсякденно-побутового спілкування. Засвоюючи ФО, ми сприймаємо фразеологічну картину світу, а потім і створюємо її в процесі використання ФО в мовленні [69, с. 32]. У нашому дослідженні під поняттям *фразеологічна картина світу* *німецького народу* ми будемо розуміти *частину мовної картини світу, описаної засобами німецької фразеології, в якій ФО є елементами системи.*

В. М. Мокієнко звертає увагу на те, що ототожнення лексичної та фразеологічної ідеографії може призвести до небезпеки викривлення фразеологічної картини світу. Ми погоджуємося з дослідником в тому, що фразеологи, широко трактуючи ФО, зараховують до їх складу звороти неекспресивного, номінативного типу, що призводить до включення у фразеологічний словник лексем. Дослідження фразеологічної картини світу у працях М. Ф. Алефіренко, В. М. Мокієнко, О. О. Петренко, О. Д. Райхштейна, В. М. Телії, Р. Х. Хайруллиної та інш. дозволили визначити її особливості, такі як *універсальність, антропоцентричність, національна специфічність, усталеність, експресивність та пейоративність* [6; 149; 165; 209; 222]. ФО характеризуються майже виключною направленістю на характеристику людини та її діяльності [149, с. 5]. Приміром, низка ФОГК позначає негативні риси людської особистості : ***марнослів’я ‒*** *mehr Butter als Brot versprechen;* ***нетерплячість ‒*** *Eier in seinem Arsche braten (sieden) können;* ***боягузтво ‒*** *sich ein Bonbon ins Hemd machen;* ***важкий характер ‒*** *ein kritisches Bier;* ***лінощі ‒*** *nicht die Butter auf dem Brot verdienen;* ***корисливість ‒*** *gibt ein Ei und möchte gerne zwei;* ***зухвалість ‒*** *eine freche Rübe;* ***жадібність ‒*** *an einem Ei schaben.* У 1972 р. Л. І. Ройзензон відзначав спільну закономірність фразеології в мовах світу: кількісну перевагу полів із негативною конотацією над полями з позитивною [178, с. 18]. О. Д. Райхштейн пояснює цю закономірність більш гострішою та диференційованою емоційною та мовленнєво-мисленнєвою реакцією людей саме на негативні явища, а також характерною для стресових, тобто різко негативних емоційних станів, тенденцією до використання готових мовленнєвих форм, серед яких ‒ стійкі словесні комплекси [176, с. 61]. З огляду на це, для нашого дослідження важливим є врахування при описі фразеологічної системи німецької мови її ідеографічної вибірковості.

Фразеологічна картина світу німецького народу яскраво відображає національну своєрідність німецької мови, оскільки саме до складу ФО входять компоненти значення, які містять інформацію про національно-специфічні особливості сприйняття дійсності. ФО є особливими одиницями мови, в них закарбована народна мудрість, знання про зовнішню дійсність та внутрішній світ людини. Проте не всі ФО мають однаково високу лінгвокраїнознавчу цінність. Достатнім рівнем інформативності такого роду, як відзначає Н. І. Князева, володіють ФО, до складу яких входять лексеми, пов’язані з харчуванням [97, с. 80]. Беручи за основу німецький фразеологічний словник, О. Д. Райхштейн розглянув відповідний розподіл компонентів ФО. Серед 30 тематичних груп масова частка гастронімів становила 2,7% і посідала сьоме місце у списку [176, с. 97]. Продукти харчування є невід’ємною частиною життєдіяльності людини, тому, як відзначали дослідники, слова тематичної групи “Їжа та напої” мають високу частоту використання в якості компонентів ФО різних мов, вносять національний колорит у семантику ФО та становлять значний фрагмент фразеологічної картини світу [24; 72; 164].

Вивченню *гастронімів* у різних аспектах присвячено низку праць вітчизняних та зарубіжних дослідників [24; 51; 60; 72; 86; 243; 258; 264; 292]. На матеріалі української мови Н. Г. Загнітко досліджує структурно-семантичні особливості назв страв та напоїв у східностепових говірках Донеччини, Е. Д. Гоца здійснює лексико-етимологічний аналіз назв страв та кухонного начиння в Карпатських говорах. На матеріалі французької мови Я. В. Браницька розглядає гастроніми в когнітивно-ономасіологічному аспекті, Д. Ю. Гулінов вивчає специфіку лінгвокультурної сфери “Гастрономія”, О. О. Дормідонтова досліджує гастрономічну метафору. На матеріалі англійської мови Е. А. Гашимов описує лексико-фразеологічне поле “Продукти харчування”, А. Ю. Земскова вивчає гастрономічний дискурс з погляду лінгвосеміотики, І. В. Пахомова розкриває метафоричність концепту “Їжа”. На матеріалі німецької мови П. П. Буркова вивчає кулінарний рецепт як особливий вид тексту, Н. П. Головницька досліджує лінгвокультурні особливості гастрономічного дискурсу.

Прикметник *гастрономічний* співвідноситься за значенням з іменником *гастрономія* (від грец. *gastronomia* – “мистецтво приготування їжі”, що утворене з основ іменників *gaster* – “шлунок” і *nomos* – “закон”). У тлумачному словнику української мови термін “*гастрономія*” має два значення: 1.знання та розуміння кулінарії; 2. продукти харчування, переважно закусочні. [ЕСУМ. Т. 1: 40; СУМ. Т. 2: 480]. У нашому дослідженні ми розширюємо обсяг поняття *гастронім* та у своїх подальших розвідках оперуємо терміном компонент-гастронім (КГ). Звідси, ***ФОГК*** розглядаємо як *ФО, у складі яких наявний один або декілька компонентів-гастронімів, під яким / якими розуміємо назви продуктів харчування рослинного та тваринного походження, смакових додатків, сировини, приправ, солодощів, готових страв або напоїв.* Так, приміром, до складу ФОГК *immer dieselbe Brühe aufgießen* зі значенням “die Sache immer in der selben Weise behandeln” [Rö, B. 1: 270] входить КГ *Brühe (бульйон) ‒* “durch Kochen von Fleisch oder Knochen gewonnene Flüssigkeit” [DUBW].

Таким чином, картина світу формується у свідомості як результат взаємодії людини з оточуючим світом. Картина світу, що фіксується ФО німецької мови та становить мовний феномен національно-культурного спадку німецького народу, є фразеологічною картиною світу німецького етносу. Німецька культура має свої звичаї та традиції, які відображені в її кодах. Харчування є першочерговою умовою існування людини, що зумовило широку представленість гастрономічного коду культури у фразеологічній картині світу німецького народу. Природа компонента ФО розуміється далеко не однозначно у сучасній фразеологічній теорії, а оскільки значення ФОГК залежить від її компонентного складу, тому для подальшого дослідження вважаємо необхідним розглянути природу ФОГК та їх гастрономічних компонентів.

**1.1.2 Теоретичні засади тлумачення природи ФО та їх компонентів**

Проблема фразеологічного значення виникла у зв’язку з розвитком фразеології як самостійної лінгвістичної дисципліни. Вивчення фразеології як підсистеми мови передбачає поглиблену розробку як загальних, так і окремих проблем фразеології, коло питань яких надзвичайно широке та різноманітне. Вивчення особливостей значення ФО здійснювалося в різних аспектах у працях М. Ф. Алефіренко, Н. М. Амосової, О. С. Ахманової, Я. В. Бечко, В. М. Білоноженко, О. І. Молоткова, О. П. Дмитренко, М. В. Гамзюка, М. А. Гойхмана, В. П. Жукова, О. В. Куніна, А. М. Мелерович, Т. В. Мітіної, В. М. Мокієнко , О. Д. Райхштейна , О. І. Смирницького, І. М. Теплякова, Ю. А. Фірсової. Проте, незважаючи на велику кількість досліджень, присвячених питанням семантики ФО, ці проблеми ще далекі від остаточного вирішення. Такий стан речей пояснюється відсутністю єдиного погляду у вирішенні загальної проблеми фразеологічного значення, різного розуміння самої природи значення ФО, семантичних процесів, що лежать в основі його формування.

У лінгвістів існують різні точки зору відносно того, чи зберігає слово, що входить до складу ФО, свої семантичні властивості. Прихильники неслівного трактування компонентів ФО [16; 80; 151] вважають, що компонент не існує до ФО, він вторинний та довільний [80, с. 133], слово як компонент ФО, втрачає свою основну ознаку, тобто втрачає лексичне значення [16, с. 7], в структурі одних ФО компоненти перестають бути словами, а в структурі інших не втрачають своїх слівних властивостей [80, с. 36]. Ці ідеї викликали цілком слушні заперечення, адже компонент за такого підходу повністю позбавлений будь-якої семантичності та функціонально наближений до одиниць фонетико-фонологічного рівня. Більшість дослідників [7; 8; 9; 18; 19; 49; 70; 148; 176; 210] визнають слівну природу компонентів. ФО характеризуються семантичною цілісністю компонентів, коли значення ФО не виводиться зі значень тих слів, що входять до її складу. О. І. Смирницький вважає компоненти ФО специфічно вжитими словами та з поняттям ФО пов’язує термін “нарізнооформленість”. Зазначаючи про наявність у фразеологічних зворотів семантичної цілісності, основою якої є ідіоматичність, дослідник стверджує, що вони мають будову вільного, власне граматичного сполучення слів, тобто зовнішньою ознакою, яка вирізняє слово і ФО, є так звана “цільнооформленість” слова і “нарізнооформленість” ФО. Під “нарізнооформленістю” вчений розуміє особливу синтаксичну організацію, складові якої є окремими словами, а “цільнооформленість” розглядає як загальне граматичне оформлення усіх складових елементів [189, с. 8]. О. В. Кунін наголошує на слівному характері компонентів як найважливішому чиннику, котрий обумовлює “нарізнооформленість” ФО, що викликає актуалізацію компонентів фразеологізмів, повертаючи їм статус слова у мовленні [111, с. 8].

У нашому дослідженні дотримуємося останньої точки зору щодо природи фразеологічного компонента. “Нарізнооформленість” ФОГК зумовлює слівний характер компонентів. Тому ми вважаємо, що гастрономічний компонент у будь-якому типі ФОГК завжди є словом, оформленим морфологічними чи синтаксичними засобами мови. Синтаксична структура ФОГК граматично оформлює компонент-гастронім та визначає його місце у структурі самого фразеологізму.

З діапазоном сполучуваності слів-компонентів пов’язана стійкість ФОГК. М. П. Кочерган, підсумовуючи дослідження лінгвістів у сфері фразеології, наголошує на відтворюваності та структурно-семантичній стійкості фразеологізмів, під якою розуміє постійне співвідношення значення сполучення слів з його лексико-граматичним способом вираження, що є наслідком переосмислення всього сполучення або окремих його компонентів [109, с. 293]. Стійкість ФОГК ґрунтується на обмеженні у виборі складових компонентів, тобто полягає в постійності форми та змісту, і обумовлює відтворюваність ФОГК у готовому вигляді. Словосполучення стає ФОГК за умови її регулярного відтворення у мовленні та різних контекстах. У нашому дослідженні *ФОГК* розглядаємо *як нарізно оформлені, але семантично цілісні стійкі сполучення слів, у складі яких наявний один або декілька компонентів-гастронімів, під яким / якими розуміємо назви продуктів харчування.*

У ФОГК між словами-компонентами існують лексико-семантичні відношення, між елементами граматичної структури ‒ структурно-синтаксичні відношення, між граматичною структурою та лексичним складом ‒ лексико-граматичні відношення. Залежно від ступеня стійкості ФОГК можуть бути а) повністю стійкими (незмінність лексичного складу та граматичної структури): *die Gurke ist alle* ‒ “die Sache ist zu Ende” [Rö, B. 2: 599]; б) неповністю стійкими (змінними є лексичний склад або граматична структура). Приміром, ФОГК *das ist ein teurer Braten / das war ein teurer Braten* ‒ “це влетіло в добру копієчку” [НУФС, Т. 1: 119] характеризуються стабільністю лексичного складу та змінністю граматичної структури; в) відносно стійкими, коли можливі зміни і граматичної структури, і лексичного складу. Приміром, *ihm (dem Vater, dem Sohn u.s.w.) fiel die Butter vom Brot / ihm ist die Butter vom Brot gefallen* ‒ “er wird enttäuscht, er verliert den Mut und beginnt die Sache für aussichtslos zu halten” [Rö, B. 1: 286]).

Як було зазначено в п.1.2.1, фразеологічна картина світу створюється за допомогою образів. Вона є універсальною, образною системою стійких мовних одиниць, що передають особливості національного світобачення. ФОГК у порівнянні зі словами, які не створюють такої образності та емоційності, яскравіше відображають національну своєрідність мови. Багато дослідників зверталися у фразеології до проблеми образа та образності: А. М. Бабкін, Д. О. Добровольський, В. П. Жуков, В. М. Мокієнко, Ю. П. Солодуб, Т. З. Черданцева. Інформація, яка отримується ззовні і зберігається в пам’яті у вигляді фразеологічного значення, представлена у вигляді розгалуженої образної системи, де образи оброблює мовна свідомість на основі вироблених в процесі пізнання асоціативних схем мислення*.* Образні асоціації є невід’ємними елементами мислення на всіх рівнях формування фразеологічного значення [5, с. 25]. Більшістю фразеологів [3; 4; 5; 71; 144; 150; 155] образність розуміється як семантична двоплановість, яка з’являється під час перенесення найменування, тобто поєднання двох уявлень – вихідного (образної основи) та того, яке з ним порівнюється. Система образів, зафіксована ФОГК німецької мови, обумовлена особливостями культури (соціальної, матеріальної, духовної), свідчить про її національно-культурний досвід та традиції.

Центром образу є внутрішня форма, яка відіграє важливу роль у семантичній структурі ФОГК. Поняття внутрішньої форми мови було введено в лінгвістику німецьким вченим Вільгельмом фон Гумбольдтом. Кожна мова за В. фон Гумбольдтом має свою внутрішню форму, під якою він розумів характер організації мисленнєвої матерії, спосіб представлення, осмислення, модифікації її елементів [63, с. 103]. Перетворена таким чином мисленнєва матерія складає інтелектуальну (внутрішню, змістову) сферу мови, яка знаходить матеріальне вираження у структурах зовнішньої форми, і, в першу чергу, в одиницях фразеологічної підсистеми. Саме завдяки внутрішній формі мови здійснюється акт перетворення предметних значень первинних денотатів у значення ідіом [5, с. 148].

Зі світобаченням народу пов’язана образно-ситуативна вмотивованість ФОГК. В. М. Угринюк, розглядаючи вмотивованість як синхронне явище, пов’язує її з переосмисленням та втратою початкового трактування ФО [216]. Мотивацію дослідники розглядають як властивість внутрішньої форми фразеологізму, результат її відповідності значенню [75, с. 72]. У нашому дослідженні під *мотивацією* будемо розглядати процес, спрямований на відображення значення прототипу у складі ФОГК, результатом якого є *вмотивованість* ‒ наявність зв’язку між значенням ФОГК та значенням її прототипу. До мотиваційного макрокомпоненту значення ФОГК входить образ як основа переосмислення буквального значення сполучення слів, внутрішня форма, механізм переосмислення (метафора, метонімія), а також інші фактори, що є рушійною силою перенесення образу (уявні асоціації, екстралінгвальні чинники), та співвіднесеність образності з національно-культурною специфікою [70, c. 36].

Розглядаючи вмотивованість ФО, дослідники виділяють *невмотивовані* ФО, значення яких не можна вивести на даному етапі з буквального значення їх компонентів [114, с. 77; 217]. Вмотивованість ФО тісно пов’язана з внутрішньою формою, вибір якої завжди обумовлений ідеологічно, залежить від стилю мовлення певної епохи чи середовища, від способу сприйняття дійсності, тобто обумовлений культурно-історично та соціально. Внутрішня форма ФО є значенням її прототипу [112, с. 90]. Тривалий час внутрішня форма розглядалася як початкове денотативне значення, що витікає із сукупності реальних значень слів-компонентів. У цьому випадку мова йшла про вільне словосполучення чи речення, що є прототипом фразеологізму. Проте часто специфіка ФО пов’язана з певною реалією, уявною асоціацією, компонентом-символом, або прототипічною національно-специфічною ситуацією, тому внутрішня форма розглядається як спосіб організації значення ФО, як реальний або уявний образ, що лежить в основі позначення фразеологізмом певного явища дійсності [73; 74; 81; 205]. У нашому дослідженні під *внутрішньою формою ФОГК* будемо розуміти *уявний або реальний образ відображеної у значенні ФОГК ситуації дійсності, який є основою асоціативного-образного зв’язку між прототипом досліджуваної мовної одиниці та її значенням.*

Основою утворення ФОГК є прозора внутрішня форма, яка усвідомлюється на сучасному етапі розвитку мови тією мірою, в якій зберігаються буквальні значення компонентів або асоціативні зв’язки між прототипічною ситуацією та значенням ФОГК. Мотивація образу у ФОГК присутня завжди, натомість змінюватися може лише характер мотивації: етимологічна або синхронічна (за О. В. Дубицькою). Приміром, компоненти ФОГК *sein Brot sauer verdienen* ‒ “заробляти свій хліб тяжкою працею” [НУФС, Т. 1: 124] зберігають своє буквальне значення, внутрішня форма є прозорою, мотивація є синхронічною, тобто прозорою та зрозумілою, тому що опирається на сучасне асоціативно-образне уявлення внутрішньої форми [73, с. 147].

Якою б не була ступінь семантичного перетворення ФОГК, мовець, іноді навіть підсвідомо, осмислює ФОГК через внутрішню форму її прототипу, що пояснюється певною семантичною автономністю компонентів ФОГК та збереженим смисловим зв’язком з відповідними словами вільного вжитку. Здатність людини до абстрактного мислення дає можливість зближувати найрізноманітніші та найвіддаленіші поняття об’єктивної дійсності [112, с. 139‒140]. ФОГК *Butter bei den Fischen haben* (букв. “мати масло до риби”) означає “gut leben, Geld haben” [Rö, B. 1: 286]. Зв’язок між її фразеологічним значенням та буквальним значенням встановлюємо за допомогою етимологічної довідки. Але оскільки ФОГК завдяки своїй живій внутрішній формі викликає в уяві мовця конкретну картину, то останній осмислює цей образ по-своєму і, таким чином, пов’язує його зі значенням ФОГК. В основі суб’єктивного осмислення лежить уявлення про те, що рибна страва може подаватися і без масла, яке робить страву смачнішою, жирнішою, ароматнішою. Масло не є обов’язковим інгредієнтом, проте його наявність свідчить про можливість господаря дозволити собі порозкошувати, “пожирувати”. Схоже пояснення дає одна з версій походження цієї ФОГК. У Німеччині масло вважалося хорошим, недешевим продуктом харчування, на відміну від маргарину, що був доступним за ціною, проте низьким за якістю.

Стерта внутрішня форма (етимологічна мотивація) колись була прозорою, тобто властива ФОГК в діахронічному плані та невстановлена у ФОГК, етимологія яких невідома [112, с. 91]. На перший погляд, якщо розглядати значення ФОГК *jmdm. nicht das Wasser reichen können* ‒ “tief unter jmdm. stehen” [Rö, B. 5: 1699] у синхронному аспекті, актуальне значення здається невмотивованим та таким, що не піддається поясненню. Внутрішня форма ФОГК затемнена, вона втрачена лише з точки зору сьогоднішньої мотивації переосмислення (аспект синхронії), але не з точки зору діахронії. Однак, якщо проаналізувати внутрішню форму цієї ФОГК і уявити її фразеологічний образ в діахронному аспекті, вдаючись до історико-етимологічного аналізу, то прослідковується закономірність утворення фразеологічного значення цієї ФОГК. У Середньовіччі прислужники подавали господарям перед прийомом їжі воду для миття рук. Початкове значення ФОГК вказувало на те, що хтось був недостойним навіть тієї роботи, яку виконували слуги.

Зникнення певної реалії, ситуації порушує дериваційний зв’язок між ФОГК та її прототипом, який позначав цю реалію, що призводить до забуття внутрішньої форми, тобто до її демотивації [112, c. 89]. Приміром, ФОГК *Wein ausrufen* є невмотивованою у сучасній німецькій мові, оскільки в її основі лежить ситуація, що відійшла у забуття. Проте має місце мотивація у діахронії. Для встановлення значення ФОГК ми вдаємося до етимологічних розвідок. У словнику Реріха виникнення ФОГК пояснюється оголошенням товарів на вулицях. У середньовічних містах, особливо на Півдні Німеччини, на площах міст ціни на вино оголошували так звані “крикуни”, рекламуючи, таким чином, товар. Звідси і походить вислів *Wein ausrufen,* який спочатку набув значення “eine Neuigkeit verkünden”, а з часом отримав значення “jmdn. schmähen, verleumden” [Rö, B. 5: 1709‒1710].

Характер прототипу ФОГК слід враховувати, аналізуючи процес переосмислення, під яким розуміємо (услід за В. І. Гаврисем та М. В. Гамзюком) повну або часткову транспозицію власних значень лексичних прототипів, що веде до фразеологічної абстракції [43, с. 138: 46, с. 35]. Шляхом *часткового переосмислення* утворюються ФОГК, прототипами яких є вільні словосполучення чи речення, значеннями яких вони опосередковані. Завдяки частковій втраті компонентами своїх значень, ФОГК має прозору внутрішню форму. Буквальне значення компонентів ФОГК можна “впізнати” за їх переосмисленими значеннями. Значення ФОГК виникає внаслідок узагальненого переносного значення вільного словосполучення : *Brot genug, aber keine Zähne* ‒ “sagt man von einem reichen Kranken oder Geizhals” (букв. “вдосталь хліба, але немає зубів”) [Rö, B. 1: 263]. *Повне переосмислення* виникає шляхом перетворення буквального значення прототипу внаслідок повної втрати компонентами свого значення. При цьому завжди наявний ускладнюючий фактор → стерта внутрішня форма, екстралінгвальні чинники. У ФОГК *Bohnen in den Ohren haben* ‒“schlecht hören können” [Rö, B. 1: 236] власні значення слів *Bohnen, Ohren, haben* не відіграють жодної ролі, бо неможливо пояснити, яким чином квасоля пов’язана зі слухом. Підґрунтям виникнення цієї ФОГК є народне повір’я, що споживання квасолі в першу чергу пошкоджує слух. В основі асоціації лежить уявлення про те, що квасолини завдяки своїй формі можуть виконувати роль берушів. Переосмислені компоненти ФОГК відірвані від денотату. Внутрішня форма затемнена.

Переосмислений характер значення ФОГК встановлюється шляхом: 1) накладання ФОГК на її прототип при однаковому лексичному складі прототипу та ФОГК; 2) зіставлення ФОГК та її прототипу при розбіжності лексичного складу прототипу та ФОГК; 3) порівняння значення ФОГК з буквальними значеннями її компонентів, якщо прототипом є потенційна ФО; 4) аналізу словникових дефініцій при частковому переосмисленні компоненту з буквальним значенням у складі ФОГК.

В основі ФОГК лежать різні прототипи: мовленнєві, мовні, позамовні та змішані (за О. В. Куніним, Л. А. Мойсеєнко). ***Мовленнєві прототипи*** ФОГК є вільними словосполученнями чи реченнями. Вони мають прозору внутрішню форму та відповідні омоніми. Приміром, в основі ФОГК *einem Küchlein backen* ‒ “jmdm. schöntun, ihm Angenehmes erweisen” [Rö, B. 3: 898] лежить образ тістечка, яке викликає приємні почуття у людини, для котрої воно було спечене. В основі ФОГК *die Eier waren weg, als sie mit dem Salz kamen* ‒ “meint unpünktliche, langsame Menschen” [Rö, B. 2: 355] покладено образ яєць, які вже з’їли і без солі, бо довго дуже було чекати, поки принесуть сіль. Внутрішні форми у цих ФОГК є багатоелементними, так як встановлюються за двома чи більше компонентами, що входять до складу ФОГК. Спостерігаємо і одноелементну внутрішню форму ФОГК: *ja, Kuchen! ja, Pustekuchen!* ‒ “Чом би не так! Дзуськи!” [НУФС, Т. 1: 412]; *Rübe ab!* – “голову геть! ” [НУФС, Т. 2: 141].

ФО проходять три стадії розвитку: вільне словосполучення → потенційна ФО → ФО [114, с. 26]. ***Мовленнєвими прототипами*** ФОГК є також потенційні ФО ‒ звороти, які не мають змінних прототипів, тому що в їх основі лежить уявний образ, нереальний предмет, явище чи ситуація. Приміром, внутрішня форма ФОГК *die Hand aus der Suppe ziehen* ‒ “sich aus einer Angelegenheit zurückziehen” [Rö, B. 5: 1589] виникає внаслідок зв’язку фразеологічного значення та буквального значення компонентів “витягнути руку із супу”. У низці ФОГК внутрішня форма усвідомлюється внаслідок її асоціації з відомим текстом, який виступає ускладнюючим фактором: *Land der Zitronen* [RW, B. 11] → так позначає Італію у своїх творах німецький поет та драматург Гете; *die Trauben hängen jmdm. zu hoch* / *die Trauben sind jmdm. zu sauer* – “для кого-н. бажана, але недосяжна мета” (вислів походить з байки Езопа про лисицю, яка, не діставши винограду, що висів надто високо, втішала себе тим, що він зелений) [НУФС, Т. 2: 255]; *einer Frau den Apfel reichen* – “ihr den Preis der Schönheit zuerkennen” [Rö, B. 2: 471]. Вислів бере початок з поеми Гомера “Ілліада”, коли три богині (Афіна, Гера та Афродита) сперечалися, хто з них найвродливіша. Суддею був Парис, який і вручив золоте яблуко перемоги Афродиті; *Suppenkasper sein* – “jmnd., besonders Kind, das keine Suppe oder das allgemein wenig isst” [RW, B. 11] (з історії про Зуппен-Каспера з дитячої книги Г. Гофмана “Der Struwwelpeter”); у творі “Kabale und Liebe” Ф. Шіллера вираз *gleich muss die Pastete auf den Herd* означає “sofort muss die Sache abgemacht werden” [Rö, B. 4: 1144]. Багатокомпонентна внутрішня форма у вищезазначених ФОГК також є ускладненою, оскільки утворюється в результаті взаємодії експліцитних та імпліцитних компонентів [114, с. 87].

***Мовними прототипами*** є ФОГК, від яких шляхом вторинної номінації утворені інші ФОГК, опосередковані відповідними прислів’ями : *fremder Leute Brot essen* – “їсти чужий хліб, жити чужим хлібом, за рахунок інших” (від прислів’я ← *fremder Leute Brot essen tut weh* – “чужий хліб боком вилізе, чужа хата гірше ката”) [НУФС, Т. 1: 124‒125]; *etwas ist ein faules Ei* – “щось з цим не так” (від прислів’я ← *ein faules Ei verdirbt den ganzen Brei* – “ложка дьогтю зіпсує діжку меду”) [НУФС, Т. 1: 165]. До ***позамовних прототипів*** ФОГК належать різні екстралінгвальні чинники (легенди, традиції німецького народу, історичні факти тощо), з якими ФОГК пов’язані дериваційними відношеннями: *zum Käse kommen* – “zu spät” [Rö, B. 3: 813]. Прототипом ФОГК є традиція, яка побутувала у німецьких сім’ях, коли сир подавали наприкінці прийому їжі. Утворення ФОГК *mit jmdm. ist nicht gut Kirschen essen* – “mit ihm ist nicht gut auszukommen; er ist ein unbequemer, unverträglicher, wohl auch: hochmütiger Mensch” [Rö, B. 3: 844] сягає коренями у Середньовіччя. Феодали, коли їли вишні або черешні, могли кидати кісточки у своїх підданих через свою зарозумілість або просто, бешкетуючи. Знаючи таку свою звичку господарів, слуги старалися триматися осторонь. ***Змішаними прототипами*** є ФОГК, утворені шляхом фразеологічної деривації від ФОГК, що походять з відомого тексту: ФОГК *Saure Trauben!* ‒ “недосяжна, проте бажана мета” утворена від ФОГК *die Trauben sind jmdm. zu sauer*.

Все викладене вище мало на меті проілюструвати, що ФОГК, компоненти яких є словом, оформленим морфологічно чи синтаксично, характеризуються нарізнооформленістю, усталеністю та відтворюваністю. У процесі аналізу образної системи ФОГК стає зрозумілим, що вираження національного світосприйняття починається ще з вибору образу-прототипу. В основі ФОГК лежать мовленнєві (вільні словосполучення та речення, потенційні ФОГК), мовні (існуючі ФОГК), позамовні (екстралінгвальні чинники) та змішані прототипи (ФОГК). Основою асоціативних відношень є знання народу ‒ носія мови, що пов’язані з історією, культурою, традиціями, реаліями, релігією та фактами. Центром образу та значенням прототипу ФОГК є внутрішня форма. Значення ФОГК зі стертою внутрішньою формою встановлюється шляхом етимологічної розвідки. Внаслідок семантичного зсуву компоненти ФОГК отримують нове значення, що залежить від характеру прототипу. Таким чином, ФОГК утворюються в ході особливого лінгвістичного процесу під впливом лінгвальних та екстралінгвальних чинників. З метою виявити, як саме національно-культурна інформація, зазнаючи відповідних змін в процесах мовлення та мислення, закріплюється за ФОГК, розглянемо основні шляхи утворення досліджуваних одиниць.

**1.2 Основні шляхи утворення фразеологічних одиниць**

Проблему фразотворення розглядає у своїх працях багато науковців [7; 19; 43; 47; 59; 101; 108; 113; 132; 156; 202; 209; 235; 237; 238; 257; 262]. У сучасній науці поняття виникнення та подальшого розвитку ФО позначаються різними термінами: фразеологізація, фразотворення, первинний та вторинний фразотворчий процес, первинне та вторинне фразотворення, первинна та вторинна транспозиція, когеренція та фразоперетворення. У дослідженнях фразотвору німецької мови фразотворчий процес прийнято аналізувати з урахуванням трьох основних моментів [44; 50; 176; 221]: 1) *мотивації* мисленнєвої і/або емотивної інформації, яка підлягає реалізації у ФО; 2) *дериваційної бази* – вихідної матеріальної форми, завдяки якій відбувається матеріалізація значення ФО; 3) *позамовної ситуативної сфери*, що служить поштовхом для появи ФО. Під мотивуючою базою (услід за Ю. А. Гвоздаревим) розуміємо значення слова, словосполучення чи речення, що підлягає матеріалізації у ФО [52, с. 56]. Речення *das Kraut ist angebrannt* (дослівно – *“капуста підгоріла”*) є мотивуючою базою для ФОГК зі значенням *“die Sache ist verdorben, es hat einen Hacken”* [Rö, B. 3: 884]. Виникненню мотивуючої бази передує ситуація, що знаходить описове позначення у вигляді слова, словосполучення чи речення. Це і є мотивуюча база, яка у ФО за рахунок образності отримує внутрішню форму. Внутрішня форма ФО проявляється шляхом накладання мотивуючої бази на дериваційну. За В. І. Гаврисем дериваційна база є вихідним елементом мови чи мовлення, за допомогою якого матеріалізується мотивація [43, с. 133]. Дериваційна база є основою для поділу фразотворчого процесу на первинний і вторинний. Існує три погляди на матеріальну базу ФО: одні вважають, що основою ФО є *слова* [52, c. 60‒64], інша група вчених матеріальною базою ФО розглядає *синтаксичні конструкції* [111, c. 49‒50; 178, с. 21]. Прихильники третьої точки зору вважають ФО *мікротекстом* [148, c. 171; 206, с .7]. У нашому дослідження ми розглядаємо ФОГК як мікротекст.

У тісному зв’язку з дериваційними базами перебувають процеси утворення ФОГК: 1) фразеологічна інтеграція; 2) фразеологічна диференціація; 3) фразеологічна транспозиція та 4) фразеологічна модернізація. У процесі ***фразеологічної інтеграції*** ФОГК утворюються на базі слів, окремі компоненти втрачають низку своїх ознак і набувають нових, що веде до виникнення оригінальних комбінацій слів [52, с. 75]. У ФОГК *Quark reden* – “Unsinn erzählen” [RW, B. 11] діслово *reden* зберігає своє пряме значення, а іменник *Quark* набуває нового значення – “дурниці/нісенітниці”. Суть ***фразеологічної диференціації*** полягає у представленні мотивуючої бази описовим виразом (розгорнутим словосполученням) шляхом зазначення другорядних ознак. Приміром, ФОГК *flüssiges Brot* (досл. “рідкий хліб”) позначає описово *Bier*. Таке порівняння можна пояснити особливостями кухні німецького народу, де пиво є невід’ємним атрибутом, традиційним напоєм. Частота вживання пива порівнюється зі споживанням хліба як одного з основних продуктів харчування. Завдяки прикметнику *flüssig,* який вказує на консистенцію напою, можна асоціювати значення новоствореної ФОГК з поняттям *пиво*.

Під ***фразеологічною модернізацією*** розуміють зміни формального плану (зміни лексичного складу при збереженні її смислового наповнення) [52, c. 134]. Цей процес викликаний *позамовними* (старіння реалії, поява нових понять, які знайшли своє відображення в мові) та *мовними* причинами (заміна просторічних, грубих або вульгарних слів, заміна запозиченого іншомовного компонента словом, адаптованим для мовного колективу).

*Фразеологічна транспозиція* є найпродуктивнішим шляхом утворення ФОГК. За В. І. Гаврисем розрізняємо первинну та вторинну транспозицію. Механізм *первинної* транспозиції полягає в семантичному чи семантико-синтаксичному перетворенні вільного словосполучення чи речення, коли фразеологічний дериват зберігає структуру вихідного словосполучення [43; 44]. Дослідники виділяють лексико-семантичні, структурно-синтаксичні та лексико-синтаксичні шляхи первинного фразотвору, найпродуктивнішими з яких є лексико-семантичні відносини [47, с. 288]. Лексико-семантичним шляхом утворюються ФОГК на основі переосмислення вільних словосполучень та речень, на основі змінних словесних комплексів та стійких сполучень нефразеологічного характеру, ускладнених уявними асоціаціями та екстралінгвальними чинниками. *Вторинна* транспозиція ґрунтується на утворенні нової ФОГК на базі стійких сполучень і фраз та характеризується семантичними та структурно-семантичними видозмінами.

Транспозиція є перенесенням сем, що веде до переосмислення слова, словосполучення чи речення. Розглянемо механізм процесу переосмислення на прикладі ФОГК *eine harte Nuss* – “*ein schwieriges Problem*, *eine unangenehme Aufgabe*” [LDF: 746]. Змінна сполука – *“твердий горіх”.* Смислова структура слова *hart* – “fest und schwierig zu zerbrechen” [LDF : 471], *Nuss* – “eine trockene Frucht mit einem Kern, der in einer harten Schale steckt” [LDF: 746]. Смислова структура слова *Kern* – “der wichtigste Teil einer Sache (einer Aussage, eines Problems)” [LDF: 571]. Значення повністю переосмислене, ФОГК мотивована. Серед компонентів семантичної структури лексеми *hart* є компонент, який відповідає *schwierig*, а серед компонентів семантичної структури лексеми *Nuss* → Kern. Схожі компоненти пересікаються по лінії компонента *hart*.

З процесом переосмислення тісно пов’язані поняття, які є результатом глибокого пізнання предметів або явищ. ***Поняття*** ‒ одна з основних форм мислення, узагальнене відображення у свідомості людей основних уявлень про реалії світу, що пізнається у процесі суспільної діяльності. Вироблення того чи іншого поняття завжди є кроком уперед у пізнанні навколишнього світу. У процесі утворення понять користуються такими мисленнєвими операціями як порівняння, аналіз, синтез, абстрагування. Процес пізнання тісно пов’язаний з емоціями. Емотивне ставлення з боку суспільства до предмета бере участь у формуванні поняття як ознаки [48, c. 289]. У понятті відображаються не всі ознаки предмета (явища, процесу), а лише основні, найбільш суттєві, які дозволяють відрізняти один предмет (явище, процес) від іншого [198, c. 27]. Порівняння дає змогу виявити загальне та відмінне у предметів, дати оцінку виявленим ознакам. *Суттєвими* ознаками (відображені основними предметно-логічними семами) є загальні та необхідні ознаки, які належать усім предметам роду. *Несуттєві* ознаки (відображені потенційними семами) є нестійкими, зовнішніми, одиничними, не виражають властивості предмета. Різниця між суттєвими та несуттєвими ознаками відносна. Критерієм істотності ознак, що відтворює поняття, є суспільна практика людини. Пізнаючи світ, людина знайомиться з предметами та явищами навколишньої дійсності. Значення слова є відображенням явищ дійсності або людської свідомості. У процесі пізнання людина змінює своє ставлення до того чи іншого об’єкта дійсності, оскільки він є безперервним і обумовлений багатьма позамовними чинниками. Це в свою чергу знаходить відображення у зміні пріоритетів, цінностей, ставлення до того чи іншого об’єкта дійсності. Внаслідок цього суттєві ознаки предмета чи явища можуть стати несуттєвими і навпаки.

Поняття органічно пов’язане зі словом ‒ матеріальним носієм понять. За О. Ахмановою *значення слова* ‒ це відображення предмета дійсності (явища, відношення, якості, процесу) у свідомості, яке стає фактом мови внаслідок встановлення постійного і нерозривного його зв’язку з певним звучанням, у якому воно реалізується. Основна функція мовного значення ‒ апелювати до певного позамовного змісту, до фонових знань людини [16, c. 142]. Закріпившись у слові, поняття постає потім як його значення. Тому з’ясувати значення слова означає встановити, яке поняття виражає це слово. Одне й те ж слово може виражати не одне, а кілька понять, отже, мати не одне, а кілька значень. Поняття поділяють на *порівнювані* (наявність спільної родової ознаки) і *непорівнювані* (не мають спільної родової ознаки). Порівнювані поняття бувають сумісні й несумісні. *Сумісними* називаються поняття, обсяг яких цілком або частково збігається. *Несумісними* є поняття, обсяг яких не збігається в жодній своїй частині [79, c. 24‒35].

У процесі утворення ФОГК компоненти зазнають змін семантичної структури, коли відбувається нав’язування поняттям нових видів відношень. Внаслідок перенесення значення виникають нові відношення між первинними значеннями компонентів вихідного словосполучення та його загальним значенням, новим фразеологічним значенням ФОГК та новими значеннями її компонентів. Саме ці відношення і становлять внутрішню форму ФОГК [52, c. 94]. Весь процес фразеологізації починається з формування певного поняття у свідомості людини, яка у пошуках аналогії звертається до явищ дійсності. Наступає момент, коли відбувається уявне ототожнення порівнюваних об’єктів, коли свідомість допускає співвіднесення різних реалій на асоціативному рівні. Тоді людина повинна зробити висновок із цієї тотожності, отримати “вихідне знання”, що й буде покладено в основу змінної сполуки, яка зазнає переосмислення [15, с. 147]. При цьому зберігається асоціативно-образне уявлення не про буквальне значення словосполучення, а про вихідну ситуацію.

Серед сумісних понять розрізняють три види ***відношень*** 1) *тотожності* (обсяги понять повністю співпадають); 2) *підпорядкування* (субординації), що характеризується співставленням родового і видового понять; 3) *перехрещення* (частковий збіг обсягів понять) [106, c. 150‒154]. Серед несумісних понять розрізняють відношення: 1) супідрядності; 2) суперечності та 3) протилежності. Відношенням ***супідрядності*** характерна наявність загальної родової ознаки, але різних видових, обсяги яких не перетинаються і не співпадають. Відношення ***суперечності*** існує між такими двома поняттями, одне з яких має певні ознаки, а інше ‒ ці ж ознаки заперечує, не стверджуючи нових. Відношення суперечності існує між негативним і відповідним позитивним поняттям. Змістом одного із суперечливих понять є сукупність певних ознак, а змістом іншого ‒ заперечення саме цих ознак. Відношення ***протилежності*** (супротивності) спостерігається між двома поняттями, із котрих одне заперечує інше за допомогою утвердження нових ознак, несумісних із ознаками заперечуваного поняття [79, c. 40‒45]. У М. В. Гамзюка це відношення координації, контрадикторності та контрарності [48, c. 31].

Розглянемо ототожнення понять, які знаходяться у відношеннях ***перехрещення*** на прикладі ФОГК *Speck in der Tasche haben* – “Geld haben” [Rö, B. 4: 1497]. Семантична структура іменника *Speck* представлена категоріальною семою (КС) – “предметність”, субкатегоріальною семою І рівня (СКС І) ‒ “конкретність”, субкатегоріальною семою ІІ рівня (СКС ІІ) ‒ “загальна назва”, субкатегоріальною семою ІІІ рівня (СКС ІІІ) ‒ “назва продукту харчування тваринного походження”, основними предметно-логічними семами – “спеціально оброблене свиняче сало”, “підшкірний тваринний жир”, “характерний смак”, потенційні семи ‒ “продукт, який обмінювався на інші товари”, “висока харчова цінність”. Семантичну структуру порівнюваних елементів *Speck* та *Geld* можна представити таким чином:

Таблиця 1.1

Семантична структура порівнюваних елементів *Speck* та *Geld*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Speck | Geld |
| КС | “предметність” | “предметність” |
| СКС І | “конкретність” | “конкретність” |
| СКС ІІ | “загальна назва” | “загальна назва” |
| СКС ІІІ | “назва продукту харчування тваринного походження ” | “назва засобу обігу розрахункової одиниці” |
| основні предметно-логічні семи | “спеціально оброблене свинне сало”, “підшкірний тваринний жир”, “характерний смак” | “засіб оплати товарів і послуг”, “засіб вимірювання вартості та засіб збереження (накопичення) вартості” |
| потенційні семи | “продукт, який обмінювався на інші товари”, “висока харчова цінність” | “загальний еквівалент товарів для обміну, які мали високу цінність” |

При ототожненні шпика та грошей відбулася деактуалізація (денотативно-понятійне зміщення у внутрішньому змісті вихідного словосполучення) усіх основних предметно-логічних сем, місце яких зайняли потенційні семи: “цінний товар, який виконує роль грошей”.

Потенційні семи входять до значення слова, проте лишаються поза межами поняття. Внаслідок перебудови семантичної структури лексем відбувається перехід емотивних сем з потенційних у основні [47, с. 292.] У ФОГК *Das soll doch Zucker heißen* – “die ironische Frage in bezug auf unangenehme Mitteilungen oder eine Beleidigung” [Rö, B. 5: 1776] слово *Zucker* набуває значення “*неприємність*” На основі категоріальної семи “предметність” здійснюється сполучуваність між ними, потенційна емотивна сема “задоволення” переходить у розряд основних. Відбулося ототожнення понять у відношеннях ***координації***. Потім внаслідок переосмислення іменника *Zucker* відношення між поняттями стають ***контрарними***: відбувається заміна позитивної семи “задоволення” на антонімічну ‒ “незадоволення”.

При ототожненні ***субординованих***понять родове поняття вживається замість видового і навпаки. Приміром, ФОГК *einem Honig ums Maul schmieren* ‒ “ihm schmeicheln” [Rö, B. 3: 735] набуває емотивної маркованості завдяки заміні емотивно нейтрального КГ *Mund* емотивно маркованим *Maul.*

Вибір об’єкта ототожнення обумовлюється обізнаністю членів колективу з його властивостями, одна з яких викликає певну асоціацію, внаслідок чого є можливим подібне ототожнення. Приміром, семантична структура іменника *Birne* представлена категоріальною семою – “предметність”, субкатегоріальною семою І рівня ‒ “конкретність”, субкатегоріальною семою ІІ рівня ‒ “загальна назва”, субкатегоріальною семою ІІІ рівня ‒ “назва плоду дерева”, основними предметно-логічними семами – “фрукт із соковитою м’якоттю, яйцеподібної, конусоподібної або округлої форми”, потенційні семи ‒ “спіла, гнила, ароматна, м’яка, тверда, зелена”. Відбувається ототожнення понять, які знаходяться у відношеннях ***перехрещення,*** що супроводжується неповною деактуалізацією основних сем. *Birne* ‒ “плід дерева”, а у низці ФОГК – “der menschliche Kopf” → *sich die Birne zerbrechen* */* *eins auf die Birne kriegen /* *eins auf die Birne geben* [Rö, B. 1: 200]. Загальна основна сема ‒ “округлої форми”. Актуалізації потенційних сем у цьому випадку не відбулося.

У ФОГК *kein Honiglecken sein* – “recht mühsam, wenig angenehm sein” [RW, B.11] при ототожненні компонента *Honiglecken* з абстрактним поняттям *Angenehmheit*, відбулася деактуалізація і заміна усіх основних предметно-логічних сем, місце яких зайняли потенційні семи. У ФОГК *da hаben wir die Pastete* – “das Unangenehme ist, wie erwartet, eingetroffen” [Rö, B. 4: 1144] конкретний компонент *Pastete* ототожнюється з абстрактним *неприємність*, ототожнення можливе лише завдяки наявності загальної категоріальної семи. Таке значення здається слабко вмотивованим, проте воно пов’язане з побутом та культурою німецького народу. Іменник *Pastete* жартівливо позначає у розмовному мовленні *Bescherung* (вручення подарунків) та вживається доволі часто з іронією у значенні “небажаного подарунка”, або “неприємного сюрпризу”.

На основі вже наявних ФОГК відбувається вторинний фразотворчий процес, який характеризується видозмінами семантичного та структурно-семантичного характеру. Семантичні видозміни ведуть до посилення узагальнено-метафоричного значення ФО шляхом: 1) універсалізації значень ФО, що отримують додаткові конотативні відтінки; 2) розширення значень ФО внаслідок відриву від первісного контексту, де вони вже вживалися у переносному значенні; 3) розширення фразеологічного значення внаслідок абстрагування від певної ситуації, події; 4) подальшого переосмислення виразу з одним метафоричним компонентом, що веде до переосмислення всіх компонентів; 5) зміни ступеня метафоричного зсуву та втрати контекстних та ситуативних асоціацій [44, с. 21]. Приміром, ФОГК *zu Wasser werden* походить із Біблії: *“Da ward dem Volk das Herz verzagt und ward zu Wasser”*, де вживалася у значенні *“den Mut verlieren”*. Пізніше відбулося посилення її метафоричного значення і у сучасній мові цей фразеологізм функціонує зі значенням *“zunichte werden, vergehen”* [Rö, B. 5: 1701].

У ході дослідження було виявлено, що більшість ФОГК супроводжують видозміни не лише у семантиці, але й у структурній організації. Структурно-семантичні модифікації можуть бути як узуальними, так і оказіональними (індивідуально-авторськими). Узуальні трансформації є характерними для варіантів ФОГК. ФО, перебуваючи між собою в певних семантичних відношеннях, утворюють семантичну парадигму, в складі якої центральне (ядерне) місце належить ФО, які охоплені явищем варіантності та синонімії. Всі інші члени семантичної парадигми (фразеологічна антонімія, полісемія) займають периферію [81, с. 150]. Приміром, варіантами є: *der Käse ist gegessen / der Kuchen ist gegessen –* “eine Sache ist erledigt”[RW, B. 11]; *aus jeder Blume Honig saugen wollen / aus jeder Blüte Honig saufen wollen –* “überall seinen Vorteil suchen”[Rö, B. 1: 223]; синонімами є: *das ist kein Honiglecken / das ist nicht der reine Bienenhonig ‒* “das ist keine reine Freude, kein ungetrübter Genuss, keine besonders angenehme Beschäftigung, mit der man befasst ist” [Rö, B. 3: 736]; антонімами є: *sich die Butter vom Brot nehmen lassen / sich die Butter nicht vom Brot nehmen lassen* – “sich übervorteilen lassen / sich nicht benachteiligen lassen” [RW, B. 11].

Таким чином, ФОГК утворюються в процесах фразеологічної інтеграції, фразеологічної диференціації, фразеологічної модернізації та фразеологічної транспозиції під впливом інтра- та екстралінгвальних чинників. Найпродуктивнішим шляхом утворення ФОГК є фразеологічна транспозиція, яка поділяється на первинну та вторинну. Дериваційною базою первинного фразотвору є слова, вільні словосполучення або речення, стійкі словосполучення нефразеологічного характеру, вторинного – існуючі ФОГК. Утворення ФОГК шляхом вторинного фразотвору характеризується семантичними та структурно-семантичними видозмінами. ФОГК охоплені явищами варіантності, синонімії, антонімії та полісемії. Переосмислення понять призводить до нових видів відношень між ними: тотожності, підпорядкування, перехрещення, супідрядності, суперечності та протилежності. Ототожнення понять відбувається на основі асоціативного зв’язку та супроводжується повною або частковою деактуалізацією суттєвих ознак предмета чи явища. Саме процес деактуалізації гастронімів у складі ФОГК дозволяє визначити їх участь в утворенні цілісного значення досліджуваних мовних одиниць.

**1.3 Роль гастрономічного компонента у формуванні цілісного значення досліджуваних фразеологічних одиниць**

Смислову структуру ФОГК розглядаємо як набір впорядкованих сем, що утворюють семантику ФОГК. Компонент-гастронім має слівний характер, тобто є лексемою, що складається з окремих значень ‒ семем, які у свою чергу складаються з найдрібніших часточок значення ‒ сем. “Слівність” гастрономічного компонента з позицій “внутрішньої цілісності” є його семантичною значущістю, внеском у створення цілісного фразеологічного значення [70, с. 75]. Проблемі семантичної значущості слів-компонентів ФО присвячено низку досліджень [70; 144; 146; 148; 176; 221].

У складі ФОГК значення слова, яке позначає їжу чи напої, послаблюється, що створює умови для семантичного зсуву. Входячи до ФОГК, КГ деактуалізуються, тобто різною мірою втрачають своє номінативне значення і предметну спрямованість. Колишні архісеми згасають або повністю зникають, диференційні семи трансплантуються в ядерні, а потенційні семи можуть актуалізуватися, займаючи передній план фразеологічного значення [5, с. 21]. Приміром, слово *Butter* 'масло' має одну семему: отриманий з молока жир, який в першу чергу використовується як хлібна намазка. У названій семемі можна виділити архісему ‒ “продукт харчування” і диференційні семи ‒ “молочний жир” та “хлібна намазка”. У ФОГК *Butter bei den Fischen haben* – “gut leben, Geld haben” [Rö, B. 1: 286], *Butter auf dem Kopf haben* – “etwas angestellt haben und sich daher genieren; ein schlechtes Gewissen haben” [Rö, B. 1: 286], *einem Butter aufs Brot streichen* – “ihn umschmeicheln, ihn für sich zu gewinnen suchen” [Rö, B. 1: 286] лексема *Butter* не представлена ні архісемою, ні диференційними семами. У першій ФОГК відчутна сема “достатку”, у другій ‒ “совісті”, у третій ‒ “лестощів”. У ФОГК *es schneidet sich wie in Butter* – “es lässt sich sehr leicht schneiden” [Rö, B. 1: 286 ] домінантну роль відіграє потенційна сема “м’якість”. Значення ФОГК *Butter bei den Fischen haben* виникає на основі порівняння людини, що має масло до риби, з людиною, у якої є гроші. Асоціація масла з достатком зумовлена високою вартістю цього продукту та недоступністю для широких верств населення. Походження ФОГК *Butter auf dem Kopf haben*, яка утворена від прислів’я *wer Butter auf dem Kopf hat, soll nicht in die Sonne gehen*, пов’язане з тим, що жінки раніше на голові носили на базар корзину з продуктами харчування. Розтоплене масло витікало на голову, коли вони через свою необачність перебували довгий час на сонці.

КГ у межах ФОГК може по-різному сполучатися з іншими словами-компонентами. Вибірковість мови в словесних сполученнях породжує ідіоматичність, національну самобутність і виразність, оскільки детермінується позамовними (предметно-логічними), мовними, соціолінґвістичними, психолінґвістичними факторами та ґрунтується на знаннях людини про навколишній світ. Вільна сполучуваність не має внутрішньомовних обмежень. Слово може сполучатися з усіма семантично сумісними словами (преференційність) [175, с. 140‒141]. Преференційний зв’язок характерний для семантично нейтральних слів. Компоненти ж ФОГК зазнають переосмислення. Завдяки асоціації за ними закріплюється поняття, яке реалізується лише в певному лексичному оточенні. Тому КГ сполучується з обмеженою кількістю елементів, в тому числі й з одним. Це спричинює залежність КГ ФОГК від контексту та його абсолютну вибірковість. Сполучуваність КГ з іншими компонентами у складі ФОГК може призводити і до ідіоматичності, тобто до утворення одиничних сполук з повністю переосмисленим значенням.

Роль КГ у створенні цілісного значення досліджуваних ФОГК є різною. Заперечна значущість КГ виражається у відсутності спільних семантичних елементів у словниковому значенні даного компонента і в цілісному загальному значенні ФОГК. Приміром, у семантиці ФОГК *das ist nicht mein Bier* – “das ist nicht meine Sache” [Rö, B. 1: 194], *dickes Bier mit jmdm. machen* ‒ “приятелювати з кимось” [НУФС, Т. 1: 101] повністю відсутні диференційні семи лексем *Bier* та *machen*. Заперечна значущість усіх компонентів ФОГК означає її повну семантичну нерозкладність. Фразеологічне значення не базується на прямих чи переносних значеннях КГ, а опирається на ситуативний зміст [176, с. 113].

Мотиваційною базою групи ФОГК (267 ФОГК) є словосполучення, що базуються на певних історичних фактах, звичаях, традиціях німецького народу, для тлумачення яких потрібна етимологічна довідка. Дослівне значення словесного комплексу *es geht um die Wurst* ‒ “es geht um die Entscheidung” [Rö, B. 5: 1750] пов’язане з традицією, коли на іграх або змаганнях, що відбувалися під час народних гулянь, потрібно було дістати ковбасу, яка і була призом для переможця. Тому, коли мова йшла про ковбасу, в уяві представника німецького етносу виникала асоціація пов’язана з важливим моментом. Таким чином було сформоване фразеологічне значення ФОГК “наступив вирішальний момент”.

Ступінь участі КГ в утворенні цілісного значення ФОГК визначається в основному можливістю ФОГК зіставлятися з еквівалентною вільною сполукою. Якщо таке накладання можливе і дає метафоричний ефект, це свідчить, що роль кожного компонента ФОГК у створенні смислового цілого приблизно однакова, і тоді вся ФОГК має цілісне мотивоване значення [19, с. 57]. У ході дослідження було встановлено, що цілісне значення 654 ФОГК формується всім складом слів-компонентів, участь кожного з яких є однаковою. Приміром, прототип ФОГК *den Käse zu dick schneiden* побутує у вільному вжитку і позначає буденну ситуацію, пов’язану з приготуванням їжі. Сир можна нарізати по-різному, в тому числі і товстими шматочками. Дослівне значення всього виразу формує сему “займатися марнотратством, не економити”. Внаслідок метафоричного перенесення за схожістю дії комплекс почав характеризувати поведінку людини та набув значення “er hat verschwendet, ist mit seinem Vermögen am Ende” [Rö, B. 3: 813].

ФОГК можуть мати частково цілісний характер. У цьому випадку КГ виявляють ніби семантичне тяжіння або смислову співвіднесеність з співзвучними словами вільного вжитку. Значення ФОГК *das ist ein Kuchen von demselben Teig* легко зрозуміти за буквальним значенням відповідного комплексу вільного вжитку. Внаслідок переосмислення семи “один й той же пиріг” вираз набув значення “es ist eins wie das andere, es gehört zusammen, es gibt keinen Unterschied” [Rö, B. 3: 897]. У ФОГК *sich* *ein Stück Kuchen abschneiden* сема “відрізати собі певну частину, шматок” трансформується та надає звороту значення “sich einen Anteil nehmen” [Rö, B. 3: 898].

При цілісному переосмисленні всього компонентного складу ФОГК можемо спостерігати семантичну автономність КГ. Він актуалізує одну зі своїх потенційних сем і у низці ФОГК має однакове значення. Ступінь семантичної самостійності КГ визначається ступенем довільної сполучуваності з іншими лексемами. У ході дослідження було виявлено, що часто семантичною автономністю володіє пара “прикметник + іменник”, яка отримує певне значення в складі ФОГК. Приміром, *alten Kohl aufwärmen* – “згадати, розворушити стару історію”, де *alter Kohl* ‒ “alte Geschichte” [НУФС, Т. 1: 393]; *jmdm. eine harte Nuss zu knacken geben* ‒ “ihm eine schwere Aufgabe stellen” [Rö, B. 3: 1104], де *eine harte Nuss ‒*“eine schwere Aufgabe”. Семантичну автономність КГ спостерігаємо при його входженні до низки комплексів, між якими існують часткові формальні та смислові відмінності. Компонент *versalzen* входить не лише до складу ФОГК *jmdm. die Suppe versalzen* – “jmds. Pläne durchkreuzen” [RW, B. 11], але й до сполучень з іменниками *Brei, Mus, Kraut.* Семантику компонента становить спільне для всього ряду значення “зіпсувати”. У ФОГК *die Suppe einrühren/einbrocken* – “jmdn. in eine unangenehme Lage bringen” [RW, B. 11]; *in eine böse Suppe kommen* – “in eine sehr unangenehme Lage geraten” [RW, B. 11], *in der Suppe sitzen* – “Schwierigkeiten haben” [Rö, B. 5: 1589], *jmdn. in die Suppe bringen* – “jmdn. in eine sehr unangenehme Lage führen” [Rö, B. 5: 1589] КГ *Suppe* вносить негативне значення у вище зазначені ФОГК та асоціюється з “неприємною ситуацією, труднощами”.

У низці випадків (159 ФОГК) КГ є елементами фразеологічної символіки, оскільки позначають предмети або явища дійсності, що набули символічного значення у народу. Такі компоненти називаються словами-символами. Вони символізують певні явища або поняття і мають у низці одиниць однакове значення [112, с. 91]. Приміром, у ФОГК КГ *Salz* символізує ***звязок між Богом та народом***: *das Salz der Erde sein* ‒ “diejenigen sein, die das Evangelium überallhin bringen, die dem sittlichen Verfall auf Erden entgegenwirken” (походить з Біблії) [Rö, B. 4: 1276]; позначає ***найнеобхідніший мінімум***: *damit verdient er nicht das Salz auf (in) die (zur) Suppe* ‒ “damit verdient er nur ganz wenig” [Rö, B. 4: 1277], *er hat nicht Salz auf ein Ei* ‒ “er hat gar kein Vermögen” [Rö, B. 4: 1277]; вказує на ***шкідливість:*** *jmdm. Salz in die Wunde streuen* ‒ “(durch eine ärgerliche Äußerung) eine unangenehme Lage noch verschlimmern” [Rö, B. 4: 1277], *das ist Salz in ein krankes Auge* ‒ “das ist sehr schädlich” [Rö, B. 4: 1277]. ***Застерігає*** ***бути обережним*** ФОГК *mit einem Körnchen Salz* (з лат. “cum grano salis”) ‒ “eine bestimmte Behauptung kann nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen und sehr eingeschränkt Gültigkeit haben” [Rö, B. 4: 1278]. Цей зворот бере початок ще від рецепту протиотрути Плінія Старшого (23‒79 р. н.е), яку можна було споживати лише із зернятком солі.

У ході дослідження також було виявлено певну співвіднесеність між загальним значенням ФОГК і семантикою КГ при його самостійному вживанні. Ця співвіднесеність може бути визначена як наявність у прямому значенні слова семи, на якій базується значення низки ФОГК з даним КГ, який відіграє роль семантичного центру ФОКГ. Розглянемо низку ФОГК з КГ *Suppe* (суп). У семантичній мікроструктурі прямого значення іменника можна виділити групову сему – “їжа”, а також диференційні семи “страва власного приготування”, “міра чогось”, “смакові якості”, “суп, як прийом їжі”, які активізуються та формують значення низки ФОГК:

* сема “суп, як прийом їжі” у ФОГК *jmdn. zur Suppe laden* – “jmdn.zu einer Mahlzeit einladen” [Rö, B. 5: 1588], *jmdm. in die Suppe fallen* – “auf Besuch kommen, wenn gerade gegessen wird” [Rö, B. 5: 1588], *die Suppe versäumen* – “eine Mahlzeit versäumen” [Rö, B. 5: 1588];
* сема “міра чогось” реалізується у ФОГК *volle Suppe* ‒ “mit aller Kraft; mit vollem Einsatz; sehr; in extremer Weise; heftig” [Rö, B. 5: 1588];
* сема “смакові якості”: 1) “покращити смак супа” → “покращити свої справи”: *Schmalz auf die Suppe tun, die Suppe schmälzen*; 2) “зіпсувати смак” → “зашкодити”: *jmdm. in die Suppe spucken*; 3) “несмачно” → “нудно, невесело”: *wie eine Suppe ohne Salz sein*;
* сема “страва власного приготування”: *seine eigene Suppe kochen* ‒ “etwas unternehmen, ohne das mit anderen Beteiligten abzustimmen” [Re:], *zwei Suppen in einer Schüssel kochen* ‒ “zwei Dinge zugleich tun” [Rö, B. 5: 1589].

Наведені приклади демонструють звуження (спеціалізацію) семантичного обсягу значення іменника *Suppe*. Загальна семантична ознака витісняється більш конкретною, відбувається актуалізація диференційних сем емотивно-оцінного характеру. Зміст колишнього значення слова за рахунок нових ознак розширюється, а обсяг вживання звужується [26, c. 66; 163, с. 106; 168, с. 94]. Певна ознака актуалізується лише у конкретному контексті (контекстом виступає ФОГК). Семантична співвіднесеність між словом та КГ здійснюється не прямо, а через цілісне семантичне значення ФОГК, що виводиться із конкретної ситуації.

КГ лише у 18 ФОГК зберігає своє словникове значення. Переосмислення зазнає інший компонент (дієслово або прикметник), який несе основне смислове навантаження і формує значення ФОГК. Приміром, у ФОГК *Wein taufen* переосмислений компонент-дієслово *taufen* має буквальне значення “хрестити”, яке полягає у зануренні у воду чи обливанні водою. На базі семи “занурити у воду” формується значення “розвести водою”. Внаслідок перенесення на основі схожості дій ФОГК набуває значення “розводити вино водою” [НУФС, Т. 2: 310].

КГ у 233 ФОГК зазнає переосмислення, актуалізуючи одну зі своїх потенційних сем та сполучаючись з непереосмисленим компонентом. У ФОГК *Pudding in den Armen haben* КГ *Pudding* актуалізує сему “слабкість”. За своєю консистенцією пудинг не є стійким за формою. Перенесення значення здійснюється на основі асоціативного зв’язку за схожістю. Шляхом метафоричного переосмислення КГ *Pudding* ФОГК набуває значення “schwache Arme haben” [Rö, B. 4: 1207].

У 2,9% досліджуваних ФОГК компонент-гастронім є конвертованим (переходить з іменника в інші частини мови). Ця група є незначною (38 ФОГК) і охоплює такі процеси конверсії: вербалізацію, адвербалізацію та ад’єктивацію. У ФОГК *brotlose Kunst* ‒ “eine Tätigkeit, die nichts einbringt” [Rö, B. 1: 262], *salzloses Leben* ‒ “ein verfehltes, unerfülltes oder liebesleeres Dasein” [Rö, B. 4: 1277] КГ *Brot* та *Salz* перейшли у прикметники шляхом додавання суфікса -*los,* який вказує на відсутність чогось. Перехід КГ-іменника у прислівник спостерігаємо у ФОГК *zimtig tun* ‒ “Umstände, Schwierigkeiten machen” [Rö, B. 5: 1773], *das ist mir piepwurst* ‒ “(pleonastisch verstärkt) es ist mir so egal” [Rö, B. 5: 1751].

Найбільшою є група вербалізованих КГ. В першу чергу це характерно для гастронімів, основним призначенням яких є надання певного присмаку стравам. Перенесення значення базується на уявленні про те, що приправи мають здатність зіпсувати смак страви, якщо з ними переборщити. Надмірна кількість солі та перцю псує смак, тому значення ФОГК з КГ *versalzen / verpfeffern* є пейоративним. ФОГК *jmdm. den Braten versalzen* [НУФС, Т. 1: 119], *einem das Mus versalzen* [Rö, B. 3: 1061], *den Speck versalzen* [Rö, B. 3: 1497], *einem die Suppe versalzen*, *einem die Suppe verpfeffern* [Rö, B. 5: 1588], *den Brei versalzen* [Rö, B. 1: 253] мають значення “зіпсувати настрій; завдати шкоди”. У складі ФОГК, де дієслова *salzen, pfeffern* вживаються у формі Partizip II, назви приправ підсилюють значення фразеологізму. Приміром, *eine gepfefferte / gesalzene Rechnung* ‒ “besonders hohe Rechnung” [Rö, B. 4: 1159], *eine gepfefferte Antwort geben* ‒ “schlagfertig antworten” [Re:], *einen gepfefferten Brief schreiben* ‒ “einen scharfen Brief schreiben” [Rö, B. 4: 1277].

У ході дослідження було виявлено групу ФОГК (199 ФОГК), у яких КГ входить до складу компонента-композити. КГ може бути центром семантичного навантаження у конструкції типу *означення / доповнення + КГ.* У ФОГК *mit Ziegenmilch großgezogen sein* – “бути скиглієм, нитиком” [НУФС, Т. 2: 342] КГ *Milch* є основним членом композити *Ziegenmilch*. Значення ФОГК утворене шляхом метафоричного переосмислення. Звуки, які видає людина під час ниття або скиглення асоціюються за схожістю з беканням кози. Тому про скиглія кажуть, що він виріс на козиному молоці. У ФОГК *nicht auf der Wassersuppe dahergeschwommen* *sein* ‒ “nicht von niedriger Herkunft sein” [RW, B. 11] компонент-композита складається з двох КГ (конструкція типу *КГ+КГ*), один з яких (*Wasser*) є доповненням до семантично головного елемента (*Suppe*). Значення ФОГК утворюється всім складом компонентів шляхом метафоричного переосмислення. У конструкції типу *КГ+головний елемент* перший складник служить для конкретизації другого. Приміром, у ФОГК *pflaumenweich sein* ‒ “nachgiebig sein” [Re:] КГ *Pflaume* уточнює, про яку саме м’якість йде мова (“м’який як слива”). Внаслідок переосмислення композити та перенесення на сферу характеристики людини компонент-композита набув значення “поступливий”. Цілісне значення ФОГК з компонентами-композитами може утворюватися переосмисленим компонентом-композитою та словом-компонентом у буквальному значенні або всім складом компонентів. КГ у складі композити є завжди переосмисленим.

Роль КГ у ФОГК з компонентом-композитою відображено нижче у таблиці.

Таблиця 1.2

Представленість КГ у групі ФОГК з компонентом-композитою

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип конструкції | Питома вага КГ  у межах групи | | Питома вага КГ  у межах досліджуваних одиниць у % |
| у ФОГК | у % |
| КГ+*головний елемент* | 95 ФОГК | 47,7 % | 7,2 % |
| *Означення / доповнення + КГ* | 73 ФОГК | 36,7 % | 5,5 % |
| КГ+КГ | 31 ФОГК | 15,6 % | 2,3 % |
| Всього | 199 ФОГК | 100 % | 15 % |

Таким чином, цілісність фразеологічного значення ФОГК залежить від ступеня втрати КГ своїх словесних значень. Це в свою чергу обумовлюється характером сполучуваності КГ з іншими компонентами у межах ФОГК, що призводить до абсолютної вибірковості або ідіоматичності. Семантична значущість КГ у створенні цілісного фразеологічного значення ФОГК є різною і значення ФОГК може формуватися всім складом компонентів (49,1%), позамовними чинниками (20%), однією актуалізованою семою КГ (17,5%), актуалізованою семою слова-компонента, який не є гастронімом (1,4%). Елементами фразеологічної символіки є КГ у 12% ФОГК. Компоненти-композита, до складу яких входять КГ, мають переосмислений характер у всіх досліджуваних ФОГК.

Нижче подаємо на діаграмі отримані результати дослідження

Рис 1.1 Роль КГ у формуванні цілісного фразеологічного значення

ФОГК у %.

КГ є одним із стрижневих компонентів у значенні ФОГК, специфіка якого полягає в особливому способі відображення ним навколишньої дійсності. У семантиці ФОГК відображається своєрідне культурне середовище та досвід суспільства. З метою зʼясувати, яким саме чином культурна інформація знаходить своє відображення у семантиці досліджуваних одиниць, розглянемо семантичну структуру ФОГК.

**1.4 Специфіка відображення культурної інформації у семантиці фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом**

Семантика ФО є одним із найактуальніших питань у працях дослідників [10; 14; 17; 29; 36; 48; 56; 57; 82; 84; 89; 99; 159; 214; 229; 230; 232; 247; 248; 298]. Національно-культурний компонент як складова семантики ФО теж знаходиться часто у полі зору багатьох вчених [39; 136; 159; 161; 177; 231]. Фразеологічна семантика як продукт взаємодії мислення, свідомості, мови та мовлення формується в процесі утворення фразеознака і є поєднанням його значення та змісту [4, с. 82]. Проблемам фразеологічного значення присвячено праці вітчизняних та зарубіжних науковців [6; 35; 156; 164; 205; 209; 226]. З позицій лінгвокультурології основними компонентами значення ФО вважають денотативний, оцінний, мотиваційний, емотивний, стилістичний. В рамках лінгвокраїнознавчої теорії значення фразеологізму складається з денотативного, граматичного, мотиваційного та оцінного компонентів. В. М. Телія фразеологічне значення розглядає як єдність денотативно-сигніфікативного та конотативного макрокомпонентів [209].

З огляду на вищезазначене, ми вважаємо, що семантична структура ФОГК німецької мови складається з таких інформаційних блоків, як денотативний, мотиваційний (див. п. 1. 2. 2) та конотативний. Останній характеризує ставлення мовця до предмета мовлення, його суб’єктивну характеристику денотата та є невід’ємним атрибутом семантики ФОГК як одиниць вторинної номінації [155; 156; 209; 225]. Культурна інформація зберігається у ФОГК в денотативному блоці або в культурних конотаціях.

Денотативний макрокомпонент значення є базою для всіх інших знакових процедур. Денотат є предметом чи явищем дійсності, з яким співвідноситься мовна одиниця. У сучасній семасіології поняття “денотація” не має чіткого визначення. Денотативний означає пов’язаний з предметним рядом, з категорією предметності, яка оформлена мовними засобами. У денотативному аспекті лексичного значення фіксуються результати пізнавальної діяльності людини. Існування денотативного компонента у значенні слова пояснюється предметністю людського мислення. Денотат є типовим образом, обов’язковим компонентом номінації. Денотатом ФОГК *große Nüsse im Sack haben* є не дія “мати великі горіхи у мішку”, а “ставити перед собою великі вимоги” (переклад наш).

Денотативний аспект фразеологічного значення вужчий від відповідного аспекту лексичного значення. ФОГК позначає меншу кількість об’єктів, проте надає обʼємніший обсяг інформації про них, що підтверджується також лексико- та фразеографічними джерелами. У тлумачних словниках, як правило, кількість слів, необхідних для передачі значення ФОГК, майже завжди перевищує кількість її компонентів. Приміром, для ФОГК *überall sein Brot finden* в словнику подано дефініцію: “*so anstellig, fleißig, geschickt sein, dass man überall Arbeit findet”* [RW, B. 11]. Значення ФОГК, яка складається з 4 лексичних компонентів, передається за допомогою 10 слів. При цьому слід зазначити, що навіть така дефініція не в змозі відтворити всю повноту змісту ФОГК.

Як бачимо, ФОГК володіють особливим, у порівнянні зі словом, специфічним значенням, яке має компонентну основу. Процес фразеологізації супроводжується деактуалізацією – семантичним перетворенням слова в компонент фразеологізму внаслідок денотативно-понятійного зміщення у внутрішній формі. Елементи смислової структури слова як абстракції різного рівня та різної семантичної природи, деактуалізуються неоднаковою мірою. Нерівномірну деактуалізацію В. П. Жуков називає “семантичною редукцією слова” [81, с. 130]. Цей процес веде до появи у складі ФОГК компонентів, які різняться характером та ступенем семантичної маркованості.

У ході дослідження у складі ФОГК було виявлено :

* категоріально марковані компоненти ФОГК. Лексико-граматичне значення ФОГК, як правило, визначається категоріальним значенням граматично опорного слова у вихідному словосполученні: дієслівне словосполучення перетворюється у дієслівну ФОГК: *jmdm. den Braten versalzen* – “зіпсувати комусь настрій” [НУФС, Т. 1: 119], субстантивне – у субстантивну ФОГК: *ein kritisches Bier* – “ein schwerer Mensch” [Rö, B. 1: 195], прислівникове – у прислівникову ФОГК: *das ist mir wurstepiep / wurstegal* – “(pleonastisch verstärkt) es ist mir so egal” [Rö, B. 5: 1751];
* дериваційно марковані компоненти ФОГК. У значенні субстантивної ФОГК *ein armes Würstchen* – “бідолаха, бідолашний” [НУФС, Т. 2: 333] помітний вплив відіграє зменшувальний суфікс -*chen*, який вказує на іронічне співчуття мовця до свого співрозмовника;
* прономінально марковані компоненти ФОГК. Приміром, у ФОГК *er steckt seine Finger in jeden Quark* – “er befasst sich (stets, überall) mit Dingen, die ihn (eigentlich) gar nichts angehen” [Rö, B. 2: 447] займенник *jeder* (“кожен”) вказує на ступінь прояву дії → “скрізь”;
* препозиційно марковані компоненти. Приміром, ФОГК *für einen Apfel und ein Ei* ‒ “für eine Kleinigkeit, weit unter dem Wert, fast umsonst” [Rö, B. 1: 92] семантично співвіднесена з прийменником *für* у значенні вартості;
* партикулярно марковані компоненти ФОГК. У семантиці ФОГК *Dich haben sie wohl mit der Banane aus dem Urwald gelockt?* – “eine Redensart für einen dümmlichen Menschen, der nichts zu begreifen scheint” [Rö, B. 1: 138] частка *wohl* підсилює ствердження;
* лексично марковані компоненти. Буквальні значення слів семантично співвіднесені зі значеннями слів-компонентів. Приміром, дослівне значення словосполучення *reiche Frucht* формує сему “хороший результат”, оскільки сам плід є кінцевим етапом розвитку квітки, тобто результатом, отриманим внаслідок цвітіння. Будь-який хороший результат є успіхом у чомусь. Звідси отримуємо переосмислене значення ФОГК *etwas wird reiche Frucht tragen* – “es wird mit Erfolg belohnen” [Rö, B. 2: 479];
* семно марковані компоненти ФОГК. Показником семантичної маркованості є лише частина вихідного значення (семного складу) компонента: субстантивна ФОГК *flüssiges Brot* – вживається у значенні “Bier” [RW, B. 11]. Генетично пов’язаний з ФОГК прикметник *flüssig* ‒ “рідкий” позначає стан пива. Таким чином, між значенням ФОГК та вихідним значенням компонента є частковий збіг ‒ наявність інтегральної семи “пиво”;
* символічно марковані компоненти ФОГК характеризуються стійкими семантичними асоціаціями. Дослідники відзначають, що символ є багатосмисловим конвенціональним мотивованим знаком [232, c. 50]. Специфіка фразеологічного символу полягає не лише в його багатозначності, але й у тому, що сформований він на основі комплексу уявлень, який можна описати, зокрема, як перелік атрибутів. Саме ознакові параметри здебільшого виявляються тією основою, на якій будується символізація фактів та явищ реального світу [37, c. 32]. Лінгвістичною основою існування компонентів-символів є певна спільність семного складу слова та ФОГК. Хліб є основним продуктом харчування і традиційно асоціюється у німців з матеріальним достатком, роботою, грошима. Цей семантичний зв’язок зберігається у низці ФОГК: *jmdn.in Lohn und Brot nehmen* – “jmdn. anstellen” [RW, B. 11]; *er isst sein Brot nicht trocken* – “er ist reich und kann sich etwas gönnen” [Rö, B. 1: 264]; *die haben nicht ein Stücklein Brot* ‒ “sie sind in Not, sind arm” [Rö, B. 1: 264];
* стилістично марковані компоненти ФОГК. Стилістична маркованість пов’язана з характером мотивації. Вибір та вживання того чи іншого звороту залежить від мовної компетенції, норм спілкування та прагматичних аспектів спілкування. Насамперед, потрібно звертати увагу на ситуацію мовлення як основний фактор стилістичної маркованості [209, с. 124]. У більшості випадків стилістично занижені ФОГК мають варіанти, у яких стилістично марковані слова-компоненти (*Arsch, Maul)* замінюються нейтральними. Приміром, *Pfeffer im Arsch haben /* *Pfeffer im Hintern haben* – “ungeduldig stehen, temperamentvoll sein” [Rö, B. 4: 1160], *jmdm. Zucker in den Arsch blasen / jmdm. Zucker in den Hintern blasen* – “jmdn. übermäßig verwöhnen” [RW, B. 11], *jmdm. das Mus süß ums Maul streichen / jmdm. das Mus süß um den Mund streichen* – “einem schmeicheln, um einen Vorteil von ihm zu erlangen” [Rö, B. 3: 1061]

Серед дослідників немає єдиної точки зору щодо кількості елементів у структурі конотації. І. В. Арнольд, Н. Д. Арутюнова та І. А. Стернін виділяють чотири компоненти: емотивний, оцінний, експресивний та стилістичний (функціонально-стилістичний у І. А. Стерніна) [13; 195]. Проте Н. А. Лук’янова виключає зі структури конотативного компонента функціонально-стилістичний, оскільки останній не характеризує предмет, а несе інформацію про ситуацію, в якій протікає мовленнєвий акт [137, с. 21]. ]. За В. М. Телією конотативний макрокомпонент значення фразеологізму відображає емотивно-оціннісне та стилістично-марковане відношення суб’єкта до навколишньої дійсності [203; 207].

Беручи до уваги, що на національно-культурну специфіку ФО вказує зміст культурної конотації, тобто інтерпретація образної основи [202, с. 215], у нашому дослідженні під конотативним макрокомпонентом значення ФОГК розуміємо єдність оцінного, експресивного, емотивного, функціонально-стилістичного та національно-культурного компонентів. Приміром, у ФОГК *sich die gebratenen Gänse ins Maul fliegen lassen* ‒ “sich untätig nur dem Genuss hingeben, sich verwöhnen lassen” [Rö, B. 5: 1603] оцінна сема виражає “несхвалення”, стилістична – вказує на приналежність до розмовного стилю, емотивна сема відображає негативне відношення мовця. Культурна інтерпретація мовних знаків змінюється в залежності від установок ментальності. Так, у ФОГК *Was kostet der ganze Zimt?* ‒ “Was kostet der ganze Kram?” [Rö, B. 5: 1773] КГ *Zimt* означало спочатку “гроші”, “золоті речі”, пізніше відбулося погіршення значення лексеми до “манатки”, “мотлох”.

Конотація доповнює предметно-понятійний зміст ФОГК на основі асоціативно-фонових знань про реалію або ситуацію, містить оцінку та емотивне відношення мовця до позначуваного [209, с. 107]. Оцінка є судженням про цінність позначуваного в цілому чи його окремої властивості. Оцінка відображає відношення людини до об’єкта, що виражене мовними засобами експліцитно чи імпліцитно [112, с. 94]. Всі оцінки є відносними, тому що залежать від суб’єктивного відношення, і слухач не завжди може погодитися з думкою мовця про цінність, бо остання може виявитися різною. ФОГК можуть мати у своєму значенні і нефіксовану оцінку, тобто змінювати її в залежності від емпатії мовця / слухача. ФОГК *den Kümmel aus dem Käse picken / holen* зі значенням “etwas bis ins Kleinste auseinander nehmen; penibel / kleinlich / pedantisch / übermäßig kritisch sein” [Re:] може мати як позитивну, так і негативну оцінки. Якщо мовець / слухач виступає на стороні носія ознаки, розуміючи, що саме така поведінка є правильною та такі дії призведуть до хорошого результату, то ретельність та педантичність носія ознаки оцінюються позитивно. Якщо навпаки, може викликати затримку розвитку дії, зашкодити ситуації, то тоді оцінка мовця / слухача є негативною. Фіксовану негативну оцінку спостерігаємо у ФОГК: *jmdm. Rosinen in den Kopf setzen* ‒ “задурювати комусь голову” [НУФС, Т. 2: 140], *jmdm. eine Pflaume an den Kopf werfen* ‒ “відпускати шпильки на чиюсь адресу” [НУФС, Т. 2: 106], *eine Pflaume sein* ‒ “ein nichtsnutziger Mensch sein” [Rö, B. 4: 1174]. Фіксована позитивна оцінка присутня у небагатьох ФОГК: *jmdn. aus der Nuss heben* ‒ “визволити когось з біди” [НУФС, Т. 2: 83], *einem Brot geben/verschaffen* ‒ “ihm eine Verdienstmöglichkeit geben” [Rö, B. 1: 263].

Негативна або позитивна оцінка залежить від позицій мовця, тобто від його емпатії [209, c. 86]. Пристосованість ФОГК до функції характеризуючої предикації обумовлена наявністю в їхній семантичній структурі емотивності, яка несе прагматичне навантаження [49; 207; 221]. Емотивність – чуттєва оцінка об’єкта, вираження мовними засобами почуттів, настроїв, переживань людини. Емотивність завжди експресивна та оцінна. [112, с. 93]. У експресивному звороті, який відривається від первісного контексту, відбувається “спеціалізація експресивного значення”, коли ФОГК виконують не номінативну, а емотивну функцію [44, с. 18‒19]. В утворенні таких зворотів велика роль відводиться інтонації, яка нібито скріплює компоненти вислову в єдине ціле: *Ausgerechnet Bananen!* – “Ausgerechnet das!” [Rö, B. 1: 120]; *Du, dickes Ei!* ‒ “Ausruf der Überraschung und Verärgerung” [Rö, B. 2: 355]; *So ein Käse!* ‒ “Solch ein Unsinn!” [Rö, B. 3: 813]; *Jetzt mach keinen Käse!* ‒ “Mach keinen Unsinn!” [Rö, B. 3: 813]; *Red keinen Käse!* ‒ “Red keinen Unsinn!” [Rö, B. 3: 813]; *Das ist doch Käse, was du da machst* ‒ “Es ist alles Unsinn, was du da machst!” [Rö, B. 3: 813].

Конотація не завжди присутня в значенні слова, оскільки воно служить перш за все засобом прямої номінації. Конотація ФОГК багатша за лексичну, внаслідок чого ФОГК володіють більшою силою експресивно-емоційного впливу. Приміром, *der menschliche Kopf* (голова людини) може позначатися у ФОГК як → *die Birne* (груша), *die Nuss* (горіх)*, die Rübe* (буряк): *ein dummer Mensch* (дурна людина) → *eine dumme Nuss* (букв. “дурний горіх”)*.* Семантичний об’єм ФОГК часто не співпадає з семантичним об’ємом слова. Фразеологічне значення відрізняється від лексичного ступенем інтенсивності прояву ознаки: *jmdn. zu Brei hauen / schlagen* – “jmdn.durchprügeln” [Rö, B. 1: 253], *das geht wie’s Brezelbacken* – “das geht ja unglaublich schnell” [RW, B. 11]; *etwas geht wie Eier aus dem Korbe* – “es geht schnell, mühelos ” [Rö, B. 2: 355].

На оцінку та емотивність безпосередньо впливає національно-культурна конотація, яка зберігає досвід та знання попередніх поколінь. Культурна конотація є інтерпретацією денотативного або образно вмотивованого аспектів значення в категоріях культури [209, с. 214], тобто в знаках національної та загальнолюдської культури, освоєної народом ‒ носієм мови. Мова йде про стереотипи, символи, еталони.

У ході дослідження було з’ясовано, що національно-культурна семантика ФОГК проявляється:

1) у сукупному фразеологічному значенні. ФОГК відображають національну культуру своїми ідіоматичними значеннями. Вони є безеквівалентними, національно-специфічними, відтворюють реалії минулого і сучасного, які не зустрічаються в інших національних культурах. Приміром, у ФОГК *im Tee sein / einen im Tee haben* ‒ “betrunken sein” [Rö, B. 5: 1605] КГ *Tee* позначає алкогольний напій, що пов’язано з характерним для Північної Німеччини звичаєм пити чай з ромом;

2) у прямому значенні вільного сполучення слів, що зазнало образного переосмислення. Такі ФОГК відображають національну культуру своїми прототипами, в їх переносному значенні відображена соціально-культурна ситуація. Основою виникнення національно-культурних ФОГК є традиції, звичаї, побут, культура, вірування народу ‒ носія мови. Вираз *die Birnen sind gegessen* у прямому значенні стосувався того, хто приходив вже занадто пізно, коли обід чи вечеря завершилися. За традицією, сир та груші подавалися на десерт під кінець застілля. ФОГК *die Birnen sind gegessen* внаслідок переосмислення формує значення “eine Sache ist erledigt, man kommt zu spät; eigentlich : erst nach Beendigung der Mahlzeit” [Rö, B. 1: 200];

3) у значенні окремих лексичних компонентів. ФОГК містять безеквівалентну лексику, архаїзми, етнічно-культурні реалії. Приміром, гарний вигляд представниць жіночої статі у ФОГК *sie sieht aus wie ein Stettiner Apfel* – “sie hat frische Gesichtsfarbe, zarte Haut” [Rö, B. 1: 122] порівнюється з яблуками особливого сорту. *Ein Stettiner Apfel* ‒ сорт яблук, утворений від назви польського міста Щетин (*Stettin)*, яке з часу Північної війни і до Другої світової війни перебувало у складі Пруссії та Німеччини.

Проте не всі ФОГК є носіями національно-культурної інформації. Семантика низки ФОГК пов’язана із загальнолюдськими знаннями про світ, якими оволодіває кожна людина в процесі пізнання навколишньої дійсності. Основною причиною відмінностей в їхній образній основі є специфіка процесу вторинної номінації в різних мовах. В той же час, таке образно-метафоричне переосмислення свідчить про участь цих ФОГК у створенні мовної картини світу, що дає право вважати їх носіями культурної інформації. Приміром, відповідником ФОГК *mit Zuckerbrot und Peitsche* в українській мові є ФО“батогом та пряником”*.* Проте в основі метафоричного переосмислення лежать два різні образи, кожен з яких є характерним для своєї культури. Поява пряника тісно пов’язана з поширенням вирощування жита та випіканням хліба. Про печиво з медом (прадавні пряники) знали ще в Стародавньому Єгипті. На теренах Київської Русі їх випікали з медом і називали “медовим хлібом”, який відомий з IX століття. В цей хліб додавали сік з різних рослин, подрібнене коріння, а потім і прянощі, які завозили з країн Близького Сходу і навіть Індії. А ось поява “цукрового хліба” має зовсім іншу історію. Під час виготовлення цукру нагрівали макуху з вижатої цукрової тростини. Під впливом високої температури цукор карамелізувався. Такий продукт отримав назву *“Zuckerbrot”*. Карамелізований цукор давали рабам, що працювали на цукрових фабриках, як винагороду або заохочення.

Підсумовуючи вище зазначене, досліджувані ФОГК поділяємо на ***національно-культурні*** та ***загальнокультурні***. До ***національно-культурних*** ФОГК (965 ФОГК) відносимо:

1. ***національно-специфічні* *ФОГК*** (249 ФОГК):

а) першу групу складають ФОГК (90 ФОГК), що відтворюють національну культуру значеннями своїх окремих компонентів (безеквівалентної лексики, архаїзмів, етнокультурних реалій). Приміром, у ФОГК *Weinkauf trinken* лексема *Weinkauf* позначає “Trunk oder Schmaus zur Bestätigung oder Feier eines Kauf- oder Tauschgeschäftes” [Rö, B. 5: 1710]. У ФОГК *das reimt sich wie Speck zur Mährde* ‒ “das passt besonders schlecht zusammen” слово *Mährde* позначає “Kaltschale von verdünntem Sirup und Rosinen” [Rö, B. 4: 1497]. У XIV‒XVII ст. найпоширенішим у народі було ім’я Hans. Це й спричинило те, що слово *Hanswurst* (спочатку писалося роздільно ‒ *Hans Wurst*) виникає як образне порівняння товстого, незграбного чоловіка з ковбасою, начиненою салом та жирним м’ясом. У другій половині XVI ст.. фігура Ганса Вурста з’являється у народних п’єсах і уособлює спочатку придуркувату, а пізніше дурну та обмежену людину. Звідси й походить ФОГК *den Hanswurst spielen / machen* ‒ “sich zum Narren halten lassen” [Rö, B. 2: 662];

б) другу групу становлять символічно марковані ФОГК (159 ФОГК). КГ ***Brühe*** (бульйон) – символ перешкод та неприємностей: *jmnd. musste die ganze Brühe bezahlen ‒* “кому-н. довелося розплутувати справу”, *jmnd. hat die Brühe davon ‒* “кому-н. від цього лише збиток”, *jmdn. in der Brühe sitzen lassen ‒* “поставити кого-н. у скрутне становище” [НУФС: 126];

1. ***ФОГК* *народного походження***(693), основою виникнення яких є звичаї, традиції, культура, побут, історія, фольклор, вірування та прикмети німецького народу. Походження ФОГК *Wurst wider Wurst* ‒ “Gleiches mit Gleichem vergelten” [Rö, B. 5: 1749] пов’язане зі звичаєм, коли селяни кололи свиню і обдаровували одне одного ковбасами або м’ясом. Виникнення ФОГК *(jmdm.) wurst / wurscht sein* ‒ “(*jmdm.*) egal / gleichgültig sein” [RW, B. 11] має декілька тлумачень. Одне джерело пов’язує таке значення фразеологізму з тим, що ковбаса, в порівнянні з благородною печенею, вважалася простою, грубою та невишуканою їжею. Адже через специфіку приготування не можна було побачити, з яких інгредієнтів вона зроблена: *“der Inhalt einer Wurscht bleibt ewig unerfurscht”.* Так виникає значення “байдуже”, так само, як “байдуже, що входить до складу ковбаси”. Інше джерело вказує на два однакові кінця ковбаси (*alles hat ein Ende, nur die Wurst hat zwei*). Тому байдуже, з якого кінця надрізати ковбасу.
2. ***авторські ФОГК*** (23 ФОГК), що є цитатами з творів німецьких авторів та популярних шлягерів німецьких виконавців: ФОГК *ein Sauerteig in der Bewegung sein* ‒ “der positive Anreger, der vorwärtstreibende Initiator einer Sache sein” виникає на основі цитати з роману Й. Гете “*Роки навчання Вільгельма Мейстера”*: “Der Sauerteig, der mein Leben in Bewegung setzt, fehlt” [Rö, B. 4: 1287].

Серед ***загальнокультурних*** ФОГК (366 ФОГК) розрізняємо:

1. ***міжкультурні ФОГК*** (64 ФОГК). Існують паралельно в декількох культурах, оскільки їх утворення пов’язане зі специфікою мислення людини як члена суспільства, процесом освоєння нею навколишнього світу. Образи, що виникають в уяві людини, незалежно від її приналежності до конкретного етносу, ведуть до утворення тотожних ФОГК: *mit Pfeffer* ‒ “з перцем”; *reinsten Wassers* ‒ “чистой воды”; *wie in Butter* ‒ “как по маслу”; *weder Fisch noch Fleisch* ‒ “ні риба ні м’ясо; *eine harte Nuss* ‒ “міцний горішок”;
2. ***культурно специфічні ФОГК*** (208 ФОГК). Поняття, явища або ситуації, що позначають ці ФОГК, існують у різних мовах, проте мають свою специфіку позначення у кожній культурі. Використання відмінних мовних засобів пояснюється різними образними асоціаціями, які пробуджуються у свідомості носіїв мови конкретними явищами та предметами. Приміром, *es ist kein ausgeblasenes Ei wert* ‒ “не варте дірки з бублика” [НУФС, Т.1: 165]; *die Suppe auslöffeln* ‒ “расхлебывать кашу”; *jmnd. ist Bierleiche* ‒ “пʼяний як чіп”; *die alte Brühe* ‒ “давня пісня”; *kein Honiglecken sein* ‒ “це не кутя з медом”; *nicht ein stinkendes Ei wert sein* ‒“це і яйця виїденого не варте”;
3. ***ФОГК біблійного походження***(45 ФОГК). Джерелом виникнення низкиФОГК є Біблія, проте кожна мова внесла свої корективи. Приміром, Бог, виганяючи Адама з раю, сказав йому: “В поті чола твого їстимеш хліб” (Буття, 3, 19). Ця фраза є джерелом походження у німецькій мові ФОГК *das Brot im Schweiße seines Angesichts essen müssen* ‒ “sich sehr darum mühen müssen” та ФОГК *das ist ein sauer Bissen Brot* ‒ “es ist sehr schwer verdient” [Rö, B. 1: 264]; у російській ‒ *“добывать хлеб в поте лица своего”;* в українській ‒ *“важкий хліб”*;
4. ***іншокультурні ФОГК****,* джерелом походження яких є мова та культура іншого етносу. Приміром, літературні та музичні твори, історичні події, звичаї та традиції іншого народу (49 ФОГК)*.* ФОГК *Hefe des Volkes* позначає низи суспільства. Вираз належить давньоримському письменнику і оратору Цицерону (106‒43 рр. до н. е.).

Отже, семантична структура ФОГК німецької мови складається з денотативного, мотиваційного та конотативного макрокомпонентів значення. Структурними елементами конотації ФОГК є емотивність, оцінність, експресивність, функціонально-стилістична приналежність та національно-культурний компонент. Семантична маркованість слів-компонентів є наслідком семантичного перетворення слова в складову частину ФОГК. ФОГК є національно-культурні та загальнокультурні. Культурна інформація відображена у ФОГК експліцитно (у денотаті) або імпліцитно (через співвіднесеність асоціативно-образної основи з еталонами, стереотипами, символами національної культури). ФОГК відображають багатовікову історію німецького народу, особливості його культури, побуту, звичаїв та традицій. Проте ФОГК завжди звернені до суб’єкта, тобто вони виникають не стільки для того, щоб описувати світ, а для того, щоб його інтерпретувати, оцінювати та виражати до нього суб’єктивне ставлення. Саме тому на сьогодні актуальним є розгляд ФОГК у контексті, оскільки дає можливість вивчення механізму мовленнєвого впливу адресанта на реципієнта. Значення, що виражає автор тексту, та інтерпретація цього значення читачем, особливо у фразеологічній системі, дозволяє виявити те, що дійсно містить повідомлення, на відміну від того, що означають слова та фрази в цих повідомленнях. Мова йде про прагматичне значення досліджуваних ФОГК.

* 1. **Лінгвопрагматичний аспект аналізу фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом**

Основи прагматики були закладені одним із основоположників семіотики та філософського напряму прагматизму, американським вченим Ч. Пірсом. Термін прагматика був введений в науковий обіг Ч. Моррісом, який, наслідуючи ідеї Ч. Пірса, розділив семіотику на семантику, синтактику та прагматику. Остання вивчає відношення між знаком та його інтерпретатором, тобто тим, хто його створює, сприймає та розуміє [282, с. 29–30], а саме те, як інтерпретують знаки ті, хто ними користується, якою цінністю вони володіють для адресата. Лінгвістична прагматика почала активно розвиватися у 60‒70-х рр.. ХХ ст. під впливом логіко-філософських ідей Дж. Остіна (теорія мовленнєвих актів), Г. Грайса, П. Стросона, Дж. Серля. Вивченню прагматики присвячено праці R. Bartsch, R. Pörings, U. Schmitz, Th. Vennemann. Фундамент, на якому будуються прагматичні теорії, є, з одного боку, концептуальним, а з іншого ‒ емпіричним (про це свідчать дослідження психологічних та соціальних особливостей породження та сприйняття мовлення в процесі комунікації) [65, с. 12].

В основі лінгвістичної прагматики лежить комунікативно-діяльнісний підхід до вивчення мови як засобу спілкування. Лінгвістична прагматика (лінгвопрагматика, прагмалінгвістика) вивчає мову як інструмент дії, як засіб, який використовує людина у своїй діяльності. На сьогодні існує декілька підходів до прагматики, спільними для яких є уявлення про: 1) поняття діяльності як ключове для адекватного опису мовної комунікації; 2) мову, як засіб впливу на комунікантів; 3) нерозривний зв’язок мови із ситуативним контекстом її вживання [141, с. 32]. Під прагматичними відношеннями маються на увазі не лише відношення між мовними знаками та їх носіями, але й відношення, що спрямовані на забезпечення успішної комунікації [152, с. 3].

Традиційно під комунікацією розуміють обмін значеннями (інформацією) між індивідами за допомогою системи символів, мовних знаків [141, с. 10]. За О. С. Іссерс комунікація є стратегічним процесом, основу якого становить вибір оптимальних мовленнєвих ресурсів [91, с. 10]. Під комунікацією ми услід за О. Селівановою розуміємо цілеспрямований процес інформаційного обміну між двома й більше сутностями за допомогою певної семіотичної системи [183, с. 552].

Діяльність суб’єктів комунікації (адресанта та адресата) підлягає комунікативному призначенню мовлення – обміну інформацією про світ, а не обміну значеннями слів [209, с. 102]. В процесі комунікації відбувається обмін не словами, а думками, мова є засобом здійснення комунікативної діяльності [85, с. 168]. Тому, для успішного обміну через комунікативний ланцюжок “адресант – текст – адресат”, інформація повинна бути так закодована, щоб при її декодуванні не були втрачені ні значення, ні смисл. Взаємне розуміння можливе лише за умови наявності єдиної системи значень, яка позначається “тезаурус” [152, с. 9]. Тезаурус є організованим знанням, яким володіє субʼєкт про слова та інші вербальні символи, про їх значення, про відношення між ними, про правила, формули та алгоритми, що використовуються для маніпуляції цими символами, поняттями та алгоритмами [32, с. 184]. Наскільки зрозумілим буде комунікативне повідомлення залежить від комунікативно-прагматичного контексту (умов, за яких відбувається комунікація). Експліцитний контекст є вербальним та невербальним. Імпліцитний контекст – все те, що реципієнт не може спостерігати (цілі, мотиви, особисті характеристики адресанта). Результат комунікації буде залежати від контексту.

Прагматика акцентує свою увагу на комунікативних процесах та принципах використання мови як системи засобів та правил в залежності від контексту. Для прагматики мова є гнучким способом знакової репрезентації досвіду та комунікативної взаємодії між членами конкретного етнокультурного соціуму в конкретній ситуації [197, с. 19].

Єдність мовленнєвого акту за Дж. Остіном забезпечується локуцією (сам акт говоріння), іллокуцією (комунікативна мета, намір), перлокуцією (наслідки впливу іллокутивного акту на адресата). Про іллокутивність мова йде щоразу, коли виникає питання про те, чи сприймати ті чи інші слова як питання, чи лише як певні міркування [239]. Але перш ніж переконати в чомусь читача, автор повинен спочатку привернути його увагу, чому сприяє використання ФОГК. Від того, наскільки вірно та в потрібній пропорції автор відібрав ФОГК, залежатиме успіх комунікативного повідомлення та його оцінка при сприйнятті адресатом. Згідно інтерпретаційної моделі фразеологічного значення В. М. Телії комуніканти за допомогою ФОГК 1) обмінюються денотативною інформацією про те, що відбувається у світі; 2) повідомляють та сприймають оцінку подій та явищ, яка є результатом сприйняття мовного знаку відповідно до культурних еталонів, стереотипів та символів; 3) отримують враження від образу, що лежить в основі внутрішньої форми; 4) переживають емотивне ставлення до написаного / почутого / сказаного [208; 209].

Комунікативна поведінка обох сторін в процесі мовленнєвого акту базується на певних критеріях. Для передачі, розуміння та декодування інформації, учасники комунікативної ситуації повинні опиратися на мовний та позамовний контекст висловлювання, на фонові знання та на припущення, що вся релевантна інформація однаковим чином є доступною обом учасникам, про що обоє знають. Для успішного перебігу процесу комунікації та максимально ефективної передачі інформації важливим є усвідомлення та дотримання комунікантами правил та принципів ведення розмови. В основі комунікації між адресантом та адресатом лежать принцип Кооперації Г. Грайса та принцип Ввічливості Дж. Ліча, які реалізуються в декількох постулатах. Г. Грайс виділив чотири основні максими спілкування (або постулати), що забезпечують ефективність мовного співробітництва і в сукупності виражають загальний ***Принцип Кооперації:*** *твій комунікативний внесок на відповідній стадії розмови повинен відповідати меті та напряму цієї розмови* [61; 263, с. 46]. Основними постулатами спілкування є: ***Постулат кількості:*** *твій комунікативний внесок повинен містити не менше і не більше інформації, ніж потрібно для досягнення комунікативної мети.* ***Постулат якості:*** *твій комунікативний внесок повинен бути правдивим (не кажи того, що вважаєш за неправду; не кажи того, для чого не маєш достатніх доказів).* ***Постулат релевантності****: твій комунікативний внесок повинен бути доречним, тобто по темі.* ***Постулат способу:*** *твій комунікативний внесок повинен бути зрозумілим* (уникай неточності, двозначності, висловлюйся стисло, послідовно) [263, с. 222‒223].

ФОГК надають висловлюванню експресивного забарвлення, відображаючи ставлення автора до події чи ситуації. Вони є досить інформативними, але в той же час лаконічними та стислими. Наведемо приклад із німецької газети ***“Berliner Zeitung”***: *“Zwischen 1986 und 1992 kamen der EU zufolge nur zehn Prozent der ausländischen Direktinvestitionen in Asien aus der Europäischen Union.* ***Den Großteil des Kuchens teilen sich noch immer Japan und die USA****, aber auch Investitionen asiatischer Staaten untereinander werden zunehmend wichtig. Die EU importierte 1993 aus Ostasien Güter im Wert von 240 Milliarden Mark, verkaufte aber dort im Gegenzug nur Waren für 168 Milliarden Mark”* [355]. ФОГК *den Kuchen teilen* ‒ “seine Interessen geltend machen, sich seinen Anteil sichern, den Gewinn restlos aufteilen” [Rö, B. 3: 897] є характерною для політичних текстів німецьких періодичних видань, її вживання дає можливість адресантові дотриматися всіх постулатів Принципу Кооперації. Повідомлення є інформативним (максима кількості), стислим (максима способу), правдивим (максима якості), доречним у цій ситуації (максима релевантності). Завдяки частково цілісному характерові ФОГК, коли її значення легко зрозуміти за буквальним значенням відповідного комплексу вільного вжитку, дотримується і постулат способу. Значення ФОГК у цьому випадку є зрозумілим для пересічного реципієнта і не вимагає від нього додаткової ментальної компетентності.

Вірний вибір рівня ввічливості є в свою чергу необхідною умовою досягнення запланованого перлокутивного ефекту. За І. П. Сусовим, мотивацією для використання у мовленні ФО є дотримання принципу Ввічливості Дж. Ліча. Науковець припускає, що ідіоматичність можна віднести до додаткових максим комунікації: *говори ідіоматично, якщо лише немає особливої причини не говорити ідіоматично* [197, с. 141]*.* Принцип Ввічливості Дж. Ліча включає максими такту, великодушності, схвалення, скромності, згоди, симпатії. Дотримуватися цих постулатів потрібно по відношенню до адресата з метою створення для нього максимум зручностей та мінімум незручностей. Комунікація повинна здійснюватися в межах певного етикету відповідно до соціально прийнятної поведінки, що і вимагається від адресанта.

Таким чином, максими окреслюють правила, яких повинен дотримуватися мовець для максимально ефективного й раціонального спілкування. Проте, на думку самого Грайса, люди не схильні досконало слідувати цим принципам. Недотримання або порушення цих максим вимагає від адресата докласти зусиль, щоб зрозуміти, що саме означає це відхилення та яка інформація була закладена в ньому адресантом. Реципієнт повинен, інтерпретуючи висловлювання, виявити прихований в ньому зміст, а саме комунікативну імплікатуру повідомлення [263, с. 221]. Під *імплікатурою* розуміємо натяк адресанта на те, що автор недосказав, приховав, те, що автор має на увазі, проте не говорить прямо. Тобто, імплікатура є висновками адресата, які він робить, опираючись на максими (правила) спілкування. Точка зору вченого полягає в тому, що дотримання максим відбувається на глибинному рівні і допомагає адресатові інтерпретувати почуте або сказане відповідно до цих постулатів [263]. Аналізуючи комунікативне повідомлення, потрібно враховувати низку категорій, які є необхідними для характеристики та оцінки кожної дії: адресанта та адресата, мету, спосіб, засіб, результат, умови, успішність.

Метафоричне висловлювання, в тому числі гіпербола і літота, ґрунтуються на навмисному порушенні, експлуатації постулату якості принципу Кооперації Г. Грайса, а саме першої субмаксими: *не кажи того, що вважаєш неправдою*. За Дж. Серлем та Г. Грайсом у метафоричних висловлюваннях співвідносяться експлікатура та імплікатура, тобто те, що говориться, з тим, що мається на увазі: *“Dass seine Herrschaft durch einen mit US-Hilfe aufgebauten gnadenlosen Unterdrückungsapparat gesichert wurde, übersah man im Weißen Haus großzügig, denn Teheran hatte sich nicht am Embargo gegen den Westen beteiligt, sondern sogar unauffällig Öl an die USA verkauft ‒ wenn auch* ***zu******gesalzenen*** *Preisen. Die enge Allianz führte dazu, dass der Iran in den siebziger Jahren durch Waffenverkäufe in Höhe von rund 20 Milliarden Dollar zu einer regionalen Großmacht aufgerüstet wurde”* [343]. ФОГК *Die Preise sind zu gesalzen* – букв. “ціни пересолені”. Імплікатура метафори: ціни занадто високі. Автор умовно приписує цінам ознаку певної субстанції. Наведемо ще один приклад, в якому автор будує літоту шляхом експлуатації принципу Кооперації: *“Sie verhandeln mit ihren türkischen Gastgebern auch über millionenschwere Beteiligungen im Tourismusgeschäft. Weil Hunderte von Hoteliers im Falle eines weiteren Krisensommers vor der Pleite stehen, sind ihre Häuser derzeit fast* ***für******ein******Butterbrot*** *zu haben. Die jetzige Situation haben türkische Tourismusstrategen mit befördert”*[377]. ФОГК*für ein Butterbrot* (експлікатура – “за бутерброд”; імплікатура – “за безцінь, задарма”) служить у повідомленні на позначення вартості будинків, власники яких у випадку невдалого туристичного літнього сезону опиняться на межі банкрутства.

Таким чином, комунікативна діяльність, результат якої обумовлений контекстом, спрямована на обмін інформацією про світ. В основі комунікації між адресантом та адресатом знаходяться постулати принципу Кооперації Г. Грайса та принцип Ввічливості Дж. Ліча, дотримання яких є необхідним для успішного перебігу процесу комунікації та максимально ефективної передачі інформації. Мотивацією для використання у мовленні ФОГК є дотримання комунікантами за їх допомогою максим спілкування. Відбір ФОГК залежить від наміру учасників процесу спілкування.

**Висновки до першого розділу**

1. У процесі пізнання навколишнього світу у свідомості людини виникає картина світу, яка формується під впливом мовних та позамовних факторів. Уявлення про дійсність, отримані за допомогою органів чуття та абстрактного мислення (концептуальна картина світу), фіксуються одиницями мови (мовна картина світу). Мовна картина світу та концептуальна картина світу взаємопов’язані. Фразеологічна картина світу як частина мовної картини світу, де кожна ФО є складовою системи та засобом освоєння людиною світу, відповідає за відображення у мові культурних концептів. Фразеологічну картину світу характеризує універсальність, національна специфічність, пейоративність, антропоцентричність, експресивність, образність. ФОГК як значний фрагмент фразеологічної картини світу відображають її національну своєрідність.
2. Компоненти-гастроніми ФОГК мають слівний характер. ФОГК є нарізнооформленими, стійкими та відтворюваними мовними одиницями. Система образів ФОГК німецької мови є зоною зосередження культурної інформації у мові та пов’язана з матеріальною, соціальною та духовною культурою мовної спільноти, свідчить про її культурно-національний досвід та традиції. Образність обумовлюється двоплановістю ФОГК, відіграє значну роль в розвитку та функціонуванні ФОГК.
3. Прототипами ФОГК є слова, вільні словосполучення чи речення, вже існуючі ФО, екстралінгвальні чинники (явища культурного, історичного життя народу) та потенційні ФО, в основі яких лежить уявний образ, нереальний предмет, явище чи ситуація. Внутрішня форма ФОГК є центром образу як основи асоціативного-образного зв’язку між прототипом ФОГК та її значенням. ФОГК завжди є вмотивованими, змінюється лише характер мотивації. ФОГК з прозорою внутрішньою формою характеризуються мотивацією у синхронії, ФОГК зі стертою внутрішньою формою властива мотивація у діахронії (потребують етимологічних розвідок).
4. ФОГК утворюються в процесах фразеологічної інтеграції та фразеологічної диференціації. ФОГК, в яких відбулася заміна вульгарного, просторічного або запозиченого компонента, проходять шлях фразеологічної модернізації. Найпродуктивнішим є утворення ФОГК шляхом транспозиції. Первинну транспозицію супроводжують зміни лексико-семантичного, структурно-синтаксичного та лексико-синтаксичного характеру. Лексико-семантичні відносини є найпродуктивнішими. В процесі вторинної транспозиції відбуваються семантичні та структурно-семантичні зміни. Ядром семантичної парадигми ФОГК є фразеологічні варіанти та синоніми, а периферією – антоніми та багатозначні ФОГК.
5. Дериваційною базою ФОГК є слово, словосполучення, речення, стійкі сполуки нефразеологічного характеру, ФОГК. Внаслідок перенесення значення поняття можуть вступати у відношення тотожності, субординації, перехрещення, координації, суперечності (контрадикторності) чи протилежності (контрарності). Ототожнення понять супроводжується частковою чи повною деактуалізацією основних предметно-логічних сем. У випадку повного денотативно-понятійного зміщення у внутрішньому змісті вихідного словосполучення актуалізуються потенційні емотивні семи.
6. Характер сполучуваності КГ обумовлює абсолютну вибірковість чи ідіоматичність ФОГК. Роль КГ у створенні цілісного фразеологічного значення залежить від ступеня втрати КГ своїх словесних значень у складі ФОГК. Входячи до складу ФОГК, КГ втрачає здатність позначати продукт харчування, зберігаючи своє лексичне значення лише у 1,4% ФОГК. У 49,1% ФОГК значення створюється усім складом слів-компонентів, участь кожного з яких є однаковою. У 17,5% ФОГК КГ актуалізує одну зі своїх диференційних чи потенційних сем. Семантика 20% ФОГК формується під впливом екстралінгвальних чинників. У 12% ФОГК КГ є словом-символом. У 15% ФОГК КГ представлений у складі компонента-композити. КГ є одним із стрижневих компонентів у значенні ФОГК.
7. Семантична структура ФОГК представлена такими макрокомпонентами, як мотивація, денотація та конотація. Показниками конотативного аспекту значення ФОГК є емотивність, функціонально-стилістична забарвленість, оцінність, експресивність та національно-культурний компонент. ФОГК є маленькими елементами великої мозаїки, тому що національно-культурна специфіка ФОГК тісно пов’язана зі свідомістю людини, її баченням та усвідомленням світу. Засобом втілення національно-культурної специфіки ФОГК є образна основа, а способом її втілення ‒ культурні конотації, які відбивають зв’язок асоціативно-образної основи з еталонами, символами, стереотипами культури. ФОГК поділяються на національно-культурні та загальнокультурні.
8. Комунікативно-прагматичний контекст (експліцитний та імпліцитний) обумовлює результативність комунікації, в основі якої лежать постулати принципу Кооперації Г. Грайса та принципу Ввічливості Дж. Ліча. Використання ФОГК, які є експресивними, інформативними та лаконічними, допомагає комунікантам дотримуватися максим спілкування та слідувати принципу економії мовних зусиль. Метафора, та її підвиди ‒ гіпербола і літота, ґрунтуються на навмисному порушенні, експлуатації постулату якості принципу Кооперації. Відбір ФОГК обумовлений іллокутивним наміром учасників комунікації.

Опрацьовані у розділі наукові доробки та теоретичні засади дослідження національно-культурної специфіки фразеологізмів дають підстави для подальшої розвідки та опрацювання фактичного матеріалу шляхом залученням комплексної методики з метою вивчення ФОГК у синхронічному та окремих аспектах діахронічного аналізу. Сформовані у розділі теоретичні передумови вказують на доцільність дослідження фразотворчої активності компонентів-гастронімів та шляхів утворення ФОГК у ході первинного та вторинного фразотвору з урахуванням лінгвальних та екстралінгвальних чинників.

Основні положення першого розділу висвітлено у шести публікаціях авторки [116; 117; 125; 126; 128; 274].

**РОЗДІЛ 2**

**МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

**НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЇ СПЕЦИФІКИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ**

Методологічною основою нашого дослідження є загальні засади сучасної мовознавчої науки про соціальну сутність мови, зв’язок мови, культури та етнологічної свідомості, теорію пізнання, антропологічний підхід до вивчення мовних явищ, діалектичну єдність форми та змісту, мови та мислення. У нашій роботі ми керуємося постулатом про антропоцентричність мови.

* 1. **Принципи та підходи до виявлення національно-культурних особливостей фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом**

На сьогодні у лінгвістиці існує декілька підходів до виявлення національно-культурної складової ФО. Якщо у період структуралізму мова розглядалася “в самій собі і для себе” [171, с. 28], то в антропологічній субпарадигмі мова досліджується у тісному зв’язку зі свідомістю та мисленням людини. У сучасному мовознавстві співіснують дві домінантні парадигми: прагматична (або комунікативно-функціональна) та когнітивна. Найважливішим завданням антропоцентричної фразеології, на думку більшості вчених, є дослідження співвіднесеності лінгвального та екстралінгвального у семантиці ФО. Національно-культурна своєрідність ідіоматики тієї або іншої мови пояснюється особливостями лінгвокреативного мислення, етномовною специфікою інтерпретації світу, який пізнається людиною, та особливостями вторинної концептуалізації та категоризації в нашій свідомості уявлень про цінність життєво важливих об’єктів [4, с. 162]. Національна специфіка ФОГК німецької мови етнічно обумовлена вже самою приналежністю до німецького етносу. Незважаючи на універсальний характер людського мислення, освоєння навколишньої реальності здійснюється специфічним, властивим саме для цієї національно-культурної спільноти способом, що не може не відбитися на фразеологічній системі німецької мови.

Дослідження, здійснені в межах антропологічної парадигми, ґрунтуються на методологічних принципах експансіонізму, антропоцентризму, експланаторності, функціоналізму, етноцентризму та діалогічності [184, с. 36‒45].

У лінгвістичних дослідженнях превалює принцип *антропоцентризму* (від англ. *аntropos* – людина), згідно якого вивчення наукових обʼєктів здійснюється відносно їх функцій у житті людини, їх значенню для її розвитку та життєдіяльності. Людина стає точкою відліку в процесі вивчення мовних явищ, в центрі уваги науковців опиняється особистість носія мови. Принцип *експансіонізму* (від лат. expansio – розширення, поширення) передбачає вплив на лінгвістику інших наук, її активний діалог з філософією, семіотикою, логікою, історією, культурологією, психологією, використання у лінгвістиці даних цих наук. Принцип *експланаторності* (від англ*. to explain* – пояснювати) полягає не лише у прагненні описати мовні явища, але й у необхідності пояснити їх на основі наукової теорії. Принцип *функціоналізму* вимагає дослідження мови в дії, глибокого вивчення та розкриття законів і механізмів функціонування мови як знаряддя для реалізації людиною своїх намірів. *Етноцентризм* є поглядом на світ через призму етнічної ідентифікації. Кожна етнічна група фіксує свої особливі риси, що відокремлюють її від інших груп. Роль фіксатора виконує мова етносу, яка відображає його культуру та риси характеру, світогляд, систему цінностей, звичаїв та традицій, норми поведінки. Феномен діалогу нерозривно повʼязаний із соціумом та властивий людині на всіх етапах її розвитку. Принцип *діалогічності* ґрунтується на необхідності при дослідженні мовних явищ враховувати діалог мови й етносу, мови й індивіда, мови й культури, мови й соціуму, мови й буття.

Дослідниками зроблено цілий ряд дуже успішних спроб осмислити, як у формі мовних знаків фіксуються культурні явища та характеристики. *Лінгвокраїнознавчий* підхід до виявлення національно-культурної специфіки ФОГК базується на існуванні позамовного компоненту у значенні слова, який обумовлений екстралінгвальними чинниками [34; 105; 140]. Розглядаючи мовні одиниці як органічну частину природного буття людини в її соціальному і природному середовищі, лінгвісти виходять з тези про те, що лінгвокультурне висвітлення мови є вивчення цієї мови у порівнянні з іноземною або рідною. Тому в якості одиниць вивчення фігурують реалії, тобто ті факти дійсності, які об’єктивно властиві тільки цій етнокультурній спільноті, а національно-культурна специфіка ФОГК німецької мови виражається у згадці позамовних реалій, які належать до фонових знань німецького народу та є характерними для його культури. Лінгвокраїнознавчий підхід до мови є розгорнутим коментарем текстів, різних конотацій, зрозумілих тільки тим, хто говорить рідною мовою. Те або інше явище оцінюється як культурно значуще і пояснюється із залученням даних історії, міфології, фольклору [94, с. 89].

В період структуралізму виникає ще один підхід – *контрастивний* або *зіставний*, коли наявність національно-культурних характеристик визначається відносно специфіки відповідних культур, при цьому не усі міжмовні відмінності є показниками національної специфіки, а лише ФО, які мають культурно обумовлені терміни або культурно значущі наслідки [112; 176; 193]. Зіставлення фразеологізмів тут відбувається з метою виявлення не загального, як при класичному порівняльному методі, а для виявлення відмінностей, які і становлять національно-культурну своєрідність порівнюваних ФО [96, c. 28]. Використання лінгвокраїнознавчого та зіставного підходів до виявлення національно-культурної специфіки фразеологізмів дозволило виділити серед досліджуваних ФОГК такі основні типи:

1. *міжкультурні ФОГК* – це ФОГК із загальними еквівалентними назвами, які за типом міжмовних відношень є тотожними в німецькій та українській мовах і тому легко засвоюються: *ein hartes Brot* – “важкий хліб” (здобутий важкою працею); *rot wie eine Tomate werden –* “почервоніти як помідор” (засоромитися); *jmdm. Salz in die Wunde streuen –* “насипати солі на рану” (жорстко ще раз нагадати про неприємне становище);
2. *ФОГК, які містять власні національно-культурні компоненти*, тобто ті, для засвоєння яких необхідні лінгвокраїнознавчі знання, в іншому випадку при комунікації можуть виникнути труднощі. Ці ФОГК не вступають в міжмовні відношення і містять загальні еквівалентні та безеквівалентні назви, відображають звичаї та традиції, реалії та історичні факти з життя німецького народу: *es geht um die Wurst* ‒ “es geht um die Entscheidung” [Rö, B. 5: 1750]; *das ist nicht mein Bier* – “das ist nicht meine Sache” [Rö, B. 1: 194]; *abgehen wie warme Semmeln* – “sich leicht verkaufen lassen” [Rö, B. 1: 57]; *seinen Senf kriegen* – “дістати прочухана” [НУФС, Т. 2: 193];
3. *ФОГК змішаного типу*, серед яких розрізняють: а) ФОГК з повним збігом змісту та синтаксичної організації при неповній тотожності компонентів: *es ist kein Honigschlecken* ‒ “це не кутя з медом” [НУФС, Т. 1: 347], *fluchen wie ein Bierkutscher* – “лаятися як візник” [НУФС, Т. 1: 102], б) ФОГК, які мають лексичну варіантність або структурну синонімію: *wie die Made im Speck leben –* “unverdient in guten Verhältnissen leben” [Rö, B. 3: 936] (укр. “жити як риба в маслі”), *die Sahne abschöpfen* – “знімати пінку” (брати собі кращу частину чогось) [НУФС, Т. 2: 151].

Відношення між мовою та культурою можуть розглядатися як відношення частини та цілого. Мова може бути сприйнята як компонент культури та як знаряддя культури. Проте мова в той же час автономна по відношенню до культури в цілому і може розглядатися як незалежна, автономна семіотична система, тобто окремо від культури. Цієї точки зору дотримується більшість сучасних лінгвістів. Вона є ключовою в лінгвокультурологічній теорії, де мова трактується як універсальна форма первинної концептуалізації світу; складова частина культури, успадкована людиною від її предків; інструмент, за допомогою якого засвоюють культуру, трансформують і передають культурну інформацію та знання про світ [5; 6; 7]. При цьому мова не просто називає те, що є в культурі, а формує культуру та сама розвивається в ній. Культура з точки зору лінгвокультурології інтерпретується, передусім, як сховище безмежного досвіду нації, накопиченого безліччю поколінь. Існування мови як явища неможливе без культури, як і саме існування культури неможливе без мови. *Лінгвокультурологічний* підхід вивчає співвіднесеність ФОГК та знаків культури, актуалізує значення системи еталонів, стереотипів, символів для опису культурно-національної специфіки фразеологічної системи [96; 227]. Лінгвокультурологія виникла у руслі антропологічної тенденції в гуманітарних наука. Основною метою лінгвокультурологічного напрямку у фразеології є виявлення способів і засобів втілення “мови” культури у зміст ФО [100, с. 3]. У теорії фразеології лінгвокультурологічний погляд на мовні знаки отримав обґрунтування в працях В. М. Телії та її наукової школи [100; 204; 209]. Так, М. Л. Ковшова подала нове трактування образу ФО як “провідника” в культурний простір, створила модель культурної інтерпретації, розробила структуру культурної конотації ФО та висунула гіпотезу про початкове “окультурення” фразеологічного образу, який має не лише чуттєву, але і культурно-змістовну складову [100, с. 16]. У власне мовну семантику “вплітаються” культурні смисли, утворюючи особливе, фразеологічне значення, тому ФО повною мірою реалізують можливість людини виражати своє відношення до того, що відбувається у світі. В. М. Телія, зазначаючи, що основні методологічні положення лінгвокультурологічного аналізу органічно переплетені з методами та прийомами етнолінгвістики, пояснює це тим, що остання передує становленню лінгвокультурології. Відмінність між етнолінгвістикою та лінгвокультурологією вбачає в напрямі аналізу: діахронічному або синхронічному. Лінгвокультурології притаманна синхронна орієнтація, тобто дослідження і опис взаємодії мови і культури в діапазоні сучасної культурно-національної самосвідомості і її знакової презентації [209, с. 16]. В. А. Маслова вважає необхідним аналіз мовних фактів не лише з позиції активного носія мови, але й з позиції зовнішнього спостерігача ‒ на основі вивчення і аналізу універсальних термінів культури, які ми отримуємо із текстів різних часів та народів, при цьому будь-який фразеологізм ‒ це текст, тобто носій культурної інформації. Компонент ФО не лише відтворює елементи та риси культурно-національного світобачення, але і формує їх. Кожна ФО, якщо вона містить культурну конотацію, робить свій внесок у загальну мозаїчну картину національної культури [142, c. 87].

Розглядаючи фразеологізм як мікротекст, необхідно пам’ятати, що у центрі уваги повинні перебувати не розрізнена й висмикнута з контексту ФО, а фразеологізм як представник макротексту, під яким розуміють вербальне етнокультурне утворення, у процесі згортання якого і виникає ФО [131; 172]. Адже витоки ФО можуть знаходитися далеко в часі і вимагати залучення різного роду інформації, щоб вгледіти взаємодію мовних та позамовних явищ минулого. Без етимологічних розвідок важко говорити про національну специфіку фразеологізмів, тому вважаємо необхідним залучення *етнолінгвістичного* підходу до виявлення національно-культурних особливостей ФОГК. Етнолінгвістика виникає на межі лінгвістики, фольклористики, етнографії, культурології та соціології, її витоки знаходимо ще у працях Вільгельма фон Гумбольдта. Учені-етнолінгвісти, розглядаючи співвідношення *“мова – етнос ‒ культура”,* досліджують традиційну національну культуру та менталітет етносу, використовуючи мову як *код* культури, мову як *духовний код* культури, мову як *ключ* до пізнання культури народу [53; 78; 87; 104; 131; 180; 215; 240].

У сучасній лінгвістиці лінгвокультурологічну парадигму, на думку більшості дослідників, не можна відділити від когнітивно-дискурсивної парадигми дослідження. ФО характеризуються взаємодією мовного, комунікативного, прагматичного, психічного і культурних факторів. Концепт як структура національної свідомості у лінгвокультурологічному підході визнається базовою одиницею культури, її концентратом, згустком культури у свідомості людини; в структуру концепту входить все те, що і робить його фактом культури: початкова форма (етимологія); стиснута до основних ознак змісту історія; сучасні асоціації; оцінки [194, с. 40‒41]. Якщо лінгвокогнітивний концепт ‒ це напрям від індивідуальної свідомості до культури, то лінгвокультурний концепт ‑ це напрям від культури до індивідуальної свідомості [94, c. 97]. *Когнітивний* підхід є способом дослідження менталітету нації, саме когнітивні процедури надають осмислення культурно-національним конотаціям, як способу втілення культури в мовний знак, де конотація є ланкою, яка поєднує знаки мови та концепти культури, і в той же час інструментом для вивчення їх взаємодії [207, с. 310; 209, с. 217]. В межах когнітивного підходу національно-культурна специфіка ФОГК ‒ це особливості функціонування мовного мислення, особливості образної картини світу.

Таким чином, лише комплексне застосування лінгвокраїнознавчого, контрастивного, лінгвокультурологічного, етнолінгвістичного та когнітивного підходів до виявлення національно-культурної специфіки ФОГК може дати повну картину національно-культурних особливостей фразеологічної системи німецької мови.

**2.2 Методика дослідження національно-культурної специфіки фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом**

Загальна тенденція сучасних лінгвістичних розвідок на виявлення та аналіз мовних явищ, пов’язаних з культурою, специфічним національним світосприйняттям, зумовила інтерес дослідників до вивчення національно-культурної специфіки ФО. Вивченню даної проблематики приділяють увагу такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як О. А. Зубач, С. А. Калашник, О. П. Левченко, Н. В. Лугова, А. Ю. Мазаєва, Є. І. Мазітова, В. А. Маслова, К. І. Мізін, О. Я. Остапович, О. П. Пророченко, В. М. Телія, Ю. А. Фірсова, О. Є. Чікіна та інші. Назріла потреба комплексного аналізу фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом, як одних із яскравих вербальних засобів вираження національно-культурної картини світу. Їжа є невід’ємною складовою людського буття, проте характерною та специфічною для окремої національної спільноти. Життєвий устрій будь-якої нації відбивається в її кухні. Природні, соціальні та економічні умови життя кожної нації також впливають на те, чим харчуються люди. Досліджувана нами сфера “Гастрономія” є однією з найпріоритетніших німецьких національно-специфічних сфер. З розвитком сільського господарства та ринку постійно еволюціонують національна кухня та гастрономія, що знаходить своє відображення в лексиці та фразеології мови. Колективна пам’ять та національна фразеологія вбирають в себе та зберігають соціокультурні поняття та асоціації, які пов’язані з назвами продуктів та блюд національної кухні, що формувалися впродовж століть. ФОГК є предметом вивчення вчених на матеріалі французької [24; 62; 72], англійської [51; 86; 164], української [60; 83], німецької мов [27; 58].

Об’єкт нашої розвідки, її мета та завдання зумовлюють комплексний підхід до вибору методів дослідження національно-культурної специфіки ФОГК німецької мови. Метод (від грец. *methodos* ‒ “шлях дослідження, пізнання”) розглядається науковцями у широкому розумінні як спосіб організації пізнавальної й дослідницької діяльності науковця з метою вивчення певного об’єкта, а у вузькому значенні ‒ як сукупність процедур дослідження об’єкта [184, с. 48]. Метод є шляхом, способом досягнення певних результатів у пізнанні і практиці, тобто способом організації теоретичного і практичного освоєння дійсності [109, с. 356]. Метод завжди є системою, що поєднує комплекс науково-дослідних та технічних прийомів і процедур та методику їх застосування.

Методика аналізу національно-культурної специфіки ФОГК охоплює п’ять етапів, що визначаються предметом розвідки та завданнями, розв’язання яких необхідне для досягнення мети дослідження.

*Перший етап* присвячений збору фактичного матеріалу. Шляхом ***суцільної вибірки*** була вилучена 1331 ФОГК з лексико- та фразеографічних джерел: Duden. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Idiomatisches Wörterbuch der deutschen Sprache, Röhrich  I. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten, Wahrig. Deutsches Wörterbuch, Langenscheidt. Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache, Redensarten-Index (інтернет-словник онлайн), Бинович Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь, Гаврись В. І., Пророченко О. П. Німецько-український фразеологічний словник, Мізін К. І. Німецько-український фразеологічний словник(усталені порівняння).

Для фразеологічної системи німецької мови характерна ідеографічна вибірковість. Серед великої кількості лексем на позначення гастрономічної сфери в утворенні досліджуваної 1331 ФОГК задіяні лише 113 КГ. Цю вибірковість можна пояснити тим, що німецькомовна гастрономія в етнокультурному аспекті відрізняється від сучасних потреб світового соціуму стосовно способів приготування та споживання їжі. Низка феноменів харчування німецької гастрономічної системи має національну специфіку, що проявляється в гастрономічних пристрастях німців. В центрі німецькомовної гастрономії знаходяться типово німецькі продукти (*Bier, Brot, Wurst, Würstchen*), які відображають етнічну, лінгвосеміотичну та комунікативну специфіку.

Найчисленнішу групу ФОГК складають ФО з компонентом *Brot*. Це пояснюється не лише тим, що хліб – продукт життєвої необхідності. З давніх часів хліб вважається священним продуктом, йому завжди віддавали особливу шану. Зі словом “Brot” пов’язане поняття чогось необхідного, дуже важливого: *jmdm. das Brot vom Munde stehlen* ‒ “позбавляти когось шматка хліба” [НУФС, Т. 1: 124], *sein Brot mit Tränen essen* ‒ “ледве зводити кінці з кінцями” [НУФС, Т. 1: 124], *jmnd. isst das tägliche Brot* ‒ “хтось у когось частий гість” [НУФС, Т. 1: 124], *wissen, auf welcher Seite das Brot gebuttert ist* ‒ “бути бувалою людиною” [НУФС, Т. 1: 124], *ums Brot bringen* ‒ “позбавити засобів до існування” [НУФС, Т. 1: 124].

Пристрасть до пива та уміння чудово готувати його ‑ характерна риса німців і цим вони відрізнялися вже із найдавніших часів, що надає ФОГК, до складу яких входить лексема *Bier*, певну національну своєрідність, що й пояснює значну кількість ФО з гастрономічним компонентом *Bier*: *jmnd. holt Bier* ‒ “хтось кудись запропастився” [НУФС, Т. 1: 101], *dickes Bier mit jmdm. machen* ‒ “мати справу з кимось, приятелювати” [НУФС, Т. 1: 101], *wie saures Bier ausbieten* ‒ “намагатися позбутися когось” [НУФС, Т. 1: 101], *wie sauer Bier aussehen* ‒ “мати кислий вигляд” [НУФС, Т. 1: 101], *etwas mit einem wahren Biereifer tun* ‒ “робити щось із надмірною ретельністю” [НУФС, Т. 1: 102].

Сосиски з тушкованою квашеною капустою ‒ найвідоміше блюдо німецької кухні, а ковбаси, сардельки і сосиски ‒ основа німецької кухні, що теж знаходить своє відображення у низці ФО з гастрономічним компонентом *Wurst*: *es ist jmdm. alles Wurst* ‒ “все байдуже” [НУФС, Т. 2: 333], *es ist Wurst wie Schale* ‒ “хоч круть-верь, хоч верть-круть” [НУФС, Т. 2: 333], *jmnd. will immer eine besondere Wurst gebraten haben* ‒ “претендувати на особливу увагу до себе” [НУФС, Т. 2: 333], *aus jmdm. Wurst machen* ‒ “жорстоко побити когось” [НУФС, Т. 2: 333], *die Wurst nach der Speckseite werfen* ‒ “пожертвувати малим заради великого” [НУФС, Т. 2: 333], *ein armes Würstchen* ‒ ”бідолаха” [НУФС, Т. 2: 333].

У ході опрацювання фактичного матеріалу *на першому етапі* дослідження ***описовий метод*** та його прийоми дозволяють класифікувати компоненти-гастроніми за такими групами: 1) напої: алкогольні, слабкоалкогольні та безалкогольні; 2) продукти харчування тваринного та рослинного походження; 3) готові страви; 4) смакові додатки, сировина та приправи.

*Описовий* метод та його прийоми (спостереження, узагальнення, інтерпретації, класифікації) застосовуються у нашій розвідці для процедури збору фактичного матеріалу з лексико- і фразеографічних джерел, для укладання картотеки мовного матеріалу, для опису властивостей й ознак досліджуваних ФОГК, їх систематизації та класифікації. Описовий метод ‑ це планомірна інвентаризація одиниць мови і пояснення особливостей їх будови та функціонування на певному етапі розвитку мови, в синхронії. [130, с. 7].

*На другому* *етапі* дослідження проводиться ідентифікація та диференціація ФОГК. ***Метод фразеологічної ідентифікації*** використовується у розвідці для виявлення рівня фразеологічності того чи іншого усталеного словесного комплексу. Цей метод був вперше запропонований в 1964 р. О. Куніним і ґрунтується на урахуванні різних типів фразеологічних значень, на показниках стійкості, яка виражається в повному або частковому переосмисленні, та нарізнооформленості ФО, а також на урахуванні залежності компонентів ФО, тобто співвіднесеності елементів та структури [112, с. 23].

За допомогою ***методу фразеологічної ідентифікації***та***аналізу словникових дефініцій*** визначаються показники стійкості ФОГК, при цьому ми звертаємося і до тлумачних, лінгвокраїнознавчих та синонімічних словників. Приміром, у ФОГК *das ist Pudding* – “das gefällt mir sehr” [Rö, B. 4: 1207] та *eine Pflaume sein* – “ein nichtsnutziger Mensch sein” [Rö, B. 4: 1174] ні *Pudding,* ні *Pflaume* не фігурують у дефініції, що свідчить про повне переосмислення звороту. А ось у ФОГК *einen gepfefferten Brief schreiben –* “einen scharfen Brief schreiben” [Rö, B. 4: 1159]та у *ein Gesicht wie ein Pfannkuchen* – “plattes, rundes, ausdrucksloses Gesicht” [Rö, B. 4: 1156] відбувається часткове переосмислення, оскільки словникове значення компонента входить до складу дефініції.

*Третій етап* дослідження пов’язаний з інтерпретацією семантики ФОГК, що відбувається із залученням ***структурного методу*** (його методик: компонентного аналізу та безпосередніх складників) для дослідження семантичної організації та становлення цілісного значення ФОГК і визначення ролі КГ у створенні цього значення. Під час розгляду семантики ФОГК встановлено, що гастрономічний компонент є одним із стрижневих компонентів у фразеологічному значенні досліджуваних одиниць, серед яких виділяємо групи:

1*.* ФОГК, що у своєму складі мають назву якого-небудь продукту харчування, страви або напою та характеризують сферу “Гастрономії”: *sauer wie eine Essiggurke ‒* “sehr sauer” [Rö, B. 4: 1286], *den Speck riechen ‒* “braten” [Rö, B. 4: 1498], *Blümchenkaffee trinken* ‒ “dünnen, gehaltlosen Kaffee trinken”[Rö, B. 1: 222];

2. ФОГК, які містять компоненти-гастроніми, проте не позначають нічого, пов’язаного з їжею та процесом її приготування. Значення ФОГК опирається на поняття, які відображають ті або інші якості продукту. Ці ФОГК використовуються метафорично, часто характеризуючи людину, її стан, дії та вчинки: *Bohnen in den Ohren haben* ‒ “schlecht hören können” [Rö, B. 1: 236], *an dem Braten hast du noch lange zu kauen* ‒ “für die Lösung dieser schwierigen Aufgabe wirst du noch lange Zeit brauchen” [Rö, B. 1: 249], *den Brei selbst auslöffeln müssen* ‒ “die Folgen allein tragen müssen” [Rö, B. 1: 252], *brotlose Kunst* ‒ “eine Tätigkeit, die nichts einbringt” [Rö, B. 1: 262], *das wird wenig Brühe geben* ‒ “es wird wenig helfen” [Rö, B. 1: 270], *für ein Butterbrot arbeiten* ‒ “ohne entsprechenden Lohn” [Rö, B. 1: 287],ФОГК *die Eier waren weg, als sie mit dem Salz kamen* характеризує непунктуальну, повільну людину.

З метою виявлення національно-культурної специфіки ФОГК на *четвертому етапі* дослідження розглянуто шляхи утворення ФОГК в процесі первинного та вторинного фразотвору та досліджено основні механізми перетворення значення ФОГК. Залучення елементів ***лінгвокультурологічного аналізу*** сприяє розкриттю культурної маркованості КГ. ***Компонентний аналіз*** фразеологічного значення застосовується у дослідженні на третьому і четвертому етапах з метою з метою виявлення елементів значення, їх опису, встановлення ієрархії та взаємозалежності цих компонентів. Ця методика є однією з найпоширеніших у дослідженні семантики мовних одиниць, оскільки дає змогу побачити увесь об’єм значення мовної одиниці і особливо ефективна при розгляді процесу переосмислення словосполучень, при аналізі синонімів з метою виявлення загальних сем в їх значеннях. За допомогою методикикомпонентного аналізу виділяємо диференційні семантичні ознаки, які слугують основою перенесення найменувань досліджуваних ФОГК. Для прикладу: КГ *Wein* (вино) має одну семему: “алкогольний напій, вироблений з винограду, міцність якого набувається внаслідок спиртового бродіння свіжовіджатого виноградного соку”. У названій семемі можна виділити архісему ‒ “напій” і диференційні семи ‒ “виноградний сік”, “результат бродіння” та “алкогольний”. У ФОГК *jmdm. reinen Wein einschenken* – “ihm unumwunden, unverblümt die volle Wahrheit sagen” [Rö, B. 5: 1709], *Wasser predigen und Wein trinken* – “von anderen Enthaltsamkeit fordern und sie selbst nicht üben” [Rö, B. 5: 1701] лексема *Wein* не представлена ні архісемою, ні диференційними семами. У першій ФОГК відчутна сема “чесність”, у другій ‒ “брехня”.

***Метод кореляції мовних та позамовних явищ*, *етимологічний аналіз*** та ***лінгвокраїнознавчий коментар*** фразеологічного значення застосовуються у розвідці для виявлення взаємозв’язку та взаємообумовленості соціальної сфери життя носіїв мови та її відображення у семантичній структурі досліджуваних ФОГК, для демонстрації реального формування значення ФОГК у діахронічному аспекті, для уточнення їхньої семантичної структури, джерел походження та ролі мовних та позамовних чинників у формуванні цілісного значення ФОГК. Приміром, ФОГК *eine weiche Birne haben* (дослівно “мати м’яку грушу”) означає “бути несповна розуму” [RW, B. 11], при цьому фразеологічне значення ґрунтується на прирівнюванні м’якої груші до гнилої та одночасно відбувається обігравання лексеми “груша” на позначення “голови людини”. У ФОГК *das ist nicht mein Bier* ‑ “це не моя справа” [RW, B. 11] (дослівно “це не моє пиво”) лексема *Bier* є народно етимологічним перетворенням діалектної форми *Birne*, оскільки на кельнському діалекті ця ФОГК має таке звучання: *dat sönd ding Beäre net* [RW, B. 11]. ФОГК *er braut Bier ohne Malz* (дослівно “він варить пиво без солоду”) образно вживалася ще у XIII ст. німецьким мінезингером Конрадом Марнером і характеризувала пивовара, який пропонував своїм клієнтам пиво, розбавлене водою. Пізніше ФОГК *er braut Bier ohne Malz* використовується для характеристики усіх шарлатанів, що намагаються з нічого, шляхом обману, зробити щось.

На *п’ятому етапі* дослідження проводимо вибірку досліджуваних ФОГК із текстів німецьких газет ***Die Zeit, Berliner Zeitung, Der Tagesspiegel, Potsdamer Neueste Nachrichten.*** Це дає нам можливість зіставити представленість ФОГК у лексикографічних джерелах та частоту їх функціонування у політичних текстах німецьких періодичних видань для встановлення сфер, що є продуктивними як поза контекстом, так і в конкретному тексті. Значна група ФОГК відображає негативні аспекти в житті та діяльності людини: небезпеку, покарання, смерть, важку працю, негативні емоції, незадовільний стан справ, погане ставлення та поведінку по відношенню до інших. Нейтральну оцінну конотацію має група ФОГК, що характеризуються відсутністю яскраво вираженого осуду або схвалення. Вони описують людину як живу істоту (її зовнішній вигляд, одяг, фізичні та фізіологічні особливості, процес приготування та прийому їжі), виражають просторово-часові характеристики та позначають погоду, явища та предмети навколишньої дійсності). Лише незначна частина ФОГК виражає позитивне значення: в основному це стосується хороших міжособистісних відносин, матеріального достатку та позитивних рис характеру людини.

Пятий етап покликаний з’ясувати лінгвопрагматичні особливості ФОГК з урахуванням специфіки прояву національно-культурної семантики у межах комунікативно-функціонального підходу за допомогою ***прийомів контекстологічного***та***функціонального методів****,* які передбачають дослідження мови у дії. Застосовуються методики прагматичного аналізу (теорія мовленнєвих актів Дж. Серля і Дж. Остіна та максими Г. Грайса). ***Контекстологічний метод*** у дослідженні слугує для визначення характеру зв’язку переосмислених ФОГК з іншими мовними одиницями в межах мікро- чи макротексту.

Для розв’язання поставлених у роботі завдань використовуються і загальні методи дослідження. ***Індукція*** є методом узагальнення результатів окремих конкретних спостережень, шляхом від конкретного до загального. У нашому дослідженні залучається індуктивний метод, оскільки при вивченні національно-культурної специфіки ФОГК німецької мови важливим є виявлення, систематизація та інтерпретація явищ, характерних для німецької культури. ***Дедуктивно-індуктивний*** метод використовуємо також і для аналізу, синтезу та узагальнення наукових теорій та концепцій з метою встановлення теоретичних та методологічних засад вивчення ФОГК. ***Аналіз*** передбачає розділення цілого на частини й опис кожної з них і зв’язків між ними, ***синтез*** – поєднання частин у цілісну систему. Тільки єдність аналізу і синтезу забезпечує обʼєктивне, адекватне відображення дійсності. Так, шляхом одночасного використання аналізу і синтезу можна встановити не лише семну структуру значення ФОГК, але й їх структурну організацію, тобто роль кожної семи у структурі значення ФОГК. ***Процедури кількісних підрахунків*** проведені на різних етапах дослідження.

Таким чином, методика нашого дослідження, виконаного у межах комплексного підходу, дозволяє дослідити семантичну організацію та структуру ФОГК німецької мови для виявлення національно-культурної специфіки досліджуваних ФОГК, визначити роль гастрономічного компонента у створенні їх цілісного фразеологічного значення, з’ясувати функціонально-комунікативні властивості ФОГК з урахуванням специфіки прояву національно-культурної семантики. Використання комплексної методики дослідження дозволяє вивчити ФОГК в узусі у синхронічному та окремих аспектах діахронічного аналізу та дійти певних висновків.

**Висновки до другого розділу**

1. Методика дослідження ФОГК, виконаного у межах антропологічної парадигми, ґрунтується на таких принципах як експансіонізм, експланаторність, функціоналізм, антропоцентризм, діалогічність, етноцентризм та на комплексному поєднанні лінгвокраїнознавчого, контрастивного, лінгвокультурологічного, етнолінгвістичного та когнітивного підходів до виявлення національно-культурної специфіки ФОГК.
2. Застосування загальних методів допомагає визначити теоретико-методологічні засади вивчення ФОГК. Описовий метод застосовується для систематизації, класифікації та інтерпретації структурних, семантичних і функціональних властивостей досліджуваних одиниць. Метод фразеологічної ідентифікації слугує для експлікації фразеологічності того чи іншого словесного комплексу. Для дослідження семантичної структури ФОГК використовуються прийоми структурного методу, а саме методика компонентного аналізу, що допомагає виділити диференційні та індивідуальні семантичні ознаки, які слугують основою перенесення найменувань досліджуваних мовних одиниць, виявити характер переосмислення та ступінь образності.
3. Метод кореляції мовних та позамовних явищ дозволяє прослідкувати, як відображаються природна та соціальна сфера німецької спільноти у семантичній структурі ФОГК. Для встановлення значення досліджуваних мовних одиниць застосовується етимологічний аналіз. Лінгвокраїнознавчий коментар фразеологічного значення допомагає уточнити семантичну структуру ФОГК та джерела їх походження. Для вираження результатів дослідження залучаються процедури кількісних підрахунків. Функціонально-комунікативні особливості ФОГК з’ясовуємо за допомогою прийомів контекстологічного методу та методик прагматичного аналізу.

Основні положення другого розділу висвітлено у двох публікаціях авторки [127; 121].

**РОЗДІЛ 3**

**ШЛЯХИ УТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ**

**З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ**

* 1. **Фразотворча активність компонентів-гастронімів**

Тема харчування актуальна для кожної людини на будь-якому історичному етапі розвитку суспільства. Їжа в житті людини має не просто велике значення, а є життєво необхідною, оскільки є основною біологічною потребою людини. У різні історичні часи склад їжі й характер харчування населення формувався поступово залежно від кліматичних та географічних умов, економічного та культурного рівня розвитку країни з урахуванням національних звичаїв та особливостей. Гастроніми відносяться у своєму самостійному вживанні до високочастотної зони лексичного складу, до його найбільш давньої, одвічної та соціально значущої частини [176, с. 97]. КГ ФОГК має слівний характер, тому не останню роль, поза сумнівом, відіграють головні, первинні, прямі значення слів-компонентів ФОГК. Через тематичну та семантичну класифікації можна наблизитися до розв’язання питання про роль слів-компонентів у створенні цілісного фразеологічного значення ФОГК.

Принцип системності є невід’ємним при вивченні будь-якого лексичного матеріалу, оскільки смислова структура слова існує в мові не ізольовано, а в системі, тобто співвіднесена з іншими словами, і від цього залежить об’єм кожного значення слова. Семантика слова є результатом відображення дійсності, закріпленим у свідомості представників конкретного мовного колективу за цією матеріальною оболонкою [162, с. 350]. Класифікація різного лексичного матеріалу за темами і за лексико-семантичними групами є одним з найпоширеніших прийомів вивчення системної організації лексичних одиниць, при цьому виокремлення тематичної групи є кроком до встановлення мовних семантичних зв’язків, а не просто констатацією явищ, зумовлених логічними зв’язками слів [17, с. 79]. Тематична група – слова, поєднані одним спільним, родовим поняттям і тематично [90, с. 5]. Вперше розмежування тематичної групи та лексико-семантичних груп було запропоноване Ф. Філіним, який до тематичної групи відносить слова, що поєднуються на основі класифікації самих реалій, а не лексико-семантичних зв’язків. При цьому дослідник наголошує на довільності перебудови тематичної групи без суттєвих змін відношень між компонентами, оскільки заміна одного зі слів тематичної групи іншим не призводить до зміни значення, стилістичного забарвлення слів тієї ж групи, що свідчить про майже повну відсутність семантичних зв’язків між словами групи в мові на цьому етапі її розвитку [219, с. 526]. Таким чином, виокремлення лексичних одиниць в окрему тематичну групу відбувається не за мовними ознаками, а за предметно-логічними чинниками, в той час, коли лексико-семантична група об’єднує однорідні елементи на основі спільної семантичної ознаки.

Виділення тематичних груп гастронімів тісно пов’язане зі сферою харчування німецького народу, розвитком виробничих відносин та продуктивних сил, і демонструє, як позамовні чинники впливають на розвиток лексики. З метою визначення участі певних тематичних груп лексики у формуванні досліджуваного корпусу ФОГК та на основі предметно-поняттєвого співвідношення слів КГ фактичного матеріалу було розподілено на 4 тематичні групи (див. додаток 1).

До **першої групи** увійшли КГ, які називають **продукти харчування тваринного та рослинного походження** (69 лексем), та становлять левову частку досліджуваних ФОГК (62,7%). Ця группа (**834 ФОГК**) є структурно складною та містить сім тематичних підгруп (злакові, крупи та мучні вироби; мʼясо та мʼясні продукти; овочі та зелень; молоко та молочні продукти; фрукти та ягоди; солодощі, горіхи та сухофрукти; риба та рибні продукти), кожна з яких виявляє різну активність у процесі фразотворення.

Нижче подаємо діаграму співвідношення досліджуваних компонентів-гастронімів на позначення продуктів харчування тваринного та рослинного походження за тематичними підгрупами.

Рис. 3.1 Співвідношення КГ тематичної групи “Продукти харчування тваринного та рослинного походження” у %

**а) Злакові, крупи та мучні вироби.** Тематична підгрупа, яка налічує 11 КГ (**183 ФОГК**): *Brot* (103), *Kuchen* (24), *Nudel* (11), *Mehl* (9), *Brezel* (8), *Korn* (7), *Semmel* (7), *Brötchen* (5), *Keks* (5), *Laib* (2), *Reis* (2), серед яких значну частку (84,1%) становлять назви хліба та хлібобулочних виробів.

Лексема ***Brot*** є найуживанішою та входить до складу 103 досліджуваних ФОГК.КГ***Brot / Brötchen***позначають гроші як засіб до існування: *sein* ***Brot /*** *seine* ***Brötchen*** *verdienen*. Спочатку лексема ***Brot*** вказувала лише на форму тіста, яке підійшло завдяки заквасці чи дріжджам, пізніше ***Brot*** → “хліб із дріжджового тіста”, а ось прісний хліб, без дріжджів та закваски, позначала лексема ***Laib****,* яка на сьогодні називає лише окрему буханку, булку хліба. Лексема ***Brötchen*** побутує у вжитку передусім у Північній та Центральній Німеччині: *kleine* ***Brötchen*** *backen –* “bescheiden sein, nach anfänglicher Großsprecherei plötzlich um Verzeihung bitten, kleinlaut werden”[Rö, B. 1: 265]. А ось вже у Баварії, Австрії, часто в Саксонії та на Півдні Тюрінгії для позначення *булочки* служить лексема ***Semmel*** (з лат. *simila* – “fein gemahlenes Weizenmehl”) [DUHW]: *jmdm. etwas auf die Semmel schmieren* – “роз’яснювати комусь щось, розповідати” [НУФС, Т. 2: 193].

КГ ***Kuchen*** зустрічається у 24 досліджуваних ФОГК і походить з дитячої мови і спочатку означав *Speise, Brei* [DUHW]. У Німеччині під ***Kuchen*** мається на увазі не лише пиріг, але й тістечко, а іноді навіть і торт. Протягом тривалого часу тут склалася своя традиція кавування, яка лишилася незмінною в багатьох сім’ях і на сьогодні: в неділю пополудню родина збирається за столом за горнятком кави, щоб провести час за приємною бесідою. Кава та пиріг – невід’ємні атрибути затишної атмосфери у німецькій сім’ї. Роль гастроніма ***Kuchen*** у німецькій гастрономічній сфері й обумовило появу ФО з цим компонентом: *sie sind ein* ***Kuchen*** – “sie bilden eine unauflösliche Gemeinschaft, sie verfolgen gleiche Ziele” [Rö, B. 3: 898], *sie haben den* ***Kuchen*** *für sich selbst gebacken* – “вони самі себе підвели” [НУФС, Т. 1: 412].

Лексема ***Nudel*** зафіксована у вжитку в Німеччині лише з XVI ст. Багато німців, принаймні раз на тиждень, споживає макарони як основну страву разом з різними соусами, особливо це характерно для жителів південно-західних земель. Коли все йде гладко, як по маслу, тоді *das geht (ja) wie ge****nudel****t*; про товсту людину кажуть: *er sieht aus wie ge****nudel****t*. [Rö, B. 3: 1101].

Рисунок 3.2 Співвідношення КГ тематичної підгрупи “Злакові, крупи та мучні вироби” у %

**б) М’ясо та м’ясні продукти.** Підгрупа охоплює 10 КГ (**178 ФОГК**): *Wurst* (44), *Ei* (41), *Speck* (41), *Braten* (19), *Schinken* (11), *Fleisch* (8), *Pastete* (7), *Huhn/Hühnchen* (4), *Gans* (2), *Salami* (1).

Популярність у німецькій кухні різноманітних ковбасних виробів знайшла своє відображення у численних ФО з КГ ***Wurst***, який є одним із найуживаніших у досліджуваних ФОГК. Так, ФОГК ***armes Würstchen*** означає “нікчемна людина, бідолаха” [НУФС, Т. 2: 333]. Звідки походить вираз, думки розходяться. Одні вбачають зв’язок із *Kanonenfutter* ‒ “гарматне м’ясо”, оскільки під час війни солдатів на фронті називали arme **Würstchen**. Інші, навпаки, пояснюють виникнення звороту від *Opferwurst* (*Opfer –* “жертва”, ***Wurst*** – “ковбаса”) ‒ так австрійський фізик Вернер Грубер назвав варену ковбасу, за допомогою якої готують бульйон для відварювання ковбасок. Ковбасу нарізають на шматочки, варять у воді, яку вона насичує ароматом, жиром та сіллю, щоб інші ковбаски під час варіння не втратили свій смак. *“Sie ist somit ein echt armes* ***Würstchen****”* [264]. Однією із версій виникнення цієї ФОГК є пояснення, згідно якого *ein armes* ***Würstchen*** є лише дуже маленькою та тонкою ковбаскою, тобто саме для бідних, незаможних верств населення [255].

КГ ***Speck***також відзначається високою фразотворчою активністю: *das ist kein* ***Speck*** *für sein Maul (seinen Schnabel)* – “das schmeckt ihm nicht, damit kann man ihn nicht reizen, auch: das gefällt (passt) ihm nicht” [Rö: B. 4: 1497], *er sitzt im* ***Speck*** – “er hat reichlich zu essen, es geht ihm sehr gut” [Rö: B. 4: 1497], *keinen* ***Speck*** *in der Tasche haben* – “kein Geld haben” [Rö: B. 4: 1497]. У Німеччині про виготовлення бекону відомо ще з X ст.. Особливо славиться беконом та шинкою Південний Тіроль – провінція в Італії, яка до 1919 р. входила до складу Австрії та 63% якої становить німецькомовне населення.

Третє місце у цій групі посідає КГ ***Eі***: *keine* ***Eier*** *mehr haben* – “mittellos sein”, ***Eier*** *im Fett haben* / ***Eier*** *im Schmalz haben* – “reich sein” [Rö, B. 2: 356]. Яйце вже довгий час належить до найпоширеніших та найдоступніших продуктів харчування людини, окрім того, у міфології та релігії є символом життя, чистоти, початку та родючості, а також невід’ємним атрибутом Великодня. У Німеччині та Австрії великодні яйця можуть бути виготовлені з різного матеріалу, навіть з шоколаду. У цих країнах існує традиція прикрашання пасхальними яйцями дерев, які починають брунитися або розквітати, криниць та фонтанів. ***Braten*** (печеня) має давню традицію у Німеччині. *Schweine****braten*** *mit Klößen* (печеня зі свинини із кнедлями) є традиційною баварською стравою, яка ще у XIX ст. була делікатесом, доступним лише для заможних верств населення через свою високу вартість. Приміром, *schwitzen wie ein* ***Schweinebraten*** – “sehr stark schwitzen” [RW, B. 11].

Рисунок 3.3 Співвідношення КГ підгрупи “Мʼясо та м’ясні продукти” у %

**в) Овочі та зелень**. Є найбільшою підгрупою за кількістю КГ (20): *Bohne* (23), *Kartoffel* (19), *Rübe* (15), *Gurke* (13), *Erbse* (12), *Kohl* (12), *Kraut* (10), *Gemüse* (6), *Salat* (6), *Tomate* (6), *Zwiebel* (6), *Petersilie* (4), *Spargel* (4), *Radieschen* (3), *Linsen* (2), *Paprika* (2), *Lauch* (1), *Rettich* (1), *Schnittlauch* (1), *Spinat* (1), які беруть участь в утворенні **147** досліджуваних ФОГК.

На сьогоднішній день не можна уявити меню німців без картоплі, яка стала одним із основних продуктів харчування та інгредієнтом багатьох страв. Цікавою є історія її появи. Картопля у Німеччині з’явилася в XVII ст. і велику роль у її поширенні країною відіграв у ХVIII ст. король Пруссії Фрідріх Великий. Картопля була невибагливою до погодних умов та ґрунту, а у Пруссії, особливо у провінції Бранденбург, були погані піщані ґрунти. Селяни з підозрою поставилися до вирощування картоплі, тому що ця рослина була їм незнайомою, сира бульба була такою несмачною, що навіть собаки не хотіли її їсти. Тому у 1756 р. король Фрідріх видає указ, згідно якого кожен селянин під загрозою штрафу повинен вирощувати картоплю. Навіть солдатам було наказано нести варту навколо полів, де росла картопля. Селяни подумали, що якщо щось охороняється, то повинно мати певну цінність. Вони почали ночами красти картоплю з полів, а солдати вдавали, що сплять і не помічають крадіїв. Згодом селяни зрозуміли, що варена картопля дуже смачна та ситна [267]. І вже у XIX ст., коли виникли великі міста, картопля була найважливішим продуктом харчування, особливо для бідніших верств населення → *jetzt musst du eine Zeit lang* ***Kartoffeln*** *essen* – “зараз тобі потрібно економніше жити” [Re:].

У Німеччині горох (***Erbsen***) у давнину був, як і зерно, основним продуктом харчування. У 2009 р. горох назвали навіть овочем року завдяки його користі та поживності [279]. Німці вважали також, що горох приносить родючість та плодючість. Мішок гороху розсипали серед фруктових дерев, щоб вони мали стільки плодів як горошин у мішку. У деяких регіонах Німеччини навіть побутує традиція, щочетверга їсти гороховий суп [287]. Якщо хтось не має чим зайнятися, то *“er mag* ***Erbsen*** *zählen”*, а педантичну та скупу людину називають *“****Erbsen****zähler”* [Rö, B. 2: 390].

На основі емпіричного матеріалу було окремо виділено КГ ***Kohl*** (12 ФОГК) та КГ ***Kraut*** (10 ФОГК), хоча обидві лексеми позначають *капусту*. На півдні Німеччині та в Австрії побутує лексема ***Kraut***, а ***Kohl*** поширена на півночі, проте в той же час на півночі кажуть *Sauer****kraut*** замість *Sauer****kohl***, а на півдні *Rot****kohl***замість *Rot****kraut***[287]. Тому часто виникало дві однакові ФОГК, у яких залежно від місця поширення варіювалися КГ ***Kohl*** та ***Kraut****:* *das macht das* ***Kraut*** *nicht fett / das macht den* ***Kohl*** *nicht fett* – “das nützt nichts, schafft die Sache auch nicht ” (з XVII ст. у вжитку) [Rö, B. 3: 863]. Капуста вважалася у Середньовіччі їжею бідних людей, оскільки була невибагливою до зберігання, тому користувалася популярністю на кухні. У Північній Німеччині є навіть назва вулиці ***Kohl****straße*, а у Штуттгарті щороку проходить у жовтні найбільше в країні свято капусти [283].

Спочатку лексема ***Gemüse*** (овочі) побутувала у вжитку у значенні *“Brei, Speise”* [DUHW], пізніше почала позначати кашу з варених овочів. У XX ст. овочевим називався суп, інгредієнтами якого були всі садові овочі, звідси → *quer durch den* ***Gemüse****garten* – “Gemüsesuppe, d.h. eine Suppe, in der alle Gartengemüse enthalten sind” [Rö, B. 2: 509].

Всі досліджувані ФО з КГ ***Tomate*** виникають на поч. або в сер. XX ст., а лексема ***Tomate*** з’явилася у вжитку в Німеччині на поч. XVII ст. [DUHW], оскільки ще у XVI ст. у Південній Німеччини помідори (овочі, які були родом з Мексики) вирощувалися німцями у садах як декоративні рослини, бо вважалися отруйними. В їжу почали вживатися спочатку французами лише з часів Революції, і пізніше потрапили на німецьку кухню [287]. Приміром, *eine faule* ***Tomate*** *sein* – “ein Versager sein, keinen Wert besitzen” [Rö: B. 5: 1630], ***Tomaten*** *unter den Augen haben* – “Schatten unter den Augen haben, müde oder krank aussehen” [Rö: B. 5: 1630], ***Tomaten*** *auf der Brille haben* – “dumm sein” [Rö: B. 5: 1630].

Кожен із КГ ***Paprika, Lauch, Rettich, Schnittlauch, Spinat*** входить до складу лише однієї, максимум двох, досліджуваних ФОГК: *scharf wie* ***Paprika*** – “sehr scharf” [Rö, B. 4: 1302], *Butter in den* ***Spinat*** *tun* – “jmnds. finanzielle Lage verbessern” [Rö, B. 5: 1588], що можна пояснити пізнім поширенням цих лексем та нечастим використанням цих овочів та зелені на німецькій кухні. Так, лексема ***Paprika***запозичена у XIX ст. із сербської [DUHW], а батьківщиною шпинату є Персія і спочатку він був завезений арабами у XI ст. до Італії [DUHW].

Рис 3.4 Співвідношення КГ тематичної підгрупи “Овочі та зелень” у %

**г) Молоко та молочні продукти.** Тематична підгрупа представлена у нашому дослідженні 5 КГ: *Butter* (44), *Käse* (35), *Milch* (18), *Quark* (17), *Sahne* (3), які входять до складу **117 ФОГК**: *er hat den* ***Käse*** *zu dick geschnitten* – “er hat verschwendet, ist mit seinem Vermögen am Ende” [Rö, B. 3: 813 ], ***Butter*** *bei den Fischen haben* – “gut leben, Geld haben” [Rö, B. 1: 286], ***Quark*** *reden* – “Unsinn reden” [Rö, B. 3: 813], *ich verkaufe meine* ***Milch*** *nicht an dich –* “mit dir will ich nichts zu tun haben” [Rö, B. 3: 1034], *die* ***Sahne*** *abschöpfen* – “збирати вершки (брати собі найкращу частину) ” [НУФС, Т. 2: 151].

Сир є одним із улюблених гастрономічних ласощів німців, що зумовило фразотворчу активність КГ ***Käse / Quark*** (44,5%). ***Käse*** – твердий сир, ***Quark*** (запозичення зі слов’янської мови) – кисломолочний сир, який у Баварії та Австрії позначається лексемою ***Topfen****.* Ця назва походить від каструлі, в якій виготовляли сир (нім. *Topf* – “кастрюля”). ***Quark*** німці споживають як в сирому вигляді, так і з фруктами та варенням. Він є складовою багатьох десертів, солодких страв та неодмінним інгредієнтом німецького сирного пирога. Разом з Італією, Швейцарією, Нідерландами та Францією Німеччина є однією з найважливіших країн-виробників сиру і виготовляє понад 150 сортів. Мистецтво сироваріння було відоме ще давнім германцям, проте на той час лише у вигляді кисломолочного сиру [268]. У Середньовіччі виготовленням сиру займалися монахи та селяни, віджимаючи його від сироватки у спеціальному мішечку, звідси → *schwitzen wie ein* ***Quark****sack / naß wie ein* ***Quark****sack* ‒ “sehr stark schwitzen”[Rö, B. 4: 1214].

Масло у Німеччині є традиційною намазкою на хліб, тому КГ ***Butter***у низці ФОГК поєднується з КГ ***Brot***: *ihm fällt die* ***Butter*** *vom* ***Brot*** – “er wird enttäuscht, er verliert den Mut und beginnt die Sache für aussichtslos zu halten” [Rö, B. 1: 286], *jmdm. die* ***Butter*** *auf dem* ***Brot*** *nicht gönnen* – “neidisch sein” [Rö, B. 1: 286], *er verdient nicht die* ***Butter*** *auf dem* ***Brot*** – “er ist faul und nichtsnutzig” [Rö, B. 1: 286], *einem* ***Butter*** *aufs* ***Brot*** *streichen* – “ihn umschmeicheln, ihn für sich zu gewinnen suchen” [Rö, B. 1: 286].

Рис 3.5 Співвідношення КГ тематичної підгрупи “Молоко та молочні продукти”

у %

**д) Фрукти та ягоди**. Тематична група охоплює 11 КГ (**100 ФОГК**): *Birne* (24), *Apfel* (23), *Zitrone* (10), *Früchte* (8), *Obst* (7), *Banane* (7), *Pflaume* (6), *Beeren* (5), *Trauben* (5), *Kirsche* (4), *Zwetschge* (1).

Найвищою фразотворчою активністю у межах групи відзначаються КГ ***Apfel*** та ***Birne****,* що можна пояснити популярністю у Німеччині таких фруктових дерев, як яблуня та груша. Вирощування яблук у Німеччині має давню традицію, яка своїм корінням сягає аж у VIII ст., коли при багатьох монастирях були величезні яблуневі сади. До того ж, ще у 1582 р. курфюрстом Августом Саксонським був виданий закон, згідно якого кожна сімейна пара була зобов’язана посадити два фруктові деревця. Спостерігаємо часте поєднання у досліджуваних ФОГК КГ ***Birne*** з КГ ***Apfel***: ***Äpfel*** *mit* ***Birnen*** *vergleichen* – “einen unzulässigen Vergleich anstellen” [Rö, B. 1: 93], *da bleiben soviel* ***Äpfel*** *als* ***Birnen*** – “eine Sache ist unentschieden” [Rö, B. 1: 93], *das ist ein* ***Apfel*** *(eine* ***Birne****) für den Durst* – “eine Ersparnis, ein Notgroschen, eine ungenügende Hilfe” [Rö, B. 1: 347].

У ході дослідження було виявлено наявність у ФОГК 2 КГ на позначення *сливи*: ***Zwetschgen / Pflaumen***. Садоводи пояснюють відмінності між ними у розмірі та формі: ***Pflaumen*** є більші за розміром та округлої форми, а ***Zwetschgen*** *‒* менші та продовгуваті. Сливи потрапили до Німеччини завдяки римлянам, а в кінці XVIII ст. вже почали вирощуватися самими німцями. Вживання лексеми ***Pflaume*** у розмовній мові в значенні *“нездатної, слабкої людини”* походить від образу перестиглого, м’якого та неапетитного плоду [DUHW]: *eine* ***Pflaume*** *sein* – “ein nichtsnutziger Mensch sein” [Rö, B. 4: 1174].

Перша письмова згадка про лимон датована XVI ст. Лексема ***Zitrone*** була запозичена з італ. *citrone* [DUHW]. Приміром, *so sauer wie eine* ***Zitrone*** *sein* – “beleidigt sein” [Rö, B. 5: 1774]. Лексема ***Obst*** (*sich zum* ***Obst*** *machen* – “виставити себе на сміх” [Re:]) позначала спочатку всі продукти, які споживалися під час їжі, крім хліба та м’яса [DUHW]. Лексема ***Frucht*** (*die süßesten Früchte begehren* – “das Beste für sich beanspruchen” [Rö, B. 2: 479]) походить з лат. *fructus,* іменник утворений в свою чергу від форми дієслова *'frui'* – “genießen” [DUHW].

Рис 3.6 Співвідношення КГ тематичної підгрупи “Фрукти та ягоди” у %

**е) Солодощі, горіхи та сухофрукти**. Представлена 7 КГ (**66 ФОГК**): *Nuss* (28), *Pudding* (13), *Rosine* (9), *Mus* (7), *Bonbon* (6), *Powidl* (2), *Waffel* (1) У межах тематичної підгрупи найактивніший КГ є ***Nuss****,* історія якого почалася ще 7 000 р. до. н. е. Першим до Німеччини через Галлію потрапив грецький горіх. Галлія була однією з областей Римської Імперії та об’єднувала землі, які у наш час входять до складу таких країн як Франція, Люсембург, Бельгія, Нідерланди та Швейцарія. Дерево грецького горіха було назване німцями *Walchbaum* (*Walchen* – жителі Галлії), на основі якого вже у XVIII ст. виникла сучасна назва *Walnussbaum* [297]. Горіх здавна вважався символом родючості та плодовитості. А великий урожай горіхів був свого роду передвісником великої кількості дітей, особливо хлопчиків. Приміром, *es gibt in diesem Jahr viele Haselnüsse* – “viele uneheliche Kinder geboren werden” [Rö, B. 2: 672 ], а у Баварії ФОГК *die Haselnüsse sind heuer geraten* означає, що у цьому році багато вагітних дівчат [Rö, B. 2: 672 ].

Серед досліджуваних ФОГК було виявлено лише 1 КГ ***Rosine*** на позначення родзинок, хоча у німецькій мові побутують ще лексеми *Korinthe* та *Sultanine*. Місцевістю вжитку лексеми ***Rosine*** була спочатку Північна Німеччина, проте слово поширилося поступово і на інші землі. Лексема є запозиченням зі старофранц. *roisin*, яке в свою чергу пішло з лат. *racemus* – “Weintraube” [DUHW]. У низці досліджуваних ФОГК КГ ***Rosine***має позитивну конотацію: *große* ***Rosinen*** *im Sacke haben* – “große Pläne hegen, hoch hinauswollen” [Rö, B. 4: 1255], *große* ***Rosinen*** *im Kopfe haben* – “überstiegene Pläne hegen, sehr eingebildet sein” [Rö, B. 4: 1255], *sich die* ***Rosinen*** *aus dem Kuchen klauben* – “sich das Beste nehmen” [Rö, B. 4: 1255].

Рис 3.7 Співвідношення КГ тематичної підгрупи “Солодощі, горіхи та сухофрукти” у %

**є) Риба та рибні продукти.** Є найменшою за кількісним складом, оскільки охоплює 5 КГ: *Fisch* (17), *Hering* (15), *Lachs* (6), *Sardinen* (3), *Kaviar* (2) у складі лише **43 ФОГК**.

Риба була одним з перших і основних продуктів харчування. Традиційною стравою на новорічному столі у німців є оселедець з капустою, морквою та картоплею. Рибна традиція у Німеччині пов’язана тісно із релігійними обрядами церкви, згідно яких у Страсну п’ятницю був суворий піст і не можна було споживати м’яса, а риба була єдиною альтернативою. Про людину, яка дотримувалася посту і дуже зголодніла, кажуть, що *er ist wie ein ausgeweideter (ausgenommener)* ***Hering*** [Rö, B. 2: 702], а про мрійливу та зовсім юну дівчину, поведінка якої є грайливою та пустотливою, зауважують з м’яким докором: *du benimmst dich wie ein Back****fisch*** [Rö, B. 1: 128]. Часто на сході та в центрі Німеччини лексема ***Lachs*** позначала гроші, оскільки блискучий вигляд луски лосося нагадував німцям металевий блиск монет, звідси → ***Lachse*** *haben* – “Geld haben” [Rö, B. 3: 919]. Лексема ***Kaviar*** була запозичена у XVII ст. з турецької *havyar* [DUHW]. Перша згадка про ***Sardine*** зафіксована наприкінці XV ст. на позначення оселедця довжиною 12‒25 см і запозичена з лат. *sarda* – “Hering, Sardelle” [DUHW]. Приміром, *eng wie in der* ***Sardinen****büchse –* “übermäßig zusammengedrängt; auf engstem Raum” [Rö, B. 4: 1281].

Рис 3.8 Співвідношення КГ тематичної підгрупи “Риба та рибні продукти” у %

До **другої тематичної групи** належать лексеми, які називають **смакові додатки, приправи та сировину**. Вона представлена 21 КГ (**193 ФОГК**): *Salz* (31), *Pfeffer* (27), *Zucker* (22), *Honig* (21), *Senf* (14), *Hefe* (12), *Zimt* (9), *Fett* (8), *Soße* (7), *Essig* (7), *Kümmel* (7), *Öl* (7), *Kakao* (6), *Schmalz* (5), *Sauerteig* (3),  *Kren* (2), *Gewürze* (1), *Kräuter* (1), *Meerrettich* (1), *Mostrich* (1), *Sirup* (1).

Сіль, що є однією з найдавніших та найнеобхідніших приправ, відомих людству, не завжди була доступною для широких верств населення. У Середньовіччі сіль коштувала дуже дорого, через що й отримала назву “біле золото”. За неї велися війни, а місцевості, багаті на поклади солі, процвітали, так само як і торговці сіллю. Популярність солі підтверджується ще й тим, що лексема ***Salz*** відігравала раніше значну роль, входячи до складу назв річок (Salzach), міст та містечок (Salzburg, Salzwedel, Salzgitter) [DUHW]. У межах тематичної групи лексема ***Salz*** є найактивнішим КГ, представленим у 31 ФОГК. Для прикладу, *nicht das* ***Salz*** *zur Suppe haben* – “Mangel, Not leiden” [RW, B. 11].

Історія бджільництва має в Німеччині довгу традицію, оскільки в часи, коли ще цукор та солодощі не були відомі, їх роль виконував мед, який був доступним продуктом і для бідного населення. А ось цукор, який довгий час не могли собі дозволити прості люди, був, як і сіль, “білим золотом” та вважався розкішшю. Звідси → *etwas wie* ***Zucker*** *sparen* – “mit Wertvollem vorsichtig umgehen” [Rö, B. 5: 1777].

Кориця (***Zimt)*** ‒ запозичення з лат. *cinnamum*, що походить від грец. *kнnnamon* [DUHW]. У далекому Середньовіччі кориця була символом високого статусу, оскільки її доставка була дорогою та й обкладалася ця спеція високим митом. Проте мода на корицю швидко пройшла, оскільки вже наприкінці XVII ‒ поч. XVIII ст. почали цікавитися чаєм, кавою, цукром та шоколадом. Саме тому ми спостерігаємо погіршення значення лексеми ***Zimt*** (початкове значення – “золото, золотий дорогий товар”) → ***Zimt*** *machen,* ***zimt****ig tun* – “Umstände, Schwierigkeiten machen” [Rö, B. 5:  1773], *fauler* ***Zimt*** – “Unsinn” [Rö, B. 5:  1773].

Рис 3.9 Співвідношення КГ тематичної групи “Смакові додатки, приправи та сировина” у %

**Третю тематичну групу** складають назви **готових страв** (14 КГ у 168 ФОГК): *Suppe* (75), *Brei* (29), *Brühe* (28), *Butterbrot* (10), *Pfannkuchen* (10), *Sülze* (4), *Sauerkraut* (3), *Bulette* (2), *Bouillon* (2), *Frikadelle* (1), *Frikassee* (1), *Grütze* (1), *Gulasch* (1), *Kloß* (1).

Каша та суп є найдавнішими видами готових страв в історії харчування людини. ФОГК *eine* ***Suppe*** *und ein Mus sein* – “eng befreundet sein” [Rö, B. 5: 1589], *den alten* ***Brei*** *wieder aufkochen* – “ворушити минуле” [НУФС, Т. 1: 120]. У багатьох німецьких сім’ях в часи голоду, суп та каша лишалися найпопулярнішими стравами, оскільки були прості та недорогі в приготуванні. Суп як головна страва з часом набув популярності у багатьох місцевостях, особливо сільських. ФОГК *in die Suppe zu brocken haben* ‒ “vermögend sein” [Rö, B. 5: 1588] пов’язана зі звичаєм кришити в суп хліб, щоб зробити його густішим та поживнішим. Значення фразеологізму формується завдяки уявленню про те, що людина, котра має не лише юшку, але й хліб до неї, є заможною, володіє певним достатком.

Традиційно бутерброди у Німеччині їдять на сніданок та вечерю (*jmdn. auf ein* ***Butterbrot*** *bieten* – “запросити когось на чашку чаю” [НУФС, Т. 1: 133]). Під бутербродом у Німеччині мають на увазі скибку сірого хліба, в ідеалі з маслом, яке, проте, у багатьох регіонах взагалі не входить до складу бутерброда і замінюється ковбасою, сиром, шинкою, варенням. Особливою популярністю бутерброд користувався у Німеччині в XIV‒XVI ст., коли вдалося досягти тривалого зберігання та транспортування масла за допомогою солі. А раніше німці споживали кашу з хліба, розмоченого у пиві.

***Gulasch*** (гуляш) – м’ясна гаряча страва угорського походження, запозичена в XIX ст.. Зазвичай її готують з телятини чи яловичини. Для цього м'ясо нарізають невеликими шматочками (20‒30 г) та тушкують з кришеною цибулею, звідси → *aus jmdm.* ***Gulasch*** *machen* – “jmdn. sehr stark schlagen” [Rö, B. 2: 614].

***Sauerkraut*** була типовою національною стравою німців і слугувала гарніром до ситних жирних м’ясних страв. У багатьох народів квашена капуста асоціюється з німцями та німецькою кухнею, що зумовило виникнення ФОГК *noch tief im deutschen* ***Sauerkraut*** *stecken* – “in der Fremde noch zu sehr mit deutschen Sitten und Anschauungen behaftet sein” [Rö, B. 4, S. 1286]. Ця ФОГК виникла серед німців, які жили на чужині, і особливого поширення зазнала у Північній Америці.

Рис 3.10 Співвідношення КГ тематичної групи “Готові страви” у %

До **четвертої тематичної групи** віднесені КГ (9 КГ у **136 ФОГК**) на позначення алкогольних, слабкоалкогольних та безалкогольних напоїв: ***Bier*** (42): *etwas ausschreien wie saures* ***Bier*** – “eifrig für etwas werben, was niemand haben will” [RW, B. 11], ***Wasser*** (36): *es wird überall nur mit* ***Wasser*** *gekocht* – “eine Sache sieht schlimmer aus, als sie in Wirklichkeit ist” [Rö, B. 5: 1700], ***Wein*** (19): ***Wein*** *taufen* – “розводити вино водою” [НУФС, Т. 1: 310], ***Kaffee***(17): *aus dem* ***Kaffee****satz wahrsagen* – “ворожити на кавовій гущі” [НУФС, Т. 1: 364], ***Tee*** (10): *jmdm. etwas in den* ***Tee*** *getan haben* – “ihn betrunken, seinen Verstand verwirrt gemacht haben” [Rö, B. 5: 1605], ***Saft*** (8): *voll im Saft stehen* – “fit, voller Lebenskraft sein” [Re:], ***Schnaps*** (2): ***Schnaps*** *ist gut für die Cholera* – “це на користь справи” [НУФС, Т. 1: 170], ***Limonade*** (1), ***Kompott*** (1): *Molle mit* ***Kompott*** *–* у Берліні так називають склянку пива зі шнапсом.

Улюбленим напоєм німців є пиво, яке має давню традицію. Ще германці уявляли свого бога Тора пивоваром та вважали, що, коли гримить грім, то Тор чистить свій пивоварний котел. У 736 р. вперше згадується про так званий “Gerstensaft” (ячмінний сік), а вже у 766 р. мова йде про пиво. У Середньовіччі пиво виготовляли з найрізноманітніших інгредієнтів. На той час воно було доступне навіть дітям, оскільки містило дуже мало алкоголю. Недаремно його називали ще *flüssiges Brot*. Лише 23 квітня 1516 р. був виданий закон, що регламентував виробництво пива у Німеччині, згідно якого для виготовлення пива потрібно було використовувати лише чотири інгредієнти: воду, ячмінь, дріжджі та хміль. Це був найстаріший закон у світі, який регламентував виготовлення продукту харчування. На сьогодні у Німеччині налічують понад 1300 пивоварень та 1000 сортів пива. Згідно дослідження у 2009 році споживання пива на одну людину становило 109 л на рік [254].

У XVI ст. у Німеччині з’являється чай, проте передусім як лікувальний засіб, особливо для шлунково-кишкового тракту. Проблема була в тому, що чай коштував дорого, та й більшості був не до вподоби, так як голландці купували в Китаї та імпортували в Європу зелений чай, що мав своєрідний присмак. Лише пізніше, коли англійці почали постачати чорний чай, він припав до смаку німцям. За чашечкою чаю почали збиратися світські товариства, знамениті письменники влаштовували свої літературні читання. Проте лише на поч. XX ст. чай стає доступним для простого населення [253].

Рис 3.11 Співвідношення КГ тематичної групи “Напої” у %

Отже, у ході дослідження було проаналізовано 1331 ФОГК, у складі яких було задіяно 113 КГ. Найактивнішими з них у фразотворенні є *Brot (7,7%), Suppe (5,6%), Butter (3,3%), Wurst (3,3%), Bier (3,2%), Ei (3,1%), Speck (3,1%).* Як було виявлено, конкретні КГ по-різному беруть участь в утворенні ФОГК, тому ми стверджуємо про фразотворчу активність одних та фразотворчу пасивність інших лексем: низькочастотні слова-компоненти входять до складу 1‒5 ФОГК, середньочастотні ‒ до 6‒20 ФОГК, високочастотні ‒ до складу понад 20 ФОГК (за О. Д. Райхштейном). Серед досліджуваних одиниць було виділено три групи компонентів-гастронімів за ступенем їх активності у процесі фразотворення (див. додаток 3):

І група: високочастотні (20 слів-компонентів, питома вага яких становить 55, 6%): *Apfel, Bier, Birne, Bohne, Brei, Brot, Brühe, Butter, Ei, Honig, Käse, Kuchen, Nuss, Pfeffer, Salz, Speck, Suppe, Wasser, Wurst, Zucker;*

ІІ група: середньочастотні (48 слів-компонентів, питома вага яких становить 36, 4%): *Banane, Braten, Bonbon, Brezel, Butterbrot, Erbsen, Essig, Fett, Fleisch, Fisch, Früchte, Gemüse, Gurke, Hefe, Hering, Kaffee, Kakao, Kartoffel, Kohl, Korn, Kraut, Kümmel, Lachs, Mehl, Milch, Mus, Nudel, Obst, Öl, Pastete, Pfannkuchen, Pflaume, Pudding, Quark, Rosine, Rübe, Saft, Salat, Schinken, Semmel, Senf, Soße, Tee, Tomate, Wein, Zimt, Zitrone, Zwiebel;*

ІІІ група: низькочастотні (45 слів-компонентів, питома вага яких становить 8%): *Beeren, Bouillon, Brötchen, Bulette, Frikadelle, Frikassee, Gans, Gewürze, Grütze, Gulasch, Hühnchen, Kaviar, Keks, Kirsche, Kloß, Kompott, Kräuter, Kren, Lauch, Laib, Limonade, Linsen, Meerrettich, Mostrich, Paprika, Petersilie, Powidl, Radieschen, Reis, Rettich, Schnittlauch, Salami, Sahne, Sardinen, Sauerkraut, Sauerteig, Schmalz, Schnaps, Sirup, Spargel, Spinat, Sülze, Trauben, Waffel, Zwetschge.*

Нижче представлена зведена таблиця КГ ФОГК за тематичною приналежністю:

Таблиця 3.1

Тематична приналежність КГ у ФОГК у %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тематична група/підгрупа | Кількість КГ  у групі | Питома вага  у ФОГК % | Кількісне  відношення  у ФОГК |
| 1. Продукти харчування тваринного та рослинного походження | 69 | 62,7% | 834 |
| а) Злакові, крупи та мучні вироби | 11 | 13,8% | 183 |
| б) Мʼясо та мʼясні продукти | 10 | 13,4% | 178 |
| в) Овочі та зелень | 20 | 11% | 147 |
| г) Молоко та молочні продукти | 5 | 8,8% | 117 |
| д) Фрукти і ягоди | 11 | 7,5% | 100 |
| е) Солодощі, горіхи та сухофрукти | 7 | 5% | 66 |
| є) Риба та рибні продукти | 5 | 3,2% | 43 |
| 2. Смакові додатки, сировина та приправи | 21 | 14,5% | 193 |
| 3. Готові страви | 14 | 12,6% | 168 |
| 4. Напої | 9 | 10,2% | 136 |
| Всього: | 113 | 100% | 1331 |

Таким чином, кожна з тематичних груп досліджуваних ФОГК по-різному представлена КГ. Найбільшою за кількісним складом та найактивнішою у процесі фразотворення ФОГК є тематична група “*Продукти харчування тваринного та рослинного походження*”. Вона є розгалуженою та містить сім підгруп. Одна з найменших за кількістю КГ тематична підгрупа “*Риба та рибні продукти*” характеризується до того ж найнижчою фразотворчою активністю. Активна участь в утворенні досліджуваних ФОГК належить КГ на позначення *хлібобулочних виробів, готових страв, м’ясних виробів* та *слабкоалкогольних напоїв.* Пасивними у процесі фразотворення ФОГК є лексеми, які називають *солодкі вироби* та *сухофрукти*. *Високочастотними* КГ є ***Brot, Suppe, Butter, Wurst, Bier, Eі, Speck****,* що безпосередньо пов’язане з поширенням цих продуктів харчування у країні, їх популярністю та доступністю. Пізня популяризація, висока вартість та недоступність для широких верств населення зумовили низьку частоту вживання 19 КГ, кожен з яких бере участь в утворенні лише однієї ФОГК. У багатьох випадках не можна пояснити включення того чи іншого КГ до ФОГК, оскільки тоді вживання КГ є принципом випадковості.

Розкриття фразотворчої активності КГ досліджуваних одиниць дозволило виявити взаємозв’язок між входженням гастроніма до складу фразеологізма та суспільними факторами, що створили необхідні для цього передумови. Матеріальне та духовне життя німецького народу як невичерпне джерело фразотворення обумовило необхідність розгляду позамовних чинників, що вплинули на утворення досліджуваних ФОГК.

* 1. **Джерела походження фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом**

ФОГК відображають національну своєрідність історії, культури, традиційного способу життя німецького народу та є сегментом фразеологічної картини світу німецькомовного етносу. Досліджувані ФОГК виникли на національній основі та сягають своїм корінням у різні епохи. Джерела їх походження пов’язані зі звичаями, традиціями, віруваннями, історичними подіями, соціальними та політичними аспектами життя народу, з побутом, фольклором та літературою. ФОГК відтворюють картину минулого німецького народу, розкривають його характер.

Досліджувані ФОГК утворилися під впливом низки чинників. Виникнення багатьох ФОГК пов’язано з розвитком ремісництва (пивоваріння, кулінарії, пекарської справи), сільського господарства, торгівлі та різних професій (бджільництва, рибацтва, садівництва): *er braut Bier ohne Malz, jmdm. Küchlein backen, das ist Korn auf seine Mühle, Butterfahrten machen, das ist nicht der reine Bienenhonig, hier wird er keinen Hering braten, seinen Kohl bauen, die Birnen reif werden lassen.* Походження групи ФОГК обумовлено розпорядком дня, соціальним статусом, релігійними переконаннями, віруваннями та традиціями народу ‒ носія мови: *die Suppe versäumen, Hefe des Volkes, Petersilie pflücken, Wein taufen, der Brotkorb hängt hoch, jmdm. einen Erbsenkranz geben und mit dem Erbsenkranz sterben, die Uhr geht nach der Suppe.* Низка ФОГК бере початок з дитячої мови, медицини, військової справи, літературних та музичних творів, культурно-масових заходів мовного колективу: *die Suppe machen, eine Prügelsuppe bekommen, abwarten und Tee trinken, Pfannkuchen machen, Rosinenbomber, Suppenkasper, ausgerechnet Bananen, einen Tee geben.* Зовнішні зв’язки, політичний устрій, еміграція за кордон, урбанізація міст, географія, кліматичні умови та економічний розвиток теж зіграли свою роль у становленні групи досліджуваних ФОГК: *jmnd. hat deutsches Sauerkraut gegessen, noch tief im deutschen Sauerkraut stecken, die Creme der Gesellschaft, von einem Stoff Bier dreimal trinken, an einem Hering drei Tage essen, sie sieht aus wie ein Borsdorfer Apfel, die Füchse backen Brot.*

У ході розвідки було виявлено, що найчисельнішою є група власне німецьких ФОГК, до складу якої належать фразеологізми, пов’язані:

* ***зі звичаями, традиціями*** німецького народу.Походження ФОГК *er sieht aus wie genudelt* – “er ist dick” [Rö, B. 3: 1101] пов’язане з відгодовуванням гусей та курей. Для того, щоб птиця набирала вагу та запасалася жиром, їй запихали у дзьоб макарони з картопляного тіста. У ФОГК *jmdn.den Brotkorb höher hängen* – “jmdm. weniger zu essen geben, jmdn. (finanziell) knapphalten” [RW, B. 11] лексема *Brotkorb* вжита у значенні *“Futterkorb”*. Раніше, щоб кінь не з’їдав забагато корму, корзину у стайні підвішували вгорі.

Співакам, які вшановували на весіллі молоду пару, подавався “*Pfeffer”* ‒ напій зі свинячої крові та чорного перцю. Назва цього обрядового напою походить від назви одного з його інгредієнтів (у нім. мові “*Pfeffer”* ‒ перець). Ця традиція пояснює походження ФОГК *der hat seinen Pfeffer* – “dem hat es viel gekostet” [Rö, B. 4: 1160].

* ***з особливостями німецької кухні***. Приміром, *Lebkuchen austeilen* – “говорити компліменти, запропонувати руку й серце” [Rö, B. 5: 1591]. *Lebkuchen* (медовий пряник) є традиційним національним смаколиком. У XV‒XVI ст. пряники були випічкою з медового тіста, на якій зображувалися різного роду картинки. Така випічка слугувала більше для споглядання, ніж для куштування. Пряники дарували не лише на Різдво, а й на Великдень, весілля, хрестини. Щоб покращити смакові якості таких пряників, нюрнберзькі пекарі вдалися до експериментів з тістом. На той час Нюрнберг був багатим містом, оточеним лісами, в якому процвітало бджільництво, та яке знаходилося в центрі європейських шляхів торговців приправами. Таким чином, з на той час рідкісних та дорогих інгредієнтів була виготовлена нова смачна випічка – нюрнберзькі пряники, які стали традиційними різдвяними ласощами у Німеччині. Невід’ємним атрибутом ярмарок, особливо різдвяних, є *Honigkuchenpferd* – спеціальна випічка у вигляді коника з медового, пряничного тіста. Коник прикрашений сідлом, гривою та величезною посмішкою з цукрової глазурі. Саме тому, до того, хто сяє своєю посмішкою на все обличчя, кажуть: *Du grinst ja wie ein Honigkuchenpferd!* [Rö, B. 3: 736].

*Birnen Bohnen Speck* – національна страва, популярна у Північній Німеччині, кухня якої славиться своїми м’ясними стравами, що подаються з солодким гарніром. У серпні та вересні відбувається збір врожаю, майже одночасно дозріває багато овочів та фруктів, тому це розмаїття і надихнуло до подібного поєднання продуктів. *Birnen Bohnen Speck* є традиційною стравою на свято врожаю у Німеччині, яке відзначають у першу неділю жовтня. Особливої популярності набула страва у Шлезвіг-Гольштейні [254].

Від назви типової національної німецької страви ***Sauerkraut*** пішло стереотипне позначення німця, якого в Англії та США під час Першої світової війни називали *“Kraut”*. Навіть вулицю зараз у Нью-Йорку, де проживає багато німців, американці називають *“Sauerkraut-Street”*.

* з ***історичними подіями, фактами*** та ***національними реаліями***. Під час Першої світової війни наявність у солдата місцевої подруги гарантувала хороше харчування. Звідси → *ein Bratkartoffelverhältnis haben* – “ein vorübergehendes Liebesverhältnis haben, das besonders wegen der damit verbundenen guten Verpflegung eingegangen wird” [Rö, B. 1: 250]. У наш час ця ФОГК позначає пару, яка проживає без зареєстрованого офіційного шлюбу.

У 1920 р., коли були перші невдалі спроби зібрання великого врожаю помідорів, виникає ФОГК *eine treulose Tomate sein* – “ein unzuverlässiger Mensch sein, der Verabredungen und Abmachungen nicht einhält” [Rö, B. 5: 1630]. Проте ймовірніше, що походження цієї ФОГК пов’язане з італійцями, яких в роки Першої світової війни вважали ненадійними та невірними союзниками, а оскільки вони вирощували та їли багато помідорів, то й називати їх почали *“Tomaten”* [Rö, B. 5: 1630].

ФОГК *mehr Platz als Kuchen* [Rö, B. 4: 1189] позначає людину, яка тривалий час займається підготовкою проектів, реалізація яких є сумнівною. У цій ФОГК *Platz* – назва простої випічки.

За законом у Нідерландах можна було починати ловити рибу лише з 24 липня, Дня Івана Хрестителя, тому рибному улову, здійсненому до цього свята, не можна було радіти: *er ist ein Hering vor Johannis* (niederländisch *“Haring voor sint Jan”*) [Rö, B. 2: 702].

* ***з віруваннями, байками та прикметами.***

# У Німеччині вірять, що той, хто знайде квасолину, заручиться першим, тому кажуть, що *er hat eine Bohne (im Kuchen) gefunden* – “er hat einen guten Fund gemacht, er hat es getroffen” [Rö, B. 1: 236].

# Походження ФОГК *dem Braten nicht trauen* – “eine Sache für verdächtig halten” [Rö, B. 1: 249] пов’язане з байкою. Одного разу один селянин запросив іншого, але той розвернувся на вході і пішов геть. Він подумав, що його супутник вже на сковорідці у цього селянина, тому з недовірою поставився до запропонованої печені, боячись стати наступною жертвою.

# ФОГК *die Füchse backen Brot* [Rö, B. 2: 483] походить від прикмети, за якою лисиця, що купається, передбачає гарну погоду. З народним повір’ям про те, що петрушка завдяки своєму сильному аромату є афродизіаком, пов’язана ФОГК *jmdm. ist die Petersilie verhagelt* – “jmnd. ist enttäuscht, durch Misserfolg niedergeschlagen” [RW, B. 11]. Якщо ж дівчата під час танців не могли знайти собі партнера, або довго чекали на запрошення до танцю, тоді вони були змушені *Petersilie pflücken* [Rö, B. 4: 1153].

* ***з народною творчістю, казками та піснями.***

Казки братів Грімм стали джерелом походження низки ФОГК: *die Kirschen hängen mir zu hoch* – “sagt man von einem, der aus einem äußeren Zwang von einem Begehren hat abstehen müssen und nun so tut, als ob ihn freie Entschließung dazu gebracht hätte” [Rö, B. 5: 1635]. ФОГК *Wenn’s Hirsebrei regnet, habe ich keinen Löffel* [Rö, B.2: 723] характеризує того, хто не зможе використати сприятливі обставини на свою користь.

ФОГК у формі питання *Wer hat den Käse zum Bahnhof gerollt?* – “scherzhafte Frage, wenn man einen Schuldigen sucht” походить від назви відомого шлягера Франца Штрассманна (1926 р.) [Rö, B. 3: 814]:

*Wer hat den Käse zum Bahnhof gerollt?  
Wer hat die Freundschaft mit Amerika gewollt?  
Wer hat bloss all die Arbeitslosen gezählt?  
Wer hat die Oma von Klaus-Dieter gequält?*

* ***з літературою***.

Й. Гете у своєму романі “*Роки навчання Вільгельма Мейстера”* називає Італію “країною, де цвітуть лимони”. На основі цього авторського звороту виникає перифрастична ФОГК на позначення Італії: *das Land der Zitronen / das Land, wo die Zitronen blühen* [Re:].

* ***з професіями.***

До хлібобулочних виробів, які користуються популярністю у Німеччині належить *Brezel* (крендель, діаметром близько 10–15 см). На основі асоціації схожості форми брецеля та людини, яка регоче і заходиться від сміху, виникає ФОГК *brezelt sich vor Lachen* (лише з 1920 р.) [Rö, B. 1: 257]. Брецель, з поч. XIV ст. і по сьогоднішній день, є в Німеччині емблемою пекарів і дуже часто зображується на вивісках булочних, пекарень і фірм, що займаються виготовленням хліба, здоби та різноманітних хлібобулочних виробів. У Баварії брецель ‒ одна з традиційних закусок до пива на народних гуляннях, таких як Октоберфест. Цікавим є той факт, що у Середньовіччі виготовлення брецелів було жорстко регламентовано за часом або навіть дозволялося лише вузько обмеженому колу людей, тому, якщо щось відбувається дуже швидко, то *das geht wieʼs Brezelbacken* [Rö, B. 1: 257].

З рибацької сфери походить ФОГК *er brät den Hering um den Rogen* – “er bemüht sich um wenig oder nichts” [Rö, B. 2: 2767].

* **з *побутом.*** Завдяки спостереженню, що особливо швидко продавалися свіжі, щойно з печі, булочки, оскільки покупці вже на них чекали, виникла ФОГК *abgehen wie warme Semmeln* – “sich leicht verkaufen lassen”. У переносному значенні ця ФОГК характеризує також дочок з однієї родини, які швидко, одна за одною виходять заміж [Rö, B. 1: 57].

Капусту та буряк раніше вирощували разом, на відміну від інших польових культур, тому з XVII ст. *Kraut und Rüben* – “völlig ungeordnet, ganz und gar durcheinander” [RW. B. 11]. Яблук, яєць та хліба завжди було вдосталь, так що можна їх було роздавати направо та наліво, не збіднівши самому, що й обумовило появу ФОГК *für einen Apfel und ein Ei* – “für eine Kleinigkeit, weit unter dem Wert, fast umsonst”. [Rö, B. 1: 92].

* ***з розвитком торгівлі.***

У Середньовіччі *Pfeffer* (перець) був однією з основних приправ та користувався такою популярністю, що всі приправи та ті, хто ними торгував, носили назву *“piperarii”.* Проте вартість перцю була настільки високою, що лише багатії могли собі його дозволити. Саме звідси походить виникнення образливого прізвиська *“Pfeffersack”* на іронічне позначення торговця, який збагатився торгівлею перцем. Особливо це стосувалося торговців із Голландії та з міст Нюрнберга та Аугсбурга, які перевозили перець на мулах через Альпи та продавали його у 600 разів дорожче. Саме завдяки торгівлі перцем німецькі міста Аугсбург та Нюрнберг у Середньовіччі зазнали свого розквіту [68]. Перець доставляли з Індії, тому ця країна отримала назву *das Pfefferland* (“країна перцю”). Дорога до Індії була неблизькою, що й пояснює виникнення ФОГК *jmdm. ins Pfefferland wünschen / jmdn. hinschicken (hinwünschen), wo der Pfeffer wächst* ‒ “weit fort” [Rö, B. 4: 1159].

У ході дослідження було встановлено, що низка ФОГК походить:

1. ***з античної літератури та історії.***

ФОГК *Attisches Salz* позначає витончений дотеп, тонкий жарт, насмішку. Вираз приписується давньоримському письменнику і оратору Цицерону (106‒43 рр. до н. е.). Прагнучи популяризувати в Римі грецьку культуру, Цицерон у своїх писаннях приділив значне місце теорії ораторського мистецтва, розробленій греками. Особливо він виділяв жителів Аттики, що славилися красномовством. “Всі вони були … посипані сіллю дотепності …” ‒ писав Цицерон [96].

ФОГК *mit Zuckerbrot und Peitsche regieren* – “je nach Bedarf Milde walten lassen oder unnachgiebige Härte zeigen, Versprechungen machen und Drohungen ankündigen” (мова йде про метод заохочення та покарання) є девізом, який бере початок ще з часів правління римських імператорів [Rö, B. 5: 1776].

ФОГК *die Trauben sind zu sauer* [Re:] запозичена з байки Езопа “Лисиця і виноград”. Хитра лисиця, яка не може дістати виноград, пояснює свою неспроможність тим, що виноград ще не поспів, тому й не вартий її зусиль. І у житті людина часто у своїх невдачах винуватить інших, але тільки не себе.

1. ***з Біблії.*** *Das tägliche Brot / das liebe Brot* – “хліб насущний” [НУФС, Т. 1: 124], *den Kelch bis auf die Hefe leeren* – “alle Widerwärtigkeiten bis zum bitteren Ende auskosten müssen” [Rö, B. 2: 687], *sein Brot mit Tränen essen (müssen)* – “зазнати горя та страждань” [НУФС, Т. 1: 124]. Цитатою з БібліїєФОГК *das Brot im Schweiße seines Angesichts essen müssen* – “sich sehr darum mühen” [Rö, B. 1: 264], коли, виганяючи Адама з раю, Бог сказав йому: “У поті чола твого їстимеш хліб” (Буття, 3, 19). У Біблії країна, де течуть молочні та медові ріки (*Land, wo Milch und Honig fließt)* ‒ це рай, а на сьогоднішній день так описують всі місцевості, де люди живуть добре та заможно [RW, B. 11].
2. ***з англійської літератури (шекспіризми).***

*Das bittere Brot der Verbannung essen müssen –* “перебувати у вигнанні” (“Річард II, III”: “Eating the bitter bread of banishment”) [Rö, B. 1: 264]. *Das ist Kaviar fürs Volk –* “бути чимось недосяжним для народу” (“Гамлет” (II. 2): “'t was caviare to the general”) [Rö, B. 3: 830].

1. ***з різних мов:***

* ***французької.*** *Butter zum Spinat tun –* “seine finanzielle Lage bessern” (франц. “mettre du beurre dans les épinards” [Rö, B. 1: 286];
* ***англійської.***Після Першої світової війни виникає популярний американський танцювальний шлягер “Yes, we have no bananas”, німецька версія якого була відомою під назвою “Ausgerechnet Bananen” або “Meier ist ein Don Juan”. Цитата з цієї пісні *“Ausgerechnet Bananen, Bananen verlangt sie von mir!”* стає прототипом ФОГК *Ausgerechnet Bananen! –* “Ausgerechnet das!” [Rö, B. 1: 120];
* ***латини.*** *Etwas beim Ei anfangen –* “von vorne anfangen, von Grund auf lernen” [Rö, B. 2: 354] (лат. “ab ovo incipere”, “Omne vivum ex ovo”).

ФОГК запозичуються калькуванням за моделями, що існують у відповідних мовах. За формою запозичення серед досліджуваних ФОГК виокремлюємо групи: *повні кальки* – це ФОГК, які ґрунтуються на структурі іншомовної моделі, відтворюючи її тими ж самими або близькими лексико-граматичними засобами німецької мови. Для досліджуваних ФОГК характерні лише поодинокі випадки повного калькування: *jmdn./etwas fallenlassen wie eine heiße Kartoffel* – “jmdm. abrupt jede Unterstützung entziehen, sich ohne Zögern von jmdm. lossagen; etwas abrupt aufgeben” (англ. “drop somebody/something like a hot potato”) [RW, B. 11].

ФОГК, до складу яких входить окремий запозичений КГ, що зазнає часткових змін, є *неповними кальками*. Приміром, у ФОГК *aus jmdm. Frikassee machen* ‒ “ *jmdn.* verprügeln und dabei übel zurichten” [RW, B. 11]; *zur Creme der Gesellschaft gehören ‒* “zur Oberschicht gehören” [Re:] (франц. *Frikassee* – “рагу”/ *Crème* – “крем”) КГ *Frikassee* та *Creme*, зберігаючи французьке написання, набули властивостей іменників німецької мови: артикля, написання з великої букви.

Калькування ФОГК не є процесом механічним, простим копіюванням. Відбувається врахування особливостей німецької мови та мови-донора. Проте можливо й паралельне існування ФОГК, які співпадають у багатьох мовах без запозичень. Приміром, нім. – *Tee nach China tragen, Eulen nach Athen tragen,* рос. – *В Тулу со своим самоваром не ездят,* англ.*— Don't carry coals to Newcastle.* ФОГК *wie Milch und Blut aussehen* (“weiß und rot, gesund sein” [Rö, B. 3: 1033]) є давнім поетичним виразом для опису краси, яку раніше так захищали від сонячних променів. У казках братів Грімм мати Білосніжки бажає собі *“ein Kind so weiß wie Schnee, so rot wie Blut und so schwarz wie Ebenholz”* [Rö, B. 3: 1033]. Паралельне існування у різних мовах однакових за значенням ФОГК пояснюється спільними поглядами, уявленнями людей, їх історією та традиціями у різних мовних колективах.

Таким чином, дослідження фактичного матеріалу дає підстави стверджувати про багатство та чисельність джерел походження ФОГК. Зовнішні суспільні фактори відіграють провідну роль у виникненні та розвитку ФОГК. Різні сфери діяльності людини, її внутрішні переживання та емоції відображені у ФОГК. Подальше дослідження покликане зʼясувати, яким саме чином відбувається це відображення та які семантичні механізми активуються в процесі становлення значення досліджуваних одиниць.

* 1. **Утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході первинного фразотвору**

У ході дослідження було виявлено, що 893 ФОГК (67%) утворено в процесі первинного фразотвору, найпродуктивнішими відносинами якого є лексико-семантичні. ФОГК виникають лексико-семантичним шляхом на основі переосмислення вільних словесних комплексів та стійких словосполучень. Утворення досліджуваних фразеологізмів пов’язане з порушенням зв’язків між планом змісту та планом вираження. Перетворення плану змісту може супроводжуватися структурними змінами. Основними семантичними механізмами перетворення значення ФОГК є метафора, метонімія та їх підвиди. Метафоричне переосмислення є одним із найважливіших джерел збагачення фразеологічного фонду німецької мови, та комплексу ФОГК зокрема.

**3.3.1 Основні типи та механізми перенесення найменувань**

В процесі мисленнєвих операцій аналізу та синтезу за допомогою уяви утворюються нові форми. Прийомом створення нових образів є аналогія (подібність, тотожність, схожість предметів або явищ). Суть аналогії полягає в тому, що новостворений образ схожий на реально існуючий об’єкт, але в ньому проектується нова модель явища чи предмету [139, с. 129]. Відображення предмета у свідомості суб’єкта відбувається на асоціативній основі. Асоціація ‒ це те поняття, яке виникає при згадуванні іншого. Асоціація полягає в установленні зв’язку між враженнями, що одночасно виникають у свідомості. Залежно від типу утворення, розрізняють асоціації (типи перенесення найменувань) за схожістю, за суміжністю, за контрастом та за причинно-наслідковим зв’язком. Асоціації за схожістю відображають зв’язки між предметами та явищами, схожими за певними ознаками. Асоціації за суміжністю є відображенням зв’язків між предметами та явищами, які йдуть одне за одним у часі, або перебувають поряд у просторі. Причинно-наслідкові асоціації відтворюють не лише зв’язки між предметами та явищами у просторі та часі, але й причини залежності між ними. Асоціації за контрастом спостерігаємо при відображенні предметів та явищ, пов’язаних між собою протилежними ознаками. Саме від певних асоціацій, які викликає змінний словесний комплекс у носіїв мови, залежить реальність транспозиції змінного словосполучення чи речення у фразеологізм [191, с. 13].

Асоціації є об’єктивно існуючою категорією, яка передає національно-культурну специфіку членування дійсності, відображає картину світу [157, с. 47]. Це пов’язано з тим, що основою асоціацій є, як загальнолюдські, так і національно-культурні та особисті уявлення про предмет, явище чи властивість [209, с. 37]. Для виявлення культурно значущої інформації, носіями якої є ФОГК, потрібно дослідити, яким чином асоціативно-образна основа співвідноситься з еталонами, символами, стереотипами національної культури, тобто, які семантичні механізми активуються для втілення культурологічної інформації у ФОГК.

З погляду семіотики тропи можна розглядати як транспозицію знаків, тобто операцію аналогічного типу (за аналогією), при якій одна мовна одиниця займає місце іншої, яка матеріально відсутня, а виявляється лише ідеально ‒ через значення [143, с. 142]. Відбувається певне переосмислення, перенос значення за аналогією, що є ніби логічною помилкою, але такою, яка відкриває нові риси явища чи предмету. У ході дослідження було з’ясовано, що метафоричне переосмислення є основним семантичним механізмом утворення ФОГК (745 ФОГК). Непредметний світ моделюється за допомогою метафори і за образом та схожістю предметного світу, в чому істотну роль відіграє людський фактор, оскільки метафора є призмою, через яку людина бачить світ [218, с. 173].

Метафора є складним багатоаспектним лінгвістичним явищем, дослідженням якого присвячено низку праць вітчизняних та зарубіжних вчених [12; 41; 55; 182; 188; 204; 213; 242; 249; 251; 272; 273; 278; 284; 289]. Основним принципом метафори є антропометричний принцип, згідно якого людина є мірилом всіх речей [202, с. 174] У процесі *метафоричного переосмислення* відбувається перенос значення на основі ***асоціації за схожістю*** між двома явищами чи предметами. Процес метафоризації розглядається лінгвістами як реалізація зв’язку структури мови з мовцем, перенесення рис людини на навколишню дійсність [218, c. 236]; як процес, при якому здійснюється перенесення мовно-фразеологічної форми з одного референта на інший на основі тієї чи іншої подібності останніх при відображенні у свідомості мовця [199, с. 108]; як семіотична закономірність, що виявляється у використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої [168; 183; 218].

Метафора свідчить про єдність лінгвістичних та етнокультурних моментів та є найпродуктивнішим креативним засобом збагачення мови. Вона є інструментом дослідження картини світу, який дає можливість зрозуміти, яким чином будується уявлення про навколишню дійсність та про місце в ньому людини. Втілення образних асоціацій у мовній формі унаочнює невидиму картину світу. Метафора викликає взаємодію емпіричного досвіду, культурного надбання, мовної компетенції колективу та пізнавальних процесів. Семантичне перетворення прототипу ФОГК веде до фразеологічної абстракції. За допомогою процесу мислення у свідомості формується значення, що відповідає певному поняттю, але саме це поняття не може бути конкретним. [156, с. 145‒146]. Пізнання йде від конкретного до абстрактного, результатом є формування значення ФОГК. Процес метафоризації ФОГК починається з когнітивного процесу, адже саме концептуальна метафора призводить до утворення абстрактного значення. Вона уподібнює гетерогенне й ототожнює подібне, щоб синтезувати нове поняття [168, с. 8]. Метафоричне переосмислення супроводжується змінами семантичної структури, внаслідок яких поняття вступають у нові види відношень. У своїх працях Дж. Лакофф і М. Джонсон розкривають метафоричний характер понятійної системи, яка впорядковує повсякденну діяльність людини. Концептуальна метафора є ключем до розуміння процесів створення національно-специфічного бачення світу, оскільки мислення, досвід та поведінка людей обумовлюються метафорою [272, с. 3‒4, 19‒21].

Підсумовуючи погляди, зазначимо, що цілком погоджуємося з точкою зору Н. В. Гурової, яка актуальною та перспективною вважає моделюючу функцію метафори. Вона полягає у створенні певної картини світу та є комплексним функціональним явищем, в якому реалізуються номінативна, когнітивна, образна, інструментальна та прагматична функції [63]. Завдяки процесу метафоризації у мовних засобах закарбовується національно-культурне багатство, накопичене мовним колективом в процесі його історичного розвитку [202, с. 173]. Те, як людина сприймає світ, обумовлює низка позамовних факторів, тому в процесі створення метафори досить часто її автор актуалізує ознаки, які не є суттєвими для базового слова, проте приписуються людиною об’єктам навколишньої дійсності. Приміром, *es ist eine Maus im Mehl* – “die Sache hat einen Haken, sie hat einen Fehler, ist nicht in Ordnung” [Rö, B. 3: 4021], *eine Pflaume sein* – “ein nichtsnutziger Mensch sein” [Rö, B. 4: 1174], *jmdm. den Saft abdrehen* – “jmdm. den (elekrischen) Strom absperren” [Re:], *einen langen Senf über etwas machen* – “viele unnütze Worte machen, ein weitschweifiges, unklares Gerede ausführen” [Rö, B. 4: 1466].

Метою метафори є прагнення викликати певне емотивне ставлення до об’єкта, його оцінку. Однак, щоб донести необхідну інформацію та не зруйнувати процес комунікації, метафора повинна бути заснована на образі, який є типовим для національно-культурної спільноти. У кожній культурі є стереотипні уявлення та еталони, з якими зіставляється об’єкт. Завдяки цьому порівнянню відбувається процес оцінювання. Приміром, різкість людини по відношенню до інших порівнюється з гостротою гірчиці *scharf wie Mostrich* – “суворий, нещадний” [Мі: 122], велика сума з властивостями приправ підсилювати смак страв *eine gepfefferte / gesalzene Rechnung* – “eine sehr hohe Rechnung” [Re:].

В. М. Телія розмежовує динаміку та статику мовної метафори. Під статикою розглядає вже сформовану та функціонуючу у мові метафору. Під динамікою розуміє процес метафоричного переосмислення, який полягає у виборі певної ознаки чи ознак [202, с. 174]. Метафоричне переосмислення досліджуваних ФОГК ґрунтується на переносі значення на ***основі схожості***: **відчуттів** → *wie eine Suppe ohne Salz sein* – “fade; langweilig; reizlos; einförmig sein” [Re:], *dieser Senf steigt in die Nase* – “der Spaß ist zu grob, er verursacht Ärger und Zorn” [Rö, B. 4: 1467]; **дії** → *Pfeffer reiben* – “beim Radfahren wegen Kurzbeinigkeit auf dem Sattel hin- und herrutschen” [Rö, B. 4: 1160]; *zwei Suppen in einer Schüssel kochen* – “zwei Dinge zugleich tun” [Rö, B. 5: 1589], *Pfannkuchen machen* – “mit dem Flugzeug abstürzen und auf dem Erdboden aufprallen” (поширене серед солдатів з часів Другої світової війни) [Rö, B. 4: 1156]; **стану →** *jmnd. sitzt im Schmalz* – “як сир у маслі купається” [НУФС, Т. 2: 168], *ohne Saft und Kraft sein* – “müde, erschöpft sein, nicht überzeugen können” [Rö, B. 4: 1271]; **явищ →** *das ist Speck in Butter gebraten* – “es ist entweder sinnlose Verschwendung oder etwas Zweckloses, das zum zweiten Male geschieht” [Rö, B. 4: 1497]; **зовнішнього вигляду →** *ein Spargel sein* – “ein dünner Mensch sein” [Re:], *einen Spargel quer essen können* – “einen sehr breiten Mund haben” [RW, B. 11]; **кольору →** *in Pfeffer und Salz* – “eine aus Schwarz und Weiß gemischte Farbe von Kleiderstoffen” [Rö, B. 4: 1159]; **вражень →** *jmdm. eine pfeffern* – “jmdn. kräftig ohrfeigen” [Rö, B. 4: 1160], *Öl auf die Lampe gießen* – “ein Glas Alkohol (Schnaps) trinken” [Rö, B. 3: 924].

В основі метафоричного перенесення спостерігаємо значення **міцності:** *Schmalz in den Armen haben* – “відчувати в собі велику силу, бути міцним” [НУФС, Т. 2: 168]; **труднощів:** *jmdm.eine harte Nuss zu knacken geben* – “jmdm. eine schwierige Aufgabe stellen” [RW, B. 11]; **вартості:** *um ein Linsengericht* – “billig, für einen lächerlich geringen Preis, weit unter seinem Wert” [Rö, B. 1: 287], *das ist kein kleines Bier* – “das ist etwas Wertvolles” [Rö, B. 1: 193]; **розміру:** *drei Käse hoch sein* – “ganz klein sein” [Rö, B. 3: 813]; **об’єму:***in einer Nuss* – “ganz zusammengedrängt” [Rö, B. 3: 1105], *dichtgedrängt wie die Heringe in der Tonne* – “eng zusammengedrängt” [Rö, B. 2: 702]; **часу:** *jmnd. holt Bier* – “хтось кудись запропастився” [НУФС, Т. 1: 101], *noch als Käse im Schaufenster gelegen habe* – “zu dieser Zeit noch nicht geboren worden sein” [Re:].

Семантика метафори будується під впливом емоцій, позамовних явищ та життєвого досвіду носіїв мови, іноді випадкових спостережень. Це пояснює виникнення нових конотативних сем у структурі досліджуваних ФОГК в процесі переосмислення вільного словосполучення чи речення. Прототипом ФОГК *seinen Senf zu etwas geben* – “sich in fremde Dinge einmischen” [Rö, B. 1: 253] є змінне словосполучення *seinen Senf zu etwas geben* – “додавати до чогось свою гірчицю”. Перенос назви ґрунтується на схожості дій. Семантичним інваріантом обох дій є “робити щось, коли тебе про це не просять”. Значення прототипу конкретне → “на власний розсуд додати до страви приправу, якої не вистачає”. Значення ФОГК є абстрактним, тому стосується всього класу об’єктів або ситуацій, стосовно яких потрібно висловити власну думку. Таким чином, метафоричне переосмислення поєднується із розширенням значення.

Метафоричне переосмислення має вищий ступінь мовної абстракції на відміну від метонімічного. Фразеологічна абстракція здійснюється через конкретний опис чи уявлення про предмет, явище, факт, подію, що передається внутрішньою формою ФОГК. Вона визначається, головним чином, семантичними факторами, проте на її ступінь впливають структурно-граматичні ознаки ФОГК. Метафоричне чи метонімічне переосмислення побудоване на аналогії, яка по-різному знаходить своє відображення у досліджуваних ФОГК. В більшості випадків порівняння є імпліцитним, тобто випливає лише зі смислового змісту. І метафора, і метонімія містять приховане порівняння [153, с. 185]. На основі переносу прямого значення слова з однієї смислової сфери на слово, що позначає предмет, особу або явище з іншої предметно-смислової сфери виникає образ. Зв’язок між двома об’єктами здійснюється на основі третього члена (“*tetrium comparationis*”), який містить спільну властивість двох порівнюваних величин. У метафорі одна із цих величин експліцитно не виражена (поняття, з яким ототожнюється інше поняття лише мається на увазі, проте не називається). На думку А. Вежбицької всі метафори у певному сенсі є еліптичними (“ex definition”), оскільки для експлікації метафори потрібно два елементи, а не три [302, с. 143]. У порівнянні з метафорою, *метонімія* є більш об’єктивною (відображає реальну взаємодію та взаємозалежність предметів об’єктивного світу) та наближеною до денотату. Для неї не є характерною фантазія, оскільки вона базується на реальному зв’язку об’єкта номінації з тим об’єктом, найменування якого переноситься на об’єкт номінації на основі просторових, часових, предметних та логічних відношень [234, с. 223]. В основі метонімії знаходяться постійні асоціації, які виникають у зв’язку з екстралінгвальними характеристиками об’єктів дійсності та відображають певні типи відношень між ними.

У ході дослідження було виявлено, що шляхом метонімічного переосмислення утворено 240 ФОГК. В основі метонімічних ФОГК лежать 1) ***асоціації за суміжністю***. Приміром, у ФОГК *etwas zwischen Birnen und Käse versprechen* – “in der guten Laune nach dem Essen, beim Nachtisch” (раніше груші та сир подавалися до столу на десерт) [Rö, B. 1: 200] час після їжі, коли сервірують солодкі страви, позначається через продукти, які подаються на десерт. Перенесення найменування відбулося на основі часових відношень; 2) ***асоціації за******причинно-наслідковим зв’язком****.* У ФОГК *einen Tee geben* – “zu einer (abendlichen) Veranstaltung einladen” [Rö, B. 5: 1605] дія (організація вечора) позначається через знаряддя дії (чай), оскільки чаювання було невід’ємним атрибутом вечора. Дія може позначатися і через результат, як це відбулося у ФОГК *in Lohn und Brot kommen* – “angestellt sein; feste Arbeit haben” [RW, B. 11]. У ФОГК *Blümchenkaffee trinken* – “dünnen, gehaltlosen Kaffee trinken” [Rö, B. 1: 222] процес (кавування) позначений через назву. *“Blümgen-Coffee”* – так називають жителі міста Лейпціга каву, яка є зовсім неміцною, оскільки через її консистенцію можна навіть побачити квіточки на самому денці чашки.

До складу ФОГК входять КГ, утворені шляхом метонімічного переносу значення за суміжністю: ***назва продукту харчування → страва з нього*** (*daher der Name Bratkartoffel!* ‒ “jetzt weiß ich den Grund!; jetzt verstehe ich!” [RW, B. 11]*;* *zum Käse (recht) kommen* ‒ “zu spät, weil der Käse erst am Schluß der Mahlzeit gereicht wird” [Rö, B. 3: 813]); ***назва риби → рибна страва*** *(keinen Hering vom Teller ziehen* – “schwach / energielos / kraftlos sein” [Re:]); ***назва птиці → назва виду мяса → страва з птиці*** (*sich die gebratenen Gänse in den Mund fliegen lassen* ‒ “sich untätig nur dem Genuss hingeben, sich verwöhnen lassen” [Rö, B. 5: 1603]); ***назва частини туші тварини → м’ясна страва*** (*bei jmdm. einen Schinken im Salze liegen haben* ‒ “mit jmdm. eine Sache auszutragen haben, noch Strafe von ihm zu erwarten haben” [Rö, B. 4: 1344]).

Таким чином, з наведених прикладів бачимо, що метонімічне переосмислення призводить до тіснішого зв’язку між значенням ФОГК та її прототипом. Важливою є внутрішня форма, яка у семантичній структурі ФОГК відіграє роль конструктивної семи, поєднуючи в одному “кадрі” дві картини – первинну та вторинну [5, с. 160]. Так, у низці ФОГК з КГ ***Frucht*** “плоди дерева” (*die* ***Früchte*** *des Baumes*) були образно перенесені на людину та її діяльність, тому виникає група метонімічно переосмислених ФОГК: *an ihren* ***Früchten*** *sollt ihr sie erkennen* – “ihre Taten, Ergebnisse, Erfolge zeigen ihre wahre Gesinnung” [Rö, B. 2: 479], *die süßesten* ***Früchte*** *nicht erreichen* – “das Köstlichste nicht erlangen können” [Rö, B. 2: 479], *etwas wird (reiche)* ***Frucht*** *tragen* – “es wird mit Erfolg belohnen” [Rö, B. 2: 479], *die* ***Frucht*** *ihres Leibes sein* – “ihr Kind sein” [Rö, B. 2: 479], *die* ***Früchte*** *seiner Arbeit (Mühe, seines Schweißes) genießen* – “Wohlverdientes genießen” [Rö, B. 2: 479], *die* ***Frucht*** *langjähriger Arbeit sein* – “das Ergebnis wissenschaftlicher Forschung, künstlerischen Ringens” [Rö, B. 2: 479].

Різновидом кількісної метонімії є *синекдоха*, яка полягає у перенесенні значення з одного предмету на інший на основі кількісних відношень між ними. Серед досліджуваних ФОГК було виявлено відношення типу “від одиниці до множинності”. Вони представлені низкою ФОГК з КГ ***Ei, Butterbrot, Apfel***, які вказують на низьку вартість та оцінку: *für ein Butter****brot*** *arbeiten* – “ohne entsprechenden Lohn” [Rö, B. 1: 287], *für ein* ***Ei*** *und ein Butter****brot****/ für ein* ***Apfel*** *und ein* ***Ei*** – “für eine Kleinigkeit, weit unter dem Wert, fast umsonst” [Rö, B. 1: 92].

У ході дослідження було виявлено, що у низці ФОГК процес метафоричного, рідше метонімічногопереосмислення, супроводжується ***іронією***. Іронія є засобом оцінки, стилістичним прийомом, вираженим за допомогою різних тропів [154, с. 244], ґрунтується на протилежності експліцитно вираженої позитивної оцінки денотату негативній оцінці, яка мається на увазі лише імпліцитно [153, c. 167]. У вузькому значенні іронія є ототожненням антонімічних або суперечливих понять [234, с. 238], які знаходяться у відношеннях суперечності чи протилежності. Асоціації за контрастом, що є основою іронічних ФОГК, сприяють їх яскраво вираженому оцінному характерові, іноді створюють комічний ефект. Приміром, у ФОГК *ein Früchtchen sein* – “ein missratenes Kind, ein Taugenichts sein” [Rö, B. 2: 479] іменник *Früchtchen* (“плід дерева”) змінює своє значення на “невихована дитина, ледар”. З XVIII ст. ця ФОГК використовується для іронічного позначення підлітка, який не дотримується жодних правил та веде аморальний спосіб життя. ФОГК *Äpfel braten* – “Nichstun, Beschäftigung mit unbedeutenden Dingen” [Rö, B. 1: 93] набуває іронічного підґрунтя, коли вживається з додатком → *er kann mehr als Äpfel braten, er kann sie auch essen*. Формальним засобом вираження іронії є інтонація та контекст.

Таким чином, основою перенесення найменувань є асоціації за суміжністю, схожістю, контрастом та причинно-наслідковим зв’язком, які відображають образи, типові для національно-культурної спільноти. Метафоричний зсув найменування є одним з основних механізмів утворення ФОГК (56%). Метою цього процесу є економія зусиль мовця та полегшення акту комунікації. Менш продуктивним є метонімічне переосмислення (18% ФОГК). Характер переосмислення обумовлюється відношеннями, які викликані змінами семантичної структури. Ототожнення понять, які перебувають у контрадикторних чи контрарних відносинах, надає ФОГК іронічності.

* + 1. **Лексико-семантичні шляхи утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом**

Продуктивним способом утворення ФОГК є метафоричне або метонімічне переосмислення змінного словесного комплексу, що існує у мові у своєму прямому значенні паралельно з відповідною ФОГК. Змінний словесний комплекс при первинній транспозиції стає стійким образним словосполученням фразеологічного характеру внаслідок семантичного перетворення вільного словосполучення та формування єдиного образного семантичного цілого. Внутрішня форма є посередником між вільним словосполученням та утвореною на його основі ФОГК. Услід за О. В. Куніним виділяємо поняття прототипної семи, яка характерна лише для ФОГК з живою внутрішньою формою. Виділення прототипної семи пов’язане з асоціаціями, які виникають між значенням ФОГК та значенням її прототипу [114, с. 101]. У ФОГК *es ist eine Maus im Mehl* (букв. “миша в муці”) ми виділяємо прототипні семи *“Maus”* (миша) та *“Mehl”* (мука), які трансформуються в сему *“бути не в порядку”.* Ця ФОГК має метафоричне значення *“die Sache hat einen Haken, sie hat einen Fehler, ist nicht in Ordnung”* [Rö, B. 3: 1015]. Переносне значення ґрунтується на асоціації миші як шкідника, який не повинен бути в муці.

ФОГК можуть бути повністю або частково переосмислені. Значення генетичного прототипу не завжди сприяє розумінню самої ФОГК. Як зазначає А. Г. Назарян, образні ФОГК з *повним переосмисленням* реалізують своє значення лише за підтримки контексту, оскільки неможливо пояснити ФО за допомогою слів, які входять у словосполучення, що утворює внутрішня форма [155; 156]. Так, при визначенні ФОГК *mit Zitronen handeln* – “mit einer Unternehmung o.ä. Pech haben” [RW, B. 11] неможливо використати слова *Zitronen* – “лимони” та *handeln* – “торгувати”. Прототипом цієї ФОГК є існуюче у сучасній німецькій мові змінне словосполучення цього ж лексичного складу *mit Zitronen handeln* – “торгувати лимонами”. Перенос назви з денотату прототипу ФОГК на денотат ФОГК, яка є абстракцією від першого, ґрунтується на схожості дій. Ця ФОГК пов’язана з уявленням про те, що вираз обличчя людини, яка їсть лимон, схожий на той, коли вона потерпає поразку чи невдачу.

При *частковому переосмисленні* відбувається лише заміна диференційної семи вільної сполуки, та збереження архісеми [156, с. 160]. У ФОГК *das kostet nur ein Brot* – “das ist sehr billig” [Rö, B. 1: 265] переосмисленим є лише останній компонент *Brot*, всі інші компоненти вживаються у своєму буквальному значенні. *Хліб* виступає як міра розрахунку, оскільки є найнеобхіднішим для життя продуктом харчування, а його наявність в доступній кількості та дешевизна приготування вплинула на його низьку вартість. При переосмисленні у ФОГК актуалізується конотативна сема лексеми *Brot* – “дешевий, доступний”. У вільній сполуці *Kaviar sein für jmdn.* (“бути для когось ікрою”) архісема – “продукт харчування”, диференційна сема – “дорогий делікатес”, потенційна сема – “певне призначення продукту (не для пересічного покупця)”. У ФОГК *Kaviar sein für jmdn.* – “ein nicht zu erreichendes Gut, ein zu teurer Genuss für jmdn. sein, zu hoch für ihn sein, über seinen Horizont gehen, so dass er es nicht zu würdigen weiß” [Rö, B. 3: 830] архісема – “благо, насолода”, диференційна сема – “дорогий, недосяжний, недоступний для кожного”. Відбувається перенос за схожістю з конкретного (*Kaviar*) для позначення абстрактного (Gut, Genuss), потенційна сема стає провідною у значенні ФОГК.

При метонімізації зберігаються архісема та диференційна сема значення змінного словосполучення, при цьому актуалізується конотативна сема значення вільної сполуки, а архісема перетворюється у диференційну сему. Внаслідок цього спостерігаємо ускладнення семантичної структури досліджуваних ФОГК в порівнянні з їх прототипом [156, с. 158]. Так, у вільній сполуці *zur Suppe kommen* (букв. “прийти на суп”) архісема лексеми *Suppe* – “страва”, диференційна сема – “рідка, гаряча страва”, потенційна сема – “страва на сніданок, обід чи вечерю”. У ФОГК *zur Suppe kommen* (“auf Besuch kommen, wenn gerade gegessen wird” [Rö, B. 5: 1588]) архісема – “їжа”, диференційна сема – “один із прийомів їжі (обід, вечеря)”. Процес переосмислення ФОГК відбувся на основі перенесення значення за суміжністю, з дії на її об’єкт.

Національно-культурною специфічністю характеризуються символи. Символом стає предмет або явище, що добре знайомі та відіграють важливе значення у житті народу ‒ носія мови. Предмети-символи пов’язані з певною ситуацією, в якій вони реалізуються, при цьому ця ситуація може співпадати в різних народів. Символ є свого роду “конгломератом рівноцінних значень”, знаком, в якому первинний зміст є формою для вторинного [142, с. 96–97]. На думку Е. Сепіра, вся культура, а також і поведінка людини навантажені символами. Навіть відносно прості форми поведінки є мотивованими несвідомими імпульсами, завдяки яким поведінка повинна розглядатися в якості символу [185, с. 207]. Символ виникає в результаті метафоричного співставлення далеких одне від одного понять. Символ є образним, багатозначним, універсальним в окремо взятій культурі, глибоко національним та вмотивованим тим смисловим зв’язком, який встановлюється між предметними та абстрактними елементами його змісту. Саме вмотивованість об’єднує символ з метафорою та метонімією. Символ та метафора пов’язують два концепти в один. Але метафора, зіставляючи концепти, нівелює їх відмінності, а символ їх зберігає та підкреслює самостійність кожного концепту [6, с. 189].

Слово-символ у своєму становленні проходить три стадії: спочатку виникає реальний символ (як правило, предметний, рідше ‒ мовний), далі виникають висловлювання, в яких вживається цей символ, завершальним етапом є набуття цим словом-символом відносної свободи, що дозволяє його використання у складі нових ФО [52, с. 203]. Слова-символи є свого роду “банками даних”, які можна уявити собі у вигляді семантичної спіралі, що включає широкий спектр значень, починаючи від імпліцитних (прихованих, потенційних), тобто ніяк не виражених в слові, але, які є його невідʼємною частиною [142, с. 97‒98].

**Символічне значення** присутнє у низці КГ досліджуваних ФОГК:

1. КГ ***Apfel, Beeren, Frucht, Kirsche, Obst*** є символами **еротизму, сексуальності** та **гріха:** *verbotenes Obst gegessen haben* – “eine gedankliche Verbindung zum Sündenfall” [Rö, B. 4: 1108], *in die Beeren gehen* – “zu einem heimlichen Stelldichein, unbeobachtet sexuelle Abenteuer erleben” [Rö, B. 1: 165]. Набуття КГ символізму пояснюється асоціацією фруктів із плодом, яким спокусили Єву, зірвавши його з дерева пізнання добра та зла із райського саду [Би: 306];
2. ***Bohne***. Оскільки сама по собі одна квасолина не мала жодної цінності та вартості, то вже з XIII ст. лексема ***Bohne*** у складі ФОГК **символізує** щось **незначне**, те, що **немає жодної вартості:** *nicht die Bohne* */ nicht einer kalten Bohne wert* – “durchaus nicht, nichts; keineswegs, nicht die Spur” [Rö, B. 1: 235], *keine Bohne wissen* – “нічого не знати” [НУФС, Т. 1: 117]. З іншого боку, часто німці замінювали квасолинами під час гри справжні гроші, тому звідси виникає асоціація **багатого врожаю квасолі з** **добробутом** та **заможністю**: *er hat viele Bohnen im Sack / er hat Bohnen* – “er ist wohlhabend oder scheint es wenigstens zu sein” [Rö, B. 1: 236];
3. ФОГК з КГ ***Brot*** передають усвідомлення людиною залежності свого існування від хліба. Хліб ще з далекого минулого став найважливішим продуктом харчування у всіх народів, які обробляли зернові культури та освоїли пекарську справу. Кожна стадія в процесі приготування хліба, від посіву зерна до подачі на стіл, пронизана символікою та свідчить, по відношенню до людини, про шлях людської культури [Би: 289]. Хліб є настільки головним, що навіть вживається як синонім до **їжі, роботи**, символізуючи все, що пов’язано з матеріальним існуванням людини: *einem Brot geben (verschaffen)* ‒ “ihm Arbeit und damit eine Verdienstmöglichkeit geben” [Rö, B. 1: 262]. Хліб символізує матеріальний достаток в родині, тому у низці випадків лексеми *Brot / Brötchen* позначають **гроші як засіб до існування**: хто працює, той *verdient sein Brot*; *irgendwo verdient man seine Brötchen* – “eine feste Arbeit haben” [Rö, B. 1: 262]; *das ist ein sauer Bissen Brot –* “es ist sehr schwer verdient” [Rö, B. 1: 264]*, nach Brot gehen –* “шукати заробітку” [НУФС, Т. 1: 124]*, kaum das liebe Brot haben ‒* “ледве зводити кінці з кінцями” [НУФС, Т. 1: 124];
4. КГ ***Butter***у ФОГК символізує **фінансовий достаток**, **везіння**, **гарний хід справ**: ***Butter*** *in den Spinat tun* – “jemandes finanzielle Lage verbessern” [Rö, B. 5: 1588], ***Butter*** *bei den Fischen haben* – “gut leben, Geld haben” [Rö, B. 1: 286]. Наявність асоціативного зв’язку пов’язана з гастрономічними особливостями масла як продукту високої харчової цінності, який покращує смак страв;
5. ***Ei.*** Селяни оплачували податок господарю у чистий четвер саме яйцями, які були і засобом оплати інших дрібних церковних та світських податків (*Eierzins*), тому на той час **велика кількість яєць** символізувала **добробут**: *Eier im Fett haben, Eier im Schmalz haben* (у вжитку з 1430) [Rö, B. 2: 356]. Звичай виплачувати священику на Паску так звані *“Beicht****eier****”* (жертвувалися церкві за сповідь), існував у Німеччині до кінця Другої світової війни. На відміну від свиней, птиці, гусей та іншої живності, **одне яйце** мало найменшу вартість, вважалося **дрібними грошима**, тому: *keine Eier mehr haben* – “mittellos sein” [Rö, B. 2: 356], e*r hat es für ein Ei und ein Butterbrot (für einen Apfel und ein Ei) gekauft –* “er hat es spottbillig erhalten” [Rö, B. 2: 356];
6. КГ ***Haselnuss*** (лісовий горіх) є символом **любові** та **плодовитості.** На півдні Німеччині нареченій дарують повну корзину горіхів. *Die Haselnüsse sind heuer geraten* [Rö, B. 2: 672] означає, що у цьому році багато вагітних дівчат. Ще у Середньовіччі монахи-бенедиктинці вважали дерево лісового горіху символом **похоті** та **гріха**, оскільки самі лісові горіхи мали **еротичне значення**, символізували **сексуальність** та **плодовитість**: *in die Haselnüsse gehen* – “sein Liebchen aufsuchen, heimlichen Umgang pflegen, verbotene Liebe genießen” [Rö, B. 2: 672], *es gibt in diesem Jahr viele Haselnüsse* – “viele uneheliche Kinder geboren werden” [Rö, B. 2: 672];
7. ***Hering*** – символ **дріб’язковості** та **незначущості** (виникає на основі асоціації з розміром самої рибини): *er brät den Hering um den Rogen* – “er bemüht sich um wenig oder nichts” [Rö, B. 2: 701], *hier wird er keinen Hering braten* – “hier wird er nicht zum Zug, Erfolg kommen” [Rö, B. 2: 701], *an einem Hering acht Tage essen* – “жити надголодь” [НУФС, Т. 1: 324];
8. ***Honig*** та ***Zucker*** – символи **лестощів, насолоди** та **радощів**: *Zucker klopfen,* *Zucker im Munde haben* – “sich einschmeicheln, seine wahre Gesinnung verhüllen” [Rö, B. 5: 1776], *das ist nicht der reine Bienenhonig* – “das ist keine reine Freude, kein ungetrübter Genuss, keine besonders angenehme Beschäftigung, mit der man befasst ist” [Rö, B. 3: 736], *Honig reden* – “багато обіцяти, лестити” [НУФС, Т. 1: 347], *einem Honig um den Bart schmieren* – “підлещуватися до когось” [НУФС, Т. 1: 347]. Символічне значення КГ набувають завдяки своїм гастрономічним характеристикам, а саме властивостям надавати стравам солодкого смаку;
9. Сир, особливо у сільській місцевості, вважався продуктом дешевим та легким у приготуванні, тому КГ ***Käse / Quark*** часто позначали **нісенітниці, дурниці**: *So ein Käse/Quark!* – “So ein Unsinn!” [Rö, B. 3: 813], *Quark reden* – “Unsinn reden” [Rö, B. 3: 813], *Käse machen* – “Unsinniges tun” [Rö, B. 3: 813]. В той же час *Käse* у низці ФОГК є символом життєвого благополуччя, оскільки у житті простого селянина відігравав роль основного продукту харчування: *den Käse ohne Brot essen* – “sich das Beste nehmen” [Rö, B. 3: 813 ], *sich den Käse nicht vom Brot nehmen lassen –* “sich zur Wehr setzen, sich nicht alles gefallen lassen; seinen Standpunkt verteidigen” [Rö, B. 3: 813 ], *er hat den Käse zu dick geschnitten* – “er hat verschwendet, ist mit seinem Vermögen am Ende” [Rö, B. 3: 813 ];
10. КГ ***Pfeffer*** – символ **багатства**: *viel Pfeffer haben* – “reich sein” [Rö, B. 4: 1159]. ***Pfeffer*** є запозиченням з лат. *piper*, яке в свою чергу було запозичене з грец. *pеperi* [DUHW]. Ця екзотична приправа була завезена з Індії, спочатку стала відомою завдяки своїм лікувальним властивостям та застосуванню у медицині. Проте її транспортування обходилося настільки дорого, що перчинки продавалися поштучно через високу вартість. Їх клали на одну вагу із золотом і лише багаті могли собі дозволити цю приправу. *Etwas auf die Pfefferwaage legen (= etwas auf die Goldwaage legen)* ‒ “etwas sehr genau nehmen, prüfen” [Rö, B. 4: 1160]. Деякі шлюби укладалися у Німеччині лише після того, як наречений віддавав викуп за свою майбутню дружину перцем;
11. КГ ***Pflaume*** є символом **висміювання** та **насміхання**: *Pflaumen austeilen* – “пускати шпильки” [НУФС, Т. 2: 106], *sich nicht anpflaumen lassen* – “anzügliche, spöttische Bemerkungen, provozierende Anrede energisch zurückweisen” [Rö, B. 4: 1174], *jmdn. anpflaumen* – “jmdn. necken, verspotten, veräppeln” [Rö, B. 4: 1174], *jmdm. eine Pflaume an den Kopf werfen* – “кидати камінець у чийсь город; пускати шпильку на адресу кого-н.” [НУФС, Т. 2: 106]. Символічне значення пов’язане з тим, що назва цього фрукту раніше була образливим прізвиськом, адресованим розпусним жінкам, над якими зневажливо насміхалися інші жінки [Би: 248];
12. Із сер. XIX ст. КГ ***Salat*** у ФОГК є символом **хаосу, безладу**: *Da haben wir den Salat!* Слово *Salat* було запозичене у XV ст. з італ. '*insalata*' – “мішана страва, яка подається холодною”, тому: *Skisalat* – “Ski-Unfall” [Rö, B. 4: 1275], *Bandsalat –* “Verwicklung von Tonbändern” [Rö, B. 4: 1275];
13. КГ ***Zwiebel*** у складі ФОГК символізує **сльози, біль, муку та тортури**: *er sucht Zwiebeln* – “er möchte gern weinen, um Trauer und Anteilnahme zu heucheln, er zwingt sich zu Tränen” [Rö, B. 5: 1784]. Оскільки у людини, яку піддають мукам та тортурам, очі повні сліз, як у того, хто нарізає цибулю, то ФОГК *einen zwiebeln* (zwiebeln – з XVII ст. похідне дієслово від іменника *Zwiebel*) – “ihn quälen, plagen” [Rö, B. 5: 1784].

У ході дослідження було встановлено, що хоча окремі ФОГК і були утворені *шляхом переосмислення стійких словосполучень нефразеологічного характеру*, проте їх кількість є мінімальною. Це можна пояснити тим, що термінологічні словосполучення, вжиті у буквальному значенні, не зустрічаються серед компонентного складу досліджуваних ФОГК. Прототипом ФОГК, утворених вище згаданим шляхом, є стійке словосполучення нефразеологічного характеру, пов’язане з певним явищем минулого, яке зникло з мови. Для встановлення зв’язку між образним значенням такої ФОГК та її прототипом потрібно вдаватися до етимологічних розвідок. Деякі змінні словосполучення, в результаті переосмислення яких виникли певні ФОГК, не вживаються у сучасній німецькій мові у вільному вжитку. Відбувається зміна ознак, оскільки зникають ознаки, властиві прототипам ФОГК і виникають нові ФОГК. Приміром, *Butterfahrten machen* ‒ “zollfrei einkaufen” [Rö, B. 1: 287]. Саме словосполучення було пов’язане з певною ситуацією. На кораблях, які покидали власні територіальні води, можна було продавати товари без мита. Винахідливі власники кораблів організовували поїздки до сусідніх закордонних портів, які знаходилися неподалік, щоб виконати цю вимогу. Люди в основному їхали спочатку, щоб купити масло, а вже пізніше і по алкоголь та тютюнові вироби. Коли відпала потреба в таких поїздках, ця ситуація зникла і сполука зазнала переосмислення, внутрішня форма стерлась, оскільки був втрачений звʼязок між значенням ФОГК та буквальним значенням компонентів.

Найпродуктивнішим лексико-семантичним шляхом утворення досліджуваних одиниць є виникнення ФОГК внаслідок переосмислення дослівного значення прототипу, ускладненого уявними асоціаціями та екстралінгвальними чинниками. ФОГК утворюються на основі змінного словесного комплексу або стійкого словосполучення нефразеологічного характеру. Образність ФОГК виникає в результаті переосмислення слів, що входять до їх складу. Насамперед це стосується ФОГК, в яких метафоричне переосмислення базується на уявних асоціаціях, тобто в основі лежить *нереальний, вигаданий образ, неіснуюча ситуація*. Характерною особливістю цих ФОГК є те, що реальне позначається через нереальне, відбувається порушення формальної логіки та семантичної несумісності компонентів. [113, с. 76]. У ФОГК *jmdm. in die Suppe fallen* компонентний переклад набуває буквального значення “впасти комусь в суп”, але в результаті переосмислення словосполучення отримує значення “auf Besuch kommen, wenn gerade gegessen wird” [Rö, B. 5: 1588]. Те ж саме спостерігаємо і у ФОГК *jmdm.einen Bonbon auf die Backe kleben* (букв. “приклеїти комусь цукерку до щоки”) – “jmdn. veralbern” [RW, B. 11].

Логічне протиріччя присутнє у ФОГК *Brot im kalten Ofen backen wollen / Brot in den kalten Ofen schieben* – “ein törichtes Beginnen, eine vergebliche Arbeit” [Rö, B. 1: 264]. Оскільки взаємовиключні поняття *Brot backen* та *kalter Ofen* є реальними денотатами, то їх поєднання у ФОГК підкреслює неможливість випікання хліба у холодній печі, що є марною справою. Мова йде про оксюморон ‒ стилістичний прийом, що полягає у поєднанні протилежних за змістом, контрастних понять, які спільно дають нове уявлення. Особливість оксюморона полягає в утворенні несподіваного експресивного ефекту, як, приміром, у ФОГК *mit kaltem Wasser verbrüht sein* [Rö, B. 5: 1702]. Компоненти *kaltes Wasser* (холодна вода) та *verbrühen* (попектися) є несумісні семантично та логічно, проте таке поєднання створює яскравий образ на позначення людини, що є несповна розуму. Не маючи опори в реальній дійсності, ці сполучення слів набувають переносного значення в момент свого виникнення і ФОГК, утворені в результаті цих асоціацій, не мають омонімічних змінних сполук. Вони є особливо емоційно та експресивно забарвленими внаслідок парадоксального поєднання лексем, до того ж ступінь виразності цих ФОГК буде залежати від ступеню несподіванки поєднання форми та змісту.

У ФОГК зазнають переосмислення КГ, що асоціюються з культурно-національними еталонами, концептами та відтворюють характерний для німецької спільноти менталітет. В основі утворення ФОГК, виникнення яких пов’язане зі звичаями, традиціями, подіями та повірʼями, лежить образне переосмислення національно-специфічних ситуацій. ФОГК *Zielwasser getrunken haben* – “beim Gewehrschießen gut treffen” [Rö, B. 5: 1772] походить від назви напою *Zielwasser*. За **легендою**, яку розказували жителі Гарцу, дуже рідко мисливець міг влучити у всі цілі. Така майстерність була йому винагородою за хорошу справу. Він отримував на знак подяки в подарунок пляшечку з так званою *“Zielwasser”*. На сьогодні ФОГК побутує у формі іронічного запитання → *Du hast wohl Zielwasser getrunken?* [Rö, B. 5: 1772] по відношенню до людини, яка, задля мужності перед важким завданням, вирішила “набратися хоробрості”, тобто вживала алкоголь і перебувала у стані оп’яніння. Іменник *Zielwasser* внаслідок переосмислення отримав значення “алкогольний напій” на основі асоціації з впливом алкоголю на людину, дія якого підвищує рівень адреналіну в крові і людина стає стійкою до стресу.

Походження ФОГК *eine Bohne in einer Speise verstecken / eine Bohne in einen Kuchen backen* [Rö, B. 1: 236] пов’язане зі старим **жартом**, коли під час святкування гостей частували пирогом, і того, хто знаходив квасолину у своєму шматку, призначали на цей день королем свята (*“zum Bohnenkönig”*). Всі гуляли, частувалися за його рахунок і віддавали йому почесті як королю. Внаслідок переосмислення *eine Bohne in einer Speise / eine Bohne in einem Kuchen* набуває значення “хорошої, цінної знахідки”. Завдяки асоціації з **ритуалом** приготування гуски на Різдво виникає ФОГК *jmdn. ausnehmen wie eine Weihnachtsgans*. Спочатку тушку гуски потрібно було випатрати, а потім начинити її на свій смак. Так формується нове значення сполуки → “jmdn. (auf unehrliche Weise) um sehr viel Geld o. ä. bringen” [RW, B. 11]. ФОГК *die gleichen Laibe zurückgeben* – “im Bösen Gleiches mit Gleichem vergelten” [Rö, B. 3: 922] пов’язана з **традицією** позичання хліба. Якщо у когось закінчувався хліб, то декілька буханок позичалися у сусідів, при цьому за них не платили, а повертали наступного разу, коли самі пекли хліб. Якщо сусід сусідові давав погані хлібини, то поверталися такі ж. *Pflanz dir Obstbäume, dann kannst du heiraten!* – казали раніше, тому що за **народним переказом** молода пара, яка хотіла одружитися, зобов’язувалася посадити шість фруктових дерев, саджанці яких повинні були прийнятися. Лише після цього хлопець та дівчина мали право укласти шлюб.

У ході дослідження було встановлено, що для низки ФОГК характерною є затемнена мотивація, оскільки вони виникли на основі ситуацій, звичаїв або традицій, які вже є давно забуті. Для прикладу, у ФОГК *Tomaten auf den Augen haben* – “nichts sehen; etwas nicht bemerken, übersehen” [RW, B. 11] визначення зв’язку між значенням ФОГК та її прототипом можливе за допомогою етимологічної довідки. Так, ця ФОГК виникає на основі асоціації за схожістю кольору та форми: червоний колір та округла форма помідора порівнюються з червоним світлом світлофора. Раніше поряд зі світлофорами часто стояли автоінспектори і траплялися випадки, коли авто, незважаючи на зелений колір, не рухалося з місця. Тоді автоінспектор звертався до водія фразою: “*Sie haben wohl Tomaten auf den Augen*!“, що означало, що цей водій все ще бачив червоне світло світлофора.

Взаємодія гіперболи з метафорою веде до утворення гіперболічної метафори, яка створює яскраві образи, підсилює виразність та враження, підкреслює негативні чи позитивні риси предмета чи явища. Група ***гіперболічних*** ФОГК є незначною за своїм складом (4,3% – 57 ФОГК). ***Гіперболічним*** ФОГК властиве надмірне перебільшення характерних властивостей чи ознак певного предмета, явища або дії. Роль інтенсифікаторів ознак можуть виконувати: ***числівники*** – *von einem Stoff Bier dreimal trinken* – “sagt man von einem Sparsamen” [Rö, B. 1: 194], під *dreimal* мається на увазі “протягом трьох днів”, *an einem Hering drei Tage essen* – “жити надголодь” [НУФС, Т. 1: 324]; ***прислівники та частки****:* *so voll sein, dass kein Apfel zu Boden fallen kann* – “sehr voll, überfüllt sein” [RW, B. 11].

Протилежними гіперболі фігурами є ***мейозис*** та ***літота*** (5,7% ‒ 76 ФОГК), основним завданням яких є подання ознак предмета з надмірним їх применшенням з метою підкреслити їх незначущість для передачі експресивності та підсилення образності [76, с. 49]. Проте від мейозиса літота відрізняється своєю семантично-синтаксичною структурою, ототожнювані поняття перебувають тут у відношеннях контрадикторності. За допомогою висловлювання про те, що не трапилося, краще акцентується увага на тому, що відбувається [234, с. 235]. Применшення ознак супроводжується запереченням nicht / kein: *nicht ein faules* ***Ei*** *für etwas geben* – “es ist ganz wertlos” [Rö, B. 2: 356].

До складуФОГК, у яких засобами перенесення найменувань є мейозис та літота, належать КГ, котрі позначають щось незначне, дріб’язкове, не варте уваги: ***Apfel, Bohne, Brot***, ***Butterbrot, Ei, Nuss.*** Приміром, *hohle / taube / gelöcherte Haselnuss* – “etwas Wertloses” [Rö, B. 3: 1105], *jmnd. ist eine hohle Nuss* – “jmnd. ist nichts wert” [Rö, B. 2: 673]. Досягти значення надмірного зменшення ознак предметів та явищ допомагає компонент-інтенсифікатор, який стоїть безпосередньо перед КГ, і, в більшості випадків, виражений ***прикметником →*** *es ist kein ausgeblasenes* ***Ei*** *wert / etwas ist kein halbes* ***Ei*** *wert / nicht ein stinkendes* ***Ei*** *für etwas geben* – “es ist ganz wertlos” [Rö, B. 2: 356], або ***числівником+прикметником →*** *es ist sieben ausgeblasene Eier wert* – “es ist ganz wertlos” [Rö, B. 2: 356].

На основі досліджуваного матеріалу виокремлено групу ***компаративних*** ФОГК (213 ФОГК), в основі семантичної структури яких знаходиться порівняння. Під ***порівнянням*** услід за М. Ф. Алефіренко розуміємо процес відображення у свідомості об’єктивних відношень схожості, відмінності або тотожності між відповідними предметами, явищами або подіями [5, с. 178]. Порівняння ж у своїй поверхневій структурі містить три величини, оскільки має відкрите, формальне вираження, що відображене граматично. Формальний звʼязок між порівнюваними елементами здійснюється за допомогою порівняльних сполучників ***wie, als, als ob***, або дієслів ***gleichen, ähneln*** [293, с. 257]. На відміну від Ф. Зейлера та В. Шмідта, І. І. Чернишова та Е. Різель виділяють компаративні ФО у спеціальну окрему групу фразеології, наголошуючи на їх продуктивності та фіксованій сполучуваності з певним колом прикметників та дієслів [226, с. 48]. ***Компаративні*** ФОГК відображають взаємозв’язок, взаємозалежність та взаємообумовленість предметів та явищ зовнішнього світу. Порівняння можуть базуватися на асоціативних зв’язках як за схожістю (метафоричні), так і за суміжністю (метонімічні). Приміром, *jmd.sieht aus,* ***als*** *hätte man ihm die Butter vom Brot genommen ‒* “хто-н.має збентежений вигляд” [Мі: 43],***wie*** *eine Suppe ohne Salz ‒* “fade; langweilig; reizlos; einförmig sein” [Re:]; *das ist notwendig* ***wie*** *Fliegen in der Suppe* ‒ “völlig überflüssig und geradezu unerwünscht” [Rö, B. 2: 461]; *jmnd. sieht aus* ***wie*** *Milchsuppe* ‒ “хтось дуже блідий” [НУФС, Т. 2: 53]; *hier zieht es* ***wie*** *Hechtsuppe* ‒ “vom Luftzug gesagt” [Rö, B. 2: 686]; ***wie*** *Heringe in der Tonne /****wie*** *die Ölsardinen* ‒ “dicht gedrängt” [Rö, B. 2: 702].

Компаративні ФОГК характеризуються менш високим ступенем мовної абстракції. Експліцитно виражене порівняння часто трансформується в імпліцитне, а іноді і в словесну метафору [155, с. 150]. Приміром, в компаративній ФОГК *grinsen / strahlen wie ein Honigkuchenpferd mit Korinthen darauf* ‒ “über das ganze Gesicht strahlen, grinsen” [Rö, B. 3: 736] з’явився скорочений варіант *grinsen wie ein Honigkuchenpferd*, а на основі цього варіанту утворилася словесна метафора ‒ *ein Honigkuchenpferd* зі значенням “придурковатий, дурненький, простуватий”. Спрощення лексико-граматичної структури ФОГК відповідно супроводжувалося підсиленням ступеня мовної абстракції. Між мовною абстракцією та семантичною структурою ФОГК є тісний взаємозв’язок та взаємообумовленість. Ступінь мовної абстракції ФОГК прямо пропорційний ступеню інтенсивності семантичного перетворення цих ФОГК: чим глибше семантичне переосмислення, тим вище ступінь фразеологічної абстракції та навпаки [155, с. 150].

З метою суб’єктивної оцінки та впливу на адресата виникають метафоричні, гіперболічно-емотивні порівняння. Для прикладу, щось відбувається дуже швидко *→ eher als Spargel kocht*, а оскільки спаржа і так потребує мінімальний час варки, то порівняння ще більше підсилює образність ФОГК. Приміром, фразеологізм *sauer wie ein Tankwagen mit Weinessig* є частково переосмисленим. Непереосмислений компонент *sauer wie*, який вживається у своєму прямому значенні *“кислий як”*, слугує для переосмисленої частини ФОГК своєрідним мікроконтекстом, за допомогою якого можна встановити значення цієї частини без залучення додаткового контексту. У складі ФОГК актуалізуються конотативні семи компоненту *ein Tankwagen* (автоцистерна) – *“великий за розміром, об’ємом”* та компоненту (винний оцет) – *“кислий”*. Отримане шляхом переосмислення словосполучення *ein Tankwagen mit Weinessig* вживається у складі ФОГК для гіперболічного порівняння зі значенням *“дуже кислий”*. Таке влучне, образне порівняння сприяє економії мовних зусиль мовця. Отримані шляхом наявної в основі порівняння гіперболізації предмета *компаративні* ФОГК мають яскраво виражений оціночний характер.

Компаративні ФОГК можуть базуватися і на асоціативних зв’язках за контрастом. Такі порівняння служать для іронічної, жартівливої характеристики людини, істот чи предмета. Приміром, ФОГК *das ist doch klar wie Kloßbrühe / wie dicke Suppe* має значення “das versteht sich von selbst, das ist völlig klar” [RW, B. 11]. Іронія присутня у протиставленні при порівнянні, коли ототожнювані поняття перебувають у відношеннях контрадикторності. Якщо прикметник *klar* має значення → “прозорий, зрозумілий”, то іменник *Kloßbrühe* та словосполучення *dicke Suppe* позначають страви, які, навпаки, є густими та непрозорими за своєю консистенцією.

В основі компаративних ФОГК лежать образи-еталони, відомі кожному члену мовного колективу: *rumrutschen wie ein Stück Butter auf der heißen Kartoffel* ‒ “неспокійно сидіти” [Мі: 43], *das ist alles drin wie in einer Frikadelle* ‒ “від цієї справи ще багато чого слід чекати” [Мі: 63]. У ФОГК *aufgehen wie ein Pfannkuchen/eine Dampfnudel* – “dick werden” [Rö, B. 4: 1156] фразеологічне порівняння ґрунтується на асоціації за схожістю у мовця образу людини, що швидко поправляється, з пончиками та кнедлями, які під час приготування швидко збільшуються в об’ємі завдяки дріжджам. Шляхом уподібнення різнопланових понять, не пов’язаних між собою в дійсності, створюються яскраві, образні порівняння: *das passt wie Senf auf Sahneschnitten* ‒ “це не підходить одне до одного” [Мі: 167]. Самобутність та неповторність мови передають компаративні ФОГК: *aussehen wie Buttermilch und Käse* – “мати жалюгідний вигляд” [Мі: 44], *ein Kreuz / Schultern haben wie ein Hering zwischen den Augen* – “бути дуже худим” [Мі: 79], *sich wie zehn Pfund Sülze auf nassem Asphalt benehmen* ‒ “істерично поводитися” [Мі: 177].

Основою компаративних ФОГК можуть бути порівняння, які виникають на основі спільних уявлень та асоціацій у різних народів. Ці ФОГК мають відповідники у інших мовах, проте з іншим лексичним наповненням: *aufeinandergepfercht wie Heringe* – “dicht gedrängt” (порівн. з укр. *“як оселедці у бочці”*) [Rö, B. 2: 702], *dürr wie ein Hering* ‒ “дуже худий” (порівн. з укр. “сухий як тараня”) [НУФС, Т. 1: 324], *sich gleichen wie ein Ei dem andern* ‒“sich völlig ähnlich sein” (порівн. з укр. “бути схожими, як дві краплі води”) [Rö, B. 2: 354]. Проте серед досліджуваного корпусу ФОГК мають місце порівняння, характерні лише для німецького народу. Порівняння-кліше володіють національною специфікою. Приміром, в українській та німецькій мовах існують ФОГК, які суттєво відрізняються об’єктами порівняння. Значення ФОГК *aussehen wie Dünnbier mit Spucke* ‒ “мати дуже блідий вигляд” [Мі: 51] буде незрозумілим людині, яка незнайома з традиційними напоями німецької кухні, оскільки *Dünnbier mit Spucke* позначає слабке пиво (*Dünnbier*), розведене соком. Про квітучий, здоровий вигляд жінок та дівчат, порівнюючи їх з квітками та фруктами, кажуть: *sie sieht aus wie ein Borsdorfer Apfel* – “sie hat frische Gesichtsfarbe, zarte Haut” [Rö, B. 1: 122]. *Ein Borsdorfer Apfel* ‒ популярний у Німеччині сорт яблук, назва якого походить від назви села у федеративній землі Саксонії. Цей сорт характеризується відмінним, солодким смаком та тривалим терміном зберігання.

Нижче подаємо схематичне співвідношення участі семантичних механізмів в утворенні досліджуваних ФОГК шляхом первинного фразотвору.

Рис. 3. 12 Структура семантичних механізмів утворення ФОГК

Досліджуваний фактичний матеріал свідчить про те, що утворення ФОГК на основі переосмислення змінних словосполучень та речень є одним із продуктивних типів фразотвору (441 ФОГК – 41%). Виникнення у вільного словосполучення нових ознак експресивності, оцінки та емотивності веде до створення єдиного образного семантичного цілого, яке може зберігати тісний мотиваційний звʼязок зі своїм прототипом. Кількість досліджуваних ФОГК, утворених шляхом переосмислення стійких словосполучень нефразеологічного характеру є мінімальною. Носіями національно-культурної інформації є ФОГК, до складу яких входить КГ-символ. Найпродуктивнішим лексико-семантичним шляхом є утворення ФОГК, ускладнених уявними асоціаціями та національно-специфічними ситуаціями (56%). Основними семантичними механізмами первинного фразотвору є метафора (56%), метонімія (18%), їх підвиди (мейозис/літота 5,7%, гіпербола 4,3%) та порівняння (16%).

* + 1. **Лексико-синтаксичні шляхи утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом**

Семантичне переосмислення ФОГК може супроводжуватися структурними змінами, а саме: експлікацією початкової матеріальної форми, неправильним осмислення слова у зв’язку з асоціацією, яку воно викликає, семантичним зсувом через наявність архаїзмів та запозичень [44; 49; 52].

# Під *експлікацією вихідної матеріальної форми* (від лат. *explicatio*, від *explico* — “пояснюю, розгортаю”), ми розуміємо розширення компонентного складу ФОГК, де матеріалом для утворення є окремі лексеми. Проблема збільшення складу ФОГК нерозривно повʼязана з такими лінгвістичними поняттями, як мова – мовлення, синхронія – діахронія [77]. Специфіка експлікації у фразеології проявляється в діалектичній єдності цих понять, що визначається мовленнєвою діяльністю, в якій народжуються ФОГК. Дія механізму експлікації полягає у переході кількісних змін в якісні, які впливають на експресивні, стилістичні та прагматичні можливості ФОГК. Стрижневий компонент ФОГК, утвореної шляхом експлікації, характеризується експресією, а залежний дає оцінку. Мотиваційною основою експлікації є внутрішня форма, здатна викликати емотивну реакцію [77]. Дериваційною базою у більшості випадків виступають КГ, внутрішня форма яких утворена шляхом метафоричного, рідше метонімічного переосмислення. Приміром, лексема *Nuss* (горіх) почала використовуватися в народі для позначення голови людини. Посилення експресивності досягається шляхом розгортання метафоричного образу: *eine dumme Nuss* – “дурень” [НУФС, Т. 2: 83], *eine taube Nuss* – “тупиця” [НУФС, Т. 2: 83]. Асоціативного значення набувають всі компоненти ФОГК. Мова йде про фразеологічну інтеграцію, коли слова, вступаючи у фразеологічні зв’язки, втрачають низку своїх природніх ознак та набувають нових. Дослідження фразеологічного матеріалу виявило групу ФОГК (86 ФОГК), утворених в процесі *фразеологічної інтеграції* на основі:

1. ***КГ***, які у розмовній мові вживаються у переносному значенні ***для позначення особи.*** Приміром, лексема ***Nudel*** у низці ФОГК позначає ***особу жіночої статі***: *sie ist eine putzige / freche / komische / tolle / versoffene* ***Nudel*** [Rö, B. 3: 1101];
2. ***КГ***, які у розмовній мові вживаються у переносному значенні ***для позначення частини тіла людини*. Голова** людини позначається лексемами ***Rübe, Birne, Nuss****.* Приміром, *eins auf die* ***Rübe*** *kriegen* – “einen Schlag auf den Kopf bekommen” [Rö, B. 4: 1258], *sich die* ***Birne*** *zerbrechen* – “angestrengt nachdenken” [Re:], *eins auf die* ***Birne*** *kriegen (geben)* – “einen Schlag auf den Kopf bekommen / jmdn. schlagen” [Re:], *eine weiche* ***Birne*** *haben* – “unzurechnungsfähig, dumm, beschränkt sein” [Rö, B. 1: 200], *einem eins auf die* ***Nuss*** *geben* – “jmdn. auf den Kopf schlagen” [Rö, B. 3: 1105]. Про того, хто має широкий або довгий **ніс**, кажуть жартівливо: *“Du hast dreimal hier gerufen, als die* ***Gurken*** *ausgeteilt wurden”* [Rö, B. 3: 1082]. Лексема ***Schinken*** позначала спочатку ногу людини та тварини. На сьогодні часто зневажливо вживається для позначення ніг або бедер: *die hat aber Schinken* [Rö, B. 4: 1345];
3. Вживання ***прикметника***, ***утвореного від власної назви***: *ein Gehirn haben wie ein* ***Schweizer*** *Käse* – “швидко забувати”, *die Deckung ist löcherig wie ein* ***Schweizer*** *Käse* – “недостатнє забезпечення” [Мі: 165]. В основі перенесення значення – образ швейцарського сиру, який має великі дірки. Швейцарським сиром називають сир “Емменталь”, назва якого походить від долини ріки Емме у швейцарському кантоні Берн.

Характерним процесом утворення досліджуваних ФОГК на основі окремих слів є ***фразеологічна диференціація***. Відбувається розпад слова та заміна його значень іншими, найчастіше другорядними ознаками [69, с. 81]. У мовознавстві цей процес розгортання первісної матеріальної форми з одночасним впливом суспільних факторів позначається терміном ***перифраза*** [52, с. 16]. ***Перифраза*** є неоднослівною вторинною номінацією описового, здебільшого емотивно-екпресивного, оцінного характеру, що являє собою семантично неподільний вислів, який непрямо вказує на істотні або суб’єктивно виділені носієм мови ознаки позначеного об’єкта чи явища дійсності [174]. Таким чином, ***перифраза***є непрямою згадкою обʼєкта не шляхом називання, а опису.

Перифрастичні ФОГК представлені двома різновидами: 1) ***власне******перифрази*** (140 ФОГК) та 2) ***евфемізми*** (98 ФОГК)*.* У виникненні власне перифрастичних утворень з гастрономічним компонентом важливу роль відіграють асоціації у народу ‒ носія мови, на основі яких відбувається ототожнення предметів або явищ. Приміром, *ein Puddingabitur* – “eine Abschlussprüfung am hauswirtschaftlichen Zweig einer höheren Schule” [Rö, B. 4: 1207], *Gänsewein* – “Wasser” [Rö, B. 2: 506]. Різні дитячі ігри мають назву *Suppe*: закручування та розкручування гойдалки у ФОГК *die Suppe machen*, пускання камінців по воді у ФОГК *Suppe schlagen* [Rö, B. 5: 1589]. ФОГК *eine dicke Suppe/eine Erbsensuppe* – “der Nebel” [Re:]. У тлумачному словнику *der Nebel* – “die Wolken, die sich über dem Boden bilden und durch die man nicht (weit) sehen kann” [LDF: 729].

На нашу думку, ***перифрастичні утворення*** досліджуваних ФОГК позначають реалії народу ‒ носія мови, відображаючи ті ознаки, які в першу чергу пов’язані з побутом, культурою та традиціями нації. Особливо яскраво це можна прослідкувати на прикладах ФОГК, КГ яких зберегли своє вихідне значення: *Weißwurstäquator* – так жартома називають культурний кордон між Баварією та іншими федеративними землями Німеччини, що визначається як зона поширення мюнхенських сосисок, які є характерною ознакою баварської культури (*Weißwurst* є найвідомішою мюнхенською стравою національної кухні); *Bierleiche / Schnapsleiche* – “total betrunken” [Rö, B. 5: 1643] (*Bier* та *Schnaps* – алкогольні напої, надмірне споживання яких призводить до оп’яніння). Це перифрастичне утворення є відображенням тієї ролі, яку пиво відігравало у житті студентів, які більше часу приділяли розпиванню спиртних напоїв ніж навчанню, що було характерно для другої половини XIX ст..Якщо відвідувачі бару, проводячи час за декількома келихами пива, ведуть свого роду грандіозні розмови, в яких вирішують всі світові проблеми, то тоді у народі кажуть про *Bierbank-Politikern* (*Bierbank* – “лавка в пивній”). У перифрастичному утворенні *Rosinenbomber* – “Flugzeuge, die während der Berlin-Blokade (1948‒49) durch die Sowjetunion Lebensmittel und andere Versorgungsgüter nach Berlin einflogen” [Re:] переосмислення зазнає лише один компонент, лексема *Bomber* зберігає своє вихідне значення →*“ein Flugzeug, mit dem man Bomben abwirft”* [LDF: 189]. У ФОГК *kalter Kaffee* на позначення прохолоджуючого напою з кока-коли та апельсинового лимонаду компонент *kalt* повністю зберігає своє значення, а КГ *Kaffee* – одну зі своїх диференційних сем *“ein dunkelbraunes Getränk”*. Збереження одним із компонентів дериваційної бази свого первісного значення сприяє усвідомленню носіями мови внутрішньої формиперифрастичних утворень.

На основі виявлених перифраз услід за Ю. А. Гвоздаревим виділяємо два ***структурно-семантичні типи*** досліджуваних ФОГК:

1. ФОГК, в яких мотиваційна база не відображена в елементах дериваційної бази ФОГК: *höheres Gemüse* – “die Vorgesetzten” (начальство) [Re:]. Оселедець (*Hering*) у Рейнланд жартівливо називали: *Lachs aus der Tonne*, а у Східній Прусії *Wacholderschnaps* (ялівцевий шнапс) носив назву *Danziger Lachs* через свій червонуватий колір [Rö, B. 3: 918];
2. ФОГК, в яких мотиваційна база відображена як формально так і семантично в одному з елементів дериваційної бази ФОГК. Через блакитний колір свинцю з XVIII ст. кулі для рушниці почали називати *Blaue Bohnen*, оскільки квасолина за формою нагадує кулю[Rö, В. 1: 235]*.*

Порушення логіко-семантичних зв’язків між компонентами призводить до повної демотивації ФОГК. Бажання уникнути того чи іншого окремого слова призводить до виникнення евфемістичних ФОГК. Евфемізми називають завуальовано або у пом’якшеній формі явища, що вважаються непристойними, та замінюють слова з грубим або вульгарним змістом. Приміром, *die Radieschen von unten ansehen ‒* “tot / begraben sein” [Rö, В. 2: 577]; *ihm ist sein Brot gebacken ‒* “er wird bald sterben”[Rö, В. 1: 265]; *jmdm. kommt der Kaffee hoch* – *“*jmdm. wird übel*”*[Rö, В. 3: 790]; *in die Beeren gehen –* “unbeobachtet sexuelle Abenteuer erleben” [Rö, В. 1: 165].

Дослідження фактичного матеріалу дає підстави стверджувати, що ***евфемістичні*** утворення є стилістично заниженими, оскільки позначають:

1. ***Заборонені статеві стосунки*** та їх наслідки. Ця група є найбільшою серед досліджуваних евфемістичних ФОГК. Еротична метафора зустрічається часто в німецьких народних піснях для передачі *дошлюбних* або *позашлюбних статевих відносин*. Цю групу утворюють ФОГК з КГ на позначення фруктів та ягід (**Frucht, Obst; Beeren, Apfel, Kirsche**) та КГ ***Korn***: *Die verbotene* ***Frucht*** *gegessen haben / von der verbotenen* ***Frucht*** *gekostet haben* – “unerlaubten sexuellen Umgang gepflegt haben”, *Eine* ***Frucht*** *der Liebe sein* – “ein außer Ehe geborenes Kind” [Rö, В. 2: 479], ***Obst*** *in fremden Gärten lesen* – “verbotene sexuelle Beziehungen zu einem verheirateten Partner” [Rö, В. 4: 1108], *in die* ***Brombeeren*** *gehen* – “auf ein unerlaubtes Liebesabenteuer aus sein, uneheliche Beziehungen suchen” [Rö, В. 1: 262], *der verbotene* ***Apfel***, ***Kirschen*** *in Nachbarns Garten*– “eine gedankliche Verbindung zum Sündefall” [RW, B. 11], *er drischt* ***Korn*** *in fremder Scheune* – “er verletzt die eheliche Treue” [Rö, B. 3: 875];
2. Останні ***передсмертні*** хвилини життя людини: *einem das letzte Brot backen* – “sein Ende steht nahe” [Rö, B. 1: 265], *für ihn ist das Bier schon bereit* – “er stirbt” [Rö, B. 1: 194], ***природна смерть****: in die Nüsse gehen* – “sterben” [Rö, B. 3: 1105], *die Radieschen von unten betrachten/zählen –* “tot, begraben sein”[RW, B. 11]; ***насильницька смерть****: jmdm. vom Brote helfen* – “ihn heimlich umbringen” [Rö, B. 1: 265];
3. ***Фізіологію*** людини: *das Kartoffelwasser abgießen / abschütten; die Kartoffeln abgießen* – “die Blase entleeren, urinieren” [RW, B. 11]; *Äpfel nicht essen mögen* – “zur Liebe keine Lust haben (impotent sein)” [RW, B. 11]. ФОГК *rote Suppe* [Rö, B. 5: 1589] є грубим евфемістичним позначенням людської крові.

На основі досліджуваного матеріалу було виявлено, що окремі ФОГК утворилися внаслідок ***народно-етимологічного переосмислення***. Явище народної етимології дослідники розглядають як засіб довільного тлумачення етимону слова, що допомагає реконструювати внутрішній смисловий звʼязок на підставі чисто зовнішнього, звукового збігу компонентів [33, с. 176]; як зʼясування пізніших формально-семантичних звʼязків між етимологічно неспорідненими різнокореневими словами, що мають повний або частковий зовнішній збіг [212, с. 122]; як явище, яке відбувається під впливом різних структурно- семантичних і поняттєвих асоціацій, що виникають у свідомості носіїв мови [90, с. 18]. Таким чином, народно-етимологічне переосмислення є неправильним осмисленням слова у зв’язку з асоціацією, яку воно викликає, коли один із компонентів замінюється омонімом, або фонетично близьким йому словом – паронімом. Ця сполука набуває внаслідок такої заміни фразеологічного характеру, оскільки її значення не виводиться зі значення її компонентів. Під ФОГК *jmdn.durch den Kakao ziehen* – “über einen Abwesenden abwertend, kritisierend, spöttisch sprechen, jmdn. verhöhnen, veralbern, über jmdn. lästern” [Rö, B. 3: 793] малося на увазі *jmdn.durch die Kacke (Kot, Dreck) ziehen*. Евфемізм *Kacke* був замінений КГ *Kakao*. Ототожнення відбувається на основі асоціації понять за схожістю кольору та схожої мовної форми. У ФОГК *das ist nicht mein Bier* – “das ist nicht meine Angelegenheit” [RW, B. 11] ототожнення відбувається на основі чисто формальних показників (схожість звукової форми) КГ *Bier* є народно-етимологічним переосмисленням діалектної форми лексеми *Birne* (kölnisch: *“dat sönd ding Beäre net”*).

Внаслідок лексичного зсуву різних частин мови утворилися поодинокі ФОГК. Приміром, внаслідок ототожнення перехресних понять, в основі якого лежить аналогія за причинно-наслідковим зв’язком, виникла ФОГК *jmdn. zwiebeln* – “ihn quälen, plagen” (від іменника *Zwiebel* – цибуля) [Rö, B. 5: 1784]. ФОГК *Kohldampf schieben ‒* “Hunger haben” [RW. B. 11] повністю утворена з арготизмів *Koll* та *Dampf* , що мають однакове значення “голод”, а *schieben* є народно-етимологічною видозміною від *scheffen* (*sein, sich befinden* – “бути, перебувати”). Спочатку ця ФОГК набула поширення у жаргоні військовослужбовців та злодіїв і лише в XIX столітті проникла у просторіччя.

Окремі ФОГК утворені внаслідок семантичного зсуву через наявність ***архаїзмів*** (маловживаних або зовсім незрозумілих застарілих слів). Наявність архаїзмів у складі ФОГК послаблює, або й стирає образ, що веде до забуття внутрішньої форми. Приміром, у ФОГК *jmdm. fällt das Monokel in den Kakao* ‒ “ein eingebildeter Mensch muss eine Niederlage hinnehmen” [Rö, B. 3: 1046] слово-компонент *Monokel* позначає “людину пихату, гордовиту”, а КГ *Kakao* – “бруд”. Ця ФОГК вживається іронічно у ситуації, коли інтелігент, всупереч своїй освіченості, зазнає привселюдної ганьби.

Результати дослідження свідчать, що переосмислення значення ФОГК супроводжується структурними змінами, при цьому мотиваційна база досліджуваних одиниць може знаходити формальне, семантичне вираження або бути повністю втраченою в елементах дериваційної бази. Серед лексико-синтаксичних шляхів утворення ФОГК особливо продуктивним є розгортання первісної матеріальної форми (18%). На виникнення власне перифрастичних ФОГК (10,5%) та евфемістичних утворень (7,5%) вплинули мовні та позамовні чинники.

* + 1. **Структурно-синтаксичні шляхи утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом**

ФОГК є певною структурною організацією слів, що перебувають між собою в різних морфолого-синтаксичних відношеннях. Структурно-синтаксичні шляхи утворення ФОГК ґрунтуються на наявності взаємозв’язку між формою та змістом, між лексичним і граматичним значенням, формальні показники отримують емотивний зміст. У ході дослідження було виявлено, що фонетичні засоби (рима, алітерація, асонанс, наголос, інтонація) та тавтологія відіграють провідну роль у структурній організації групи ФОГК, яка, проте, є незначною за об’ємом. Евфонічна організація ФОГК створюється шляхом поєднання **повтору** **однакових приголосних та голосних** звуків: *S****aft*** *und Kr****aft*** *haben* – “eine große Wirkung haben, sehr stark sein” [Rö, B. 4: 1271]. Поєднання **алітерації** та **тавтології** (повторення одного й того ж слова) спостерігаємо у ФОГК ***W****urst* ***w****ider* ***W****urst* – “so wird Gleiches mit Gleichem vergolten” [RW, B. 11]. ФОГК характеризується високим ступенем експресії завдяки фіксованій та стійкій структурній моделі, яка підсилює інтенсивність значення фразеологізму.

У ФОГК *War****um*** *ist die Banane kr****umm****?* [RW, B. 11] повторення голосних та приголосних звуків поєднано зі **спеціалізацією експресивного значення**. Ця ФОГК є зворотною відповіддю на питання, яке теж починається з ***warum*** і вживається мовцем, якщо він хоче уникнути відповіді або не може відповісти на запитання. Низка предметних значень словосполучення чи речення нейтралізується експресивним значенням, внаслідок чого вони стають відірваними від контексту, що сприяв їх виникненню. Нове словосполучення або речення з високим ступенем експресивності набуває фразеологічності, приміром: *So ein Quark!* – “So ein Unsinn!” [RW, B. 11], *Red keinen Käse!* – “Red keinen Unsinn!” [RW, B. 11]. Спеціалізація експресивного значення досліджуваних ФОГК створюється їх внутрішньою замкненістю. Незважаючи на відірваність від певної ситуації, від широкого контексту, зберігаються різні відтінки експресії, які поєднують компоненти в одне смислове ціле. Ці індивідуальні відтінки експресії проявляються і в синтаксичній формі ФОГК, яка може мати форму питального речення. Приміром: *Dich haben wohl mit der Brotkruste aus dem Urwald gelockt?* – “Ти що з неба впав?” [НУФС, Т. 1: 125]. Модальність речення служить для внутрішнього спаювання компонентів. Утворені шляхом спеціалізації експресивного значення ФОГК не виконують номінативну функцію, а виражають різні емоції → задоволення: *Einfach Zucker!* – “Ausgezeichnet! Hervorragend” [Rö, B. 5: 1776]; тріумфу: *Der Braten ist unser!* – “Наша взяла!” [НУФС, Т. 1: 119]; можуть спонукати до дії → *Ran an den Speck!* – “los, anfangen!” [RW, B. 11] або слугувати попередженням →: *Mach keinen Senf!* – “spiele kein Theater, reg dich nicht so auf, vermeide eine lange Auseinandersetzung!” [Rö, B. 4: 1466].

Серед досліджуваних ФОГК було виокремлено ***парні сполуки слів*** (die phraseologisierten Wortpaare, Paarformeln, Zwillingsformeln [283, с. 111]). Аналізуючи мову фольклору, О. Потебня одним з перших звернув увагу на ці сполучення. Дослідник розглядав їх як форми народної поетики та реалізації граматичної категорії парності [172]. Парні сполучення слів виникають внаслідок семантичного перетворення сурядних сполучень двох однорідних слів і поєднуються сполучниками *und, oder* або *weder….noch* [226], утворюючи смислове ціле. Службові компоненти утворюють фразеологічну рамку, яка заповнюється семантично спорідненими словами. Семантична цілісність парних ФОГК підтримується фонетичними засобами (алітерацією та асонансом) та обумовлена єдністю образа у метафоричних парних сполученнях: *weder S****aft*** *noch Kr****aft*** – “kraftlos” [RW, B. 11]. Для парних ФОГК характерним є поєднання субстантивних компонентів, які можуть доповнюватися дієсловом: *weder S****aft*** *noch Kr****aft*** *haben* – “gehaltlos, kraftlos sein” [RW, B. 11], *weder S****alz*** *noch Schm****alz*** *sein* – “nichts Richtiges, nur eine halbe Sache sein” [RW, B. 11]. З когнітивним рівнем мовної особистості пов’язані такі парні сполучення, в яких представлено знання мовця про світ [166, с. 185]. Приміром, ФОГК *Brot und Salz* розвиває багатозначність, позначаючи їжу загалом, та те, що оцінюється як найнеобхідніше для життя. Це парне сполучення набуває символічного значення *простої, скромної їжі*.

В. В. Виноградов підкреслював, що семантична єдність ФО часто підтримується повним синтаксичним нерозчленуванням та відсутністю живого синтаксичного зв’язку між морфологічними компонентами [36, с. 330]. Переносно-образне перетворення відходить на другий план, провідним елементом стає характер синтаксичного функціонування при закріпленій граматичній формі. Синтаксична спеціалізація змінних словосполучень служить поштовхом для їхньої спеціалізації: *der Fisch ist gegessen* – “die Sache ist abgeschlossen, erledigt” [Rö, B. 2: 452]. Семантичній перебудові слів сприяє фіксована граматична форма. Шляхом синтаксичної спеціалізації утворюються ***мінімальні*** ФОГК, які становлять незначну частку (3%) корпусу досліджуваних одиниць. Мінімальні ФОГК є самостійним різновидом стійких словосполучень у фразеологічній системі німецької мови і у своєму складі вони мають не більше одного повнозначного компонента. Дериваційною базою мінімальних ФОГК є поєднання службових слів зі словами повнозначних частин мови: прийменник + іменник – *um ein Butterbrot* – “ für so gut wie nichts, für einen lächerlichen Preis” [RW, B. 11], *quer durch den Gemüsegarten* – “eine Gemüsesuppe” [Rö, B. 2: 509]; прийменник + іменник + допоміжне дієслово: *aus der Nuss sein –* “außer sich vor Zorn sein” [Rö, B. 3: 1105], *im Tee sein* – “betrunken sein” [Rö, B. 5: 1605]. Поєднання компонентів супроводжується повним переосмисленням їх значень.

***Імплікація твірної структури*** полягає у зменшенні кількості членів речення. Скорочуються не лише службові, а й повнозначні слова. Серед досліджуваних ФОГК імплікація спостерігається лише в незначній кількості фразеологізмів і супроводжується скороченням прикметника або іменника: *So ein verdammter Käse! > So ein Käse! –* “Solch ein Unsinn!” [Rö, B. 3: 813]. У ФОГК *Danke für Backobst und Südfrüchte!* > *Danke für Backobst!* – “das möchte ich nicht; davon möchte ich nichts wissen” [RW, B. 11] (Ausdruck der Abweisung und Ablehnung) елімінується кінцевий компонент речення, виражений іменником. Скорочення виразу відбувається з метою надання відмові більш переконливої категоричності, метою імплікації ФОГК є цілеспрямований вплив мовця на адресата: *“Du kannst doch auch hinkommen, es wird bestimmt sehr nett. – Ich danke für Obst und Südfrüchte! Das soll ein großzügiges Angebot sein? Danke für Backobst!”* [RW, B. 11].

Таким чином, шляхом комбінування наявних структурних складових або зміни їх складу утворюються парні сполуки слів ‒ емотивні та мінімальні ФОГК, які характеризуються милозвучністю та високою експресивністю. Основою структурно-синтаксичного виникнення ФОГК є характер синтаксичного функціонування при закріпленій граматичній формі.

Все викладене вище мало на меті проілюструвати особливості утворення ФОГК при первинному фразотворчому процесі. Проте своє значення ФОГК актуалізують у мовленні, розширюючи та збагачуючи фразеологічний фонд німецької мови шляхом утворення нових ФОГК на основі вже існуючих. Результатом функціонування ФОГК є поява модифікованих комунікативно-прагматично спрямованих ФОГК у ході вторинного фразотвору.

* 1. **Утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході вторинного фразотворчого процесу**

Проблемам фразеологічної деривації присвячено праці В. І. Гаврися, С. Н. Денисенко, І. І. Чернишевої, W. Fleischer. Процес вторинного фразотвору ФОГК характеризується дериваційними відношеннями між твірними та похідними ФОГК. Твірні ФОГК (182) є матеріальною та мотиваційною базою для похідних ФОГК. Похідні ФОГК мають яскраво виражений вторинний характер. Основною передумовою для визначення похідної ФОГК є наявність діахронічно відомої твірної ФОГК, що зазнала змін своєї лексико-граматичної та семантичної структури [66, с. 30].

Функціонування ФОГК у мовленні супроводжується узуальними та оказіональними видозмінами семантичного та структурно-семантичного характеру, що відбуваються на основі існуючих усталених словесних комплексів. Узуальні видозміни ФОГК фіксуються у словниках та функціонують паралельно з твірними ФОГК. Оказіональні ФОГК є авторськими видозмінами, що функціонують лише в одному джерелі та не є зафіксованими у лексикографічних джерелах.

ФОГК, що виникли в процесі вторинного фразотвору, характеризуються: 1. відсутністю тотожності між твірними і похідними ФОГК (мова йде про утворення ФОГК-дериватів, які є новими по відношенню до твірних ФОГК); 2. частковим порушенням семантичної тотожності (ФОГК-синоніми); 3. збереженням тотожності між твірними та похідними ФОГК (ФОГК-варіанти). Тотожність фразеологізмів трактується дослідниками як функціональна спільність, належність до одного й того самого інваріанта та об’єднання цією належністю різних конкретних виявів варіанта [30, с. 8]. Здатність фразеологізмів до варіювання є базою для утворення ФОГК в процесі вторинного фразотвору. Варіантність розглядається дослідниками як одна з найважливіших умов розвитку мови, як неодмінна умова та спосіб функціонування всіх мовних одиниць [1; 133; 192; 219; 220]. Варіантність ФОГК є способом їх адаптації до певних мовних норм, відтворенням колориту часу, створенням ефекту новизни ФОГК, а також прагненням посилити емотивність та експресивність висловлювання.

Перетворення твірних ФОГК супроводжується семантичним зсувом, що зумовлений посиленням узагальнено-метафоричного значення ФОГК, розвитком абстракції, втратою асоціативного зв’язку. Семантичні видозміни супроводжуються набуттям похідними ФОГК додаткових конотативних відтінків. ФОГК *Abwarten und Tee trinken!* [Rö, B. 1: 63] вживається для заспокоєння нетерплячого і вимагає від останнього терплячого очікування. У словнику Реріха подано два варіанти походження ФОГК. Першим є припущення, що цей вислів раніше належав лікареві, який закликав своїх пацієнтів почекати і далі поспостерігати за перебігом ознак хвороби і пропонував їм спочатку попити трав’яний чай для заспокоєння. Другий варіант припускає, що вислів бере початок із літературних салонів Берліну, в яких чай подавали у досить пізню годину. Зміна ступеню метафоричного зсуву та втрата асоціацій привела до затемнення образу, що супроводжувалося втратою внутрішньої форми та повною демотивацією виразу.

Однією із семантичних змін, характерних для досліджуваних ФОГК, є розширення значення ФОГК внаслідок відриву від контексту, де ФОГК вже вживається у переносному значенні. Приміром, початкове значення, яке мала ФОГК *jmnd. kann mehr als Brot essen* ‒ “er besitzt geheime Kräfte, ist der Magie kundig” зафіксовано у романі швейцарського письменника Готфріда Келлера “Зелений Генріх” (ІІІ, глава 14): *“Die blitzartige Schnelligkeit, mit welcher der Zufall spielte ... brachte den Eindruck hervor, wie wenn die rosige Bankhalterin mehr als Brot essen könne, das heißt geheimnisvoller Künste mächtig wäre”* [Rö, B. 1: 263]. Пізніше ФОГК *jmnd. kann mehr als Brot essen* розширює своє значення до → “er ist sehr klug; intelligenter sein, als man aussieht, Überdurchschnittliches leisten” [RW; B. 11]. Яскравими прикладами розширення значення при незмінному структурному складі є полісемантичні ФОГК: *jmdn. auspressen / ausquetschen wie eine Zitrone*має два значення: 1. “jmdm. sehr zusetzen, um etwas von ihm zu erfahren”; 2. “jmdn. zu großen Geldzahlungen o. ä. zwingen” [RW, B. 11]. Мова йде про паралельне виникнення кількох значень однієї ФОГК. Процес наростання семантичного відособлення значень однієї ФОГК веде до руйнування семантичної тотожності та виникнення нових омонімічних ФОГК. Приміром: *1. jmdm. etwas aufs Brot schmieren* ‒ “докоряти”; *2. jmdm. etwas aufs Brot schmieren* ‒ “раз у раз нагадувати”; *3.* *jmdm. etwas aufs Brot schmieren* ‒ “хвастати перед кимось” [НУФС, Т. 1: 124]; *1. jmdn. aus der Nuss heben* ‒ “визволити з біди” *2. jmdn. aus der Nuss heben* ‒ “вилаяти когось” [НУФС, Т. 2: 83].

Структурно-семантичні зміни є характерними для узуальних варіантів ФОГК. Існують різні погляди на проблему *фразеологічної варіантності*. Процес варіювання розглядається окремо для плану змісту та плану вираження. *Фразеологічні варіанти* ФОГК є видозмінами ФОГК, які характеризуються відносною тотожністю фразеологічного значення та етимологічного образа, різняться окремими компонентами плану вираження, що надає їм певну експресивно-стилістичну своєрідність. Відповідно до варіювання означального виділяють морфологічні, лексичні, синтаксичні, квантитативні, позиційні варіанти [5; 81; 114; 156]. В. М. Телія вважає необхідним встановлення двостороннього варіювання ФО, розширює межі семантичного варіювання до можливості зміни сигніфікативного значення за умови тотожності референтної співвіднесеності одиниці та її значущості [201, с. 17].

Дослідники розглядають фразеологічні варіанти як потенційне джерело поповнення синонімічних рядів. Межею фразеологічної варіантності (за М. Ф. Алефіренко) є розвиток між членами варіантного ряду синонімічних відношень. Важливою для розмежування фразеологічних варіантів та фразеологічних синонімів є роль внутрішньої форми у розвитку фразеологічного значення [5, с. 70]. Основними ознаками *варіантів* ФОГК є: а) єдність образу, який зберігає тотожність ФОГК при її лексичних та структурно-граматичних модифікаціях; б) спільний денотативно-сигніфікативний зміст: фразеологічні варіанти семантично рівноцінні, хоча можуть відрізнятися експресивністю та стилістичним забарвленням. При цьому, стилістично можуть різнитися не лише слова, але й окремі варіанти однієї і тієї ж ФОГК; в) повний збіг функцій, які виконують в мові фразеологічні варіанти, та їх категоріальних (лексико-граматичних) значень. Вони належать до одного класу (некомунікативних чи комунікативних ФОГК), підкласу (номінативних, службових, вигукових, модальних ФОГК), лексико-граматичного розряду (субстантивних, ад’єктивних, адвербіальних, дієслівних) [156, с. 225‒227]. Досліджувані ФОГК представлені:

1. ***Фразеологічними (структурними) варіантами*** ФОГК, які з’являються в результаті морфологічної та частково синтаксичної зміни окремих компонентів [283, с. 209]:

а) вживання варіативних компонентів ФОГК у ***різних відмінках***: *Butter bei den Fischen / Butter an die Fische ‒* “keine halbe Sachen!” [RW, B. 11]; *ein Bonbon /*

*einen Bonbon ans Hemd kleben ‒* “jmdn. veralbern” [RW, B. 11];

б) вживання варіативних дієслівних компонентів ФОГК у ***різних часових формах***: *jmdm. fiel die Butter vom Brot / jmdm. ist die Butter vom Brot gefallen ‒* “jmnd. ist enttäuscht” [RW, B. 11]; *wer nie sein Brot mit Tränen aß / sein Brot mit Tränen essen ‒* “ледве зводити кінці з кінцями” [НУФС, Т. 1: 124];

в) вживання варіативних компонентів ФОГК ***у короткій або повній формі прикметника***: *wie saures Bier ausbieten / wie sauer**Bier ausbieten ‒* “eine Sache, die keinen Wert hat, mit vielen Worten und zu niedrigem Preis, aber vergeblich anbieten” [Rö, B. 1: 193]*; unser täglich Brot / das tägliche Brot ‒* “хліб насущний” [НУФС, Т. 1: 124]*; sein eigen Brot essen / sein eigenes Brot essen ‒* “жити своєю працею, *досл*. їсти свій хліб” [НУФС, Т. 1: 124];

г) варіанти ФОГК ***з запереченням*** ***nicht / kein*** та без нього: *wenn wir dich nicht hätten und die kleinen Kartoffeln / wenn wir dich nicht hätten und keine kleinen Kartoffeln ‒* “Ausdruck der Anerkennung, des Lobes” [RW, B. 11]; *für jmdn. eine Extrawurst braten / für jmdn. keine Extrawurst braten ‒* “ihn (nicht) bevorzugen” [Rö, B. 2: 408]*;*

д) варіанти ФОГК, ***які відрізняються повнотою компонентного складу***: *Wasser in den Wein gießen / jmdm. Wasser in seinen Wein gießen ‒* “охолодити чий-н. запал” [НУФС, Т. 2: 303]*; zum Brot verhelfen / zu einem Stück Brot verhelfen ‒* “ihm Arbeit und damit eine Verdienstmöglichkeit geben” [Rö, B.1: 263]*; jmdm. ist sein Brot gebacken / jmdm. ist sein letztes Brot gebacken ‒* “sein Ende steht nahe bevor; ihm ist sein Brot gebacken: er wird bald sterben” [Rö, B. 1: 265]*; jmnd. fällt auf die Butterseite / jmnd. fällt stets auf die Butterseite ‒* “комусь постійно щастить” [НУФС, Т. 1: 133]*; kleine Brötchen backen / kleine Brötchen backen müssen ‒* “відступатися” [НУФС, Т. 1: 125]*;*

2. ***Варіативними*** ФОГК або фразеологічними варіаціями, які з’являються внаслідок заміни окремих лексичних компонентів ФОГК, при цьому зміна стосується диференціації значень або конотацій [283, с. 210]: *an der Bierbank sitzen / an der Bierbank hocken* ‒“жити по-обивательському, по-міщанському” [НУФС, Т. 1: 101]*; junger Wein in alten Schläuchen / neuer Wein in alten Schläuchen ‒* “etwas nicht grundlegend Erneuertes, nur halbherzig Umgestaltetes” [RW, B. 11]*; die Kartoffeln von unten wachsen sehen / sich die Kartoffeln von unten anschauen ‒* “лежати в могилі” [НУФС, Т. 1: 371]*; es ist alles in bester Butter / es ist alles in schönster Butter ‒* “es ist alles in bester Ordnung” [Rö, B. 1: 286]*; jmdm. etwas aufs Brot streichen / jmdm. etwas aufs Brot schmieren ‒* “докоряти кому-н.” [НУФС, Т. 1: 124]*.*

Таким чином, варіантність ФОГК є фундаментальною властивістю німецької мови, вона передає колорит часу, створює ефект новизни ФОГК, посилює емоційно-експресивні тенденції. Складний характер компонентного складу ФОГК дозволяє поєднувати в собі різні види варіантності, властиві морфологічному, лексичному, синтаксичному рівням аналізу.

Синонімія є також характерною для ФОГК. У фразеології вона тісно переплітається з варіантністю, проте досі ще не існує загальновизнаного розмежування синонімів та варіантів. З одного боку, це можна пояснити різними поглядами лінгвістів на особливості ФО, зокрема на природу їх компонентів (чи є вони словами або десемантизованими елементами). З іншого боку, між ФОГК відмінності встановити важче, оскільки вони варіюються в набагато ширших межах, ніж слово, у звʼязку з тим, що до їх складу входять два і більше компонентів, практично кожен з яких допускає варіанти. У нашому дослідженні ми дотримувалися погляду М. В. Алефіренко, згідно якого *фразеологічні синоніми* – це ФО, близькі за значенням, що співвідносяться, як правило, з однією й тією ж частиною мови, володіють частковою або однаковою лексико-фразеологічною сполучуваністю, але різняться відтінками значень та стилістичним забарвленням. Від фразеологічних синонімів фразеологічні варіанти відрізняються тим, що їх структурні відмінності не порушують семантичної тотожності фразем [5, с. 64‒66]. За структурними ознаками фразеологічні синоніми ФОГК поділяємо на різноструктурні та одноструктурні:

* ***різноструктурні*** ФОГК-синоніми мають різну синтаксичну будову та різний образно-мотивований семантичний стрижень: *dem Honig verkaufen, der Bienen hat / den Honig mit Zucker bestreuen ‒* “etwas Überflüssiges tun” [Rö, B. 3: 736]; *kaum das liebe Brot haben / sein Brot mit Tränen essen / sich sein Brot sauer verdienen / ein hartes Brot haben / Brot kostet Schweiß ‒* “es ist sehr schwer verdient” [Rö, B. 1: 263];
* ***одноструктурні*** ФОГК-синоніми побудовані за однією синтаксичною схемою, мають близький образно-мотивований семантичний стрижень та майже тотожний лексичний склад компонентів: s*itzen wie die Made im Speck / sitzen wie die Maus im Speck ‒* “er hat reichlich zu essen, es geht ihm sehr gut” [Rö, B. 4: 1497]; *für einen Apfel und ein Ei / für ein Ei und ein Butterbrot ‒* “billig, für einen lächerlich geringen Preis, weit unter seinem Wert” [Rö, B. 1: 287]; *seine Nase in alles stecken / seine Nase in jeden Quark stecken ‒* “sich neugierigerweise um alles bekümmern” [Rö, B. 3: 1082].

Іноді зустрічаються ФОГК-синоніми проміжного типу, в складі яких основний граматичний компонент виражений однією й тією ж частиною мови, а всі інші компоненти розташовані в різній послідовності: *ich bin gerührt wie Apfelmus / gerührt wie lauter Rühreier* ‒ “sehr ergriffen sein” [RW, B. 11]; *wie Honig auf Neujahrsabend, wie Haare in die Suppe* ‒ “als Vergleich für Nicht-Zusammenpassendes” [Rö, B. 4: 1144].

За семантичними та стилістичними показниками серед ФОГК-синонімів виділяємо рівнозначні, ідеографічні та стилістичні:

* ***рівнозначними*** синонімами є ФОГК, які виражають одне й те ж поняття або судження. Матеріальний склад рівнозначних синонімів може бути різним в лексичному та структурному відношеннях. Приміром, ФОГК *einen weichen Keks haben / nicht mehr alle Kekse in der Dose haben / dir hat wohl jmnd. etwas in den Kaffee getan / einen an der Waffel haben* є різними за структурою, лексичним складом та образністю, але всі вони виражають одне й те ж поняття (“людина не при своєму розумі”) та мають однакову функціонально-стилістичну характеристику (побутово-розмовний стиль).

Яскравими прикладами рівнозначних синонімів є одноструктурні ФОГК з одним відмінним, проте близьким в понятійному плані компонентом-іменником, наявність якого дає змогу тому, хто говорить, зробити свій власний емоційний та асоціативний вибір в конкретній мовленнєвій ситуації: *jmdm. reinen Wein einschenken / jmdm. klaren Wein einschenken ‒* “сказати комусь всю правду” [НУФС, Т. 2: 310]*;* значення “жорстоко когось побити” мають синонімічні ФОГК *aus jmdm. Hackfleisch machen / aus jmdm. Frikasse machen / aus jmdm. Gulasch machen*”. Рівнозначні одноструктурні синоніми утворюються і тоді, коли в лексичному складі ФОГК є територіальні дублети. В цьому випадку ФОГК відрізняються переважно поширенням на певній території, тобто утворюють свого роду фразеологічні територіальні дублети [226, с. 93]. Для прикладу, ФОГК *es ist mir wurst (загальнонім.) / es ist mir powidl (південнонім.)* ‒ “es ist mir egal” [Rö, B. 5: 1750]; *Petersilie auf allen Suppen sein (загальнонім.) / Peterling / Peterle auf allen Suppen sein (південнонім.)* ‒ “überall dabeisein müssen, bei allen Gelegenheiten obenauf und vorne dran sein wollen” [Rö, B. 4: 1154]*.*

* ***ідеографічні***синонімічні ФОГК виражають однакове поняття, але відрізняються семантичними відтінками, які, в першу чергу, характеризують інтенсивність дії. Приміром, ФОГК зі значенням “ihm die Freude verderben” *einem die Suppe versalzen* має іронічне сучасне підсилення *einem die Petersilie verhageln* ” [Rö, B. 4: 1154].
* ***стилістичні*** ФОГК-синоніми характеризуються наявністю спільного значення та додатковими стилістичними відмінностями: ФОГК *einem Honig um den Bart schmieren* [Rö, B. 1: 152] */ jmdm. das Mus ums Maul streichen* [Rö, B. 3: 1061] */ jmdm. Brei ums Maul schmieren* зі спільним значенням “jmdm. schmeicheln” [Rö, В. 2: 252] належать до різних сфер спілкування: якщо ФОГК *einem Honig um den Bart schmieren* вживається у літературно-розмовній сфері, то ФОГК *jmdm. das Mus ums Maul streichen, jmdm. Brei ums Maul schmieren* побутують у фамільярно-розмовному стилі мовлення. Лексема *Bart* має нейтральне забарвлення і вживається без обмежень, лексема *Maul* є вульгаризмом на позначення нейтрально забарвленої лексеми *Mund.*

Наступним кроком у розвитку ФОГК є виникнення фразеологічних антонімів, що є результатом тісної взаємодії внутрішньомовних та позамовних факторів [44, с. 25]. Антонімічні відношення у фразеології менш розвинені ніж синонімічні. Найчастіше фразеологічними антонімами є ФОГК, які частково співпадають за складом, але мають компоненти, протиставлені за значенням [5, с. 75]. Такі компоненти найчастіше є лексичними антонімами: s*ein gutes Brot haben (*“sein gutes Auskommen haben, eine Arbeit verrichten, die etwas einbringt” [Rö, B. 1: 263]) *– sein hartes Brot haben (*“ein mühevoller Gelderwerb sein” [RW, B. 11]); *sein Brot haben (*“мати свій заробіток” [НУФС, Т. 1: 124]); *– anderer Leute Brot essen (*“їсти чужий хліб” [НУФС, Т. 1: 124]); *christlicher Wein (*“вино, розведене водою” [НУФС, Т. 2: 309]) *– ehrlicher Wein (*“нерозведене вино” [НУФС, Т. 2: 310]).

Результати дослідження свідчать, що найпродуктивнішими способами фразеологічної деривації досліджуваних ФОГК є:

1) ***перерозклад*** ФОГК, який може супроводжуватися а) змінами в морфологічній структурі дієслівного компонента. Приміром, ФОГК *Ja, Pustekuchen* ‒ “eine starke redensartliche Verneinung, Ausruf der Ablehnung”, утворена від *“Ich puste auf Kuchen”*. ФОГК *jmdm. etwas pusten* ‒ “eine Sache abschlagen” [Rö, B. 4: 1211]; б) втратою компонента, що формував конкретне значення ФОГК: *eng wie in der Sardinenbüchse → wie die Sardinen in der Büchse* ‒ “sehr eng” [RW, B. 11];

2) ***відокремлення*** компонентів усталених словосполучень, що супроводжується посиленням узагальнено-метафоричного значення та набуттям похідними ФОГК нової емотивної конотації. Похідна ФОГК не зазнає змін у своїй структурі, може характеризуватися втратою заперечення. ФОГК *ich habe die Brühe davon* ‒ “ich habe keinen Vorteil davon, ich habe den Schaden davon” є похідною від: *Ich habe nicht die Brühe davon, geschweige denn das Fleisch* [Rö, B. 1: 270]. Спостерігаємо виокремлення першої половини речення та упущення заперечення *nicht.* Найчастішим є виокремлення ФОГК на базі складносурядних чи складнопідрядних речень. *Wer Butter auf dem Kopfe hat, soll nicht in die Sonne gehen → Butter auf dem Kopf haben*. Фразеологічний дериват утворюється на основі першої частини складнопідрядного речення, а саме підрядного речення умови *wer Butter auf dem Kopfe hat → Butter auf dem Kopf haben* ‒ “etwas angestellt haben und sich daher genieren; ein schlechtes Gewissen haben” [Rö, B. 1: 286];

3)***розширення*** компонентного складу ФОГК є найпродуктивнішим способом фразеологічної деривації. Суть розширення фразеологізмів полягає у внесенні до традиційної структури ФО таких слів чи словосполучень вільного вжитку, які надають фразеологізмові більшої конкретності, наближаючи його до тієї ситуації, в якій він застосовується [31, с. 89]. ФОГК *sich die Rosinen herauspicken* → *sich die Rosinen* ***aus dem Kuchen*** *herauspicken* → *sich die* ***größten*** *Rosinen aus dem Kuchen herauspicken* – “das Beste für sich herausholen” [RW, B. 11]. Розширення компонентного складу зумовлює зростання ступеню експресивності й емоційності похідної ФОГК;

4) ***субституція*** компонентів ФОГК, під якою ми розуміємо цілеспрямовану заміну компонентів твірної ФОГК компонентами з відповідними семантико-структурними параметрами, оскільки необхідною умовою субституції є перенесення ФОГК з одного семантичного плану в інший. Компоненти, що замінюються, є, як правило, словами однієї частини мови. Найчастіше спостерігаємо субституцію **іменників**: *schwitzen wie ein* ***Schweinebraten****→ schwitzen wie ein* ***Apfelbutzen*** ‒ “seht stark schwitzen” [RW, B.11]; große Rosinen im Sack haben → große Rosinen im Kopf haben ‒ “hochfliegende Pläne, Ideen haben” [RW, B. 11]; **дієслів**: ***grinsen*** *wie ein Honigkuchenpferd →* ***strahlen*** *wie ein Honigkuchenpferd* ‒ “über das ganze Gesicht strahlen, grinsen” [Rö, B. 3: 736]; **прикметників**: *die Birnen* ***satt*** *haben → die Birnen* ***dicke*** *haben* ‒ “genug von einer Sache haben, ihrer überdrüssig sein” [Rö, B. 1: 199];

5) ***звуження*** компонентного складу є характерним для фразем зі структурою складного речення. Прикладом звуження є ФОГК *mit ihm ist nicht gut Kirschen essen* ‒ “mit ihm ist nicht gut auszukommen; er ist ein unbequemer, unverträglicher, wohl auch : hochmütiger Mensch” [Rö, B. 3: 844], утворена від виразу: *“Mit großen (hohen) Herren ist nicht gut Kirschen essen: sie schmeißen (spucken) einem die Kerne (Steine) ins Gesicht”*. Своє походження ФОГК бере початок ще з тих часів, коли вишні вирощувалися лише у садах при монастирях, або в садах благородних панів. ФОГК застерігає від довірливого поводження з пихатими, примхливими господарями. Похідна ФОГК характеризується посиленням узагальнено-метафоричного значення та втратою асоціативних зв’язків, що, в свою чергу, зумовило її вживання не лише щодо характеристики людей: *“Mit dem kranken Knie ist nicht gut Kirschen essen”* [Rö, B. 3: 844]. Звуження компонентного складу як спосіб фразеологічної деривації не є типовим для ФОГК і зустрічається не часто.

Похідні ФОГК характеризуються розширенням їх лексико-семантичної та структурної сполучуваності. Приміром, від ФОГК *dastehen (oder bestehen) wie Butter an der Sonne* ‒ “nicht standhalten, versagen, vor Scham vergehen” [Rö, B. 1: 285] була відокремлена ФОГК *wie Butter an der Sonne* ‒ “betroffen, verblüfft sein” [68, с. 54]. Новоутворена ФОГК має ширший діапазон застосування, не обмежена конкретною ситуацією завдяки посиленню узагальненого метафоричного значення. Компаративна похідна ФОГК не є замкненою усталеною фразою і розширює свою сполучуваність, широко застосовуючись у мовленні: *zergehen wie Butter an der Sonne* ‒ “sich sehr schämen”; *es steht wie Butter an der Sonne* ‒ “verwirrt, beschämt” [68, с. 55].

Таким чином, процес фразеологічної деривації ФОГК супроводжується семантичними та структурно-семантичними видозмінами існуючих ФОГК: розширенням значення, затемненням образу, змінами у компонентному складі, перерозкладом та відокремленням компонентів сталих словосполучень. Перетворення ФОГК посилює їх образне значення, веде до абстрагування та втрати асоціативних зв’язків, накладає на похідні ФОГК нові конотативні смислові відтінки. Збереження семантичної тотожності ФОГК у процесі комунікації відбувається за допомогою фразеологічних варіантів, а фразеологічна синонімія призводить до часткового порушення семантичної тотожності ФОГК.

**Висновки до третього розділу**

1. КГ у складі досліджуваних ФОГК виявляє різну ступінь фразотворчої активності. З усього розмаїття гастрономічних найменувань в утворенні ФОГК задіяно лише 113 КГ. Така вибірковість КГ носіями мови свідчить про ту культурну інформацію, яку приносить з собою КГ, входячи до складу ФОГК та обумовлюючи їх національно-культурну специфіку. Частота вживання гастроніма у складі ФОГК залежить від сфери та умов поширення продукту харчування, який він позначає. Соціальні, економічні та політичні умови в країні, собівартість продуктів, їх походження та доступність для багатих або бідних верств населення вплинули на високу продуктивність одних КГ та пасивність інших. У низці випадків уживання КГ відповідає принципу випадковості і не піддається поясненню.
2. Основну групу утворюють власне німецькі ФОГК нетермінологічного характеру. Провідну роль у їх виникненні та розвитку відіграють звичаї, традиції, особливості національної кухні, соціально-побутові умови, історичні факти, прикмети та вірування німецького народу. Поповнення складу ФОГК шляхом запозичень з інших мов не є продуктивним способом збагачення фразеологічного фонду німецької мови. Поодинокими випадками є повне калькування, частіше спостерігається запозичення КГ, який зазнає змін відповідно до особливостей німецької мови. Джерелами поповнення фразеологічного фонду німецької мови є антична література, історія, біблійні сюжети та твори Шекспіра.
3. Основою утворення ФОГК є асоціації за суміжністю, схожістю, контрастом та причинно-наслідковим зв’язком, що ґрунтуються на національно-культурних та особистих знаннях членів мовного колективу. Асоціації призводять до різних типів відношень між поняттями, що обумовлює характер переосмислення ФОГК. Основним семантичним механізмом утворення ФОГК шляхом первинного фразотвору є метафора, де менш значущу роль відіграє метонімія.
4. 67% ФОГК утворено в процесі первинної фразеологізації. Продуктивним (441 ФОГК – 41%) є утворення ФОГК лексико-семантичним шляхом первинного фразотвору на основі перетворення змінних словосполучень та речень. Ускладнення семантичної структури прототипу шляхом метафоричного, рідше метонімічного переосмислення, зумовлює появу ФОГК, ідентичних за складом вільному словосполученню чи реченню. Глибоко національною специфікою відзначаються ФОГК, до складу яких входять КГ, що є національними символами.
5. Найпродуктивнішим (56%) є утворення ФОГК на основі вільних словесних комплексів та стійких словосполучень нефразеологічного характеру, ускладнених уявними асоціаціями та екстралінгвальними чинниками. У ході первинного фразотворчого процесу шляхом метафоричного переосмислення утворилося 56% ФОГК, метонімічного ‒ 18%. Група компаративних ФОГК складає 16%. Менш значущими чинниками є гіпербола (4,3%), мейозис та літота (5,7%).
6. Втілення культурної інформації у значення ФОГК здійснюється через асоціативно-образну основу. Національно-культурний компонент ФОГК проявляється експліцитно лише у незначній групі ФОГК, словами-компонентами яких є оніми, архаїзми та етнографічні реалії. Національно-культурна інформація криється за образом, ситуацією або культурною реалією. Легенди, жарти, ритуали, народні перекази та звичаї моделюють ситуації, на основі яких виникає ФОГК. Національною специфікою характеризуються компаративні ФОГК, в основу яких покладено образи-еталони, самобутні, неповторні та зрозумілі для народу ‒ носія мови.
7. Метафоричне та метонімічне переосмислення ФОГК супроводжується експлікацією вихідної матеріальної форми, яка є характерною для процесів фразеологічної інтеграції (6,5%) та фразеологічної диференціації (18%). Представлення мотиваційної бази описовими ФОГК допомагає уникнути тем-табу, незручностей при спілкуванні та формується під впливом різних суспільних факторів.
8. Структурно-синтаксичним шляхом утворюється незначна група ФОГК, які відрізняються евфонічною організацією та високим ступенем експресії, фіксованою граматичною формою. Основними структурними та синтаксичними чинниками утворення ФОГК є фонетичні засоби, тавтологія, спеціалізація експресивного значення, імплікація твірної структури та синтаксична спеціалізація.
9. У ході вторинного фразотворчого процесу, на основі вже існуючих ФОГК, утворюється 33 % ФОГК, що характеризуються збереженням, частковим порушенням або відсутністю семантичної тотожності між твірними та похідними одиницями. Семантичними видозмінами є розширення значення ФОГК внаслідок відриву від контексту та затемнення образу ФОГК. Найпродуктивнішими способами фразеологічної деривації, в основі яких лежить здатність ФОГК до варіювання, є перерозклад, виокремлення компонентів усталених словосполучень, зміни компонентного складу ФОГК (звуження, розширення, субституція). Видозмінами узуального характеру та потенційним джерелом поповнення синонімічних груп є варіанти ФОГК. Антонімічні відношення, представлені лексичними антонімами, є менш характерними для ФОГК. Видозміни ФОГК зумовлюють посилення їх узагальнено-метафоричного значення, розвиток абстракції та часткову або повну втрату асоціативного зв’язку, зростання ступеню експресивності й емоційності та розширення лексико-семантичної та структурної сполучуваності похідних ФОГК.

Основні положення третього розділу висвітлено у шести публікаціях авторки [118; 119; 120; 123; 124; 129].

**РОЗДІЛ 4**

**АКТУАЛІЗАЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У ТЕКСТІ**

Розкриття національно-культурної специфіки ФОГК не було б завершеним без дослідження їх функціонально-комунікативних властивостей, що дозволило отримати ґрунтовніше та детальніше уявлення про даний шар лексики німецької мови. Оскільки у сучасному мовознавстві одним із перспективних підходів до вивчення функціонального аспекту мовних одиниць є виявлення їх прагматичної значущості, то у нашому дослідженні ми звернулися до публіцистичних джерел та розглянули функціонування ФОГК у газетних текстах німецької політичної преси.

**4.1 Концептуалізація фразеологічними одиницями з гастрономічним компонентом інформації політичного простору**

Сфера гастрономії завдяки своєму місцю у житті людини формується під впливом культурних, соціальних, естетичних, економічних, антропологічних факторів. Входячи до складу ФО, компоненти-гастроніми надають фразеологізмам потенціал для концептуалізації різних сфер життя суспільства, в тому числі і таких далеких від кулінарії як політика, економіка, фінанси, спорт, медицина, юриспруденція. Як саме реалізують свій потенціал досліджувані ФОГК у політичному контексті, розглянемо у нашому дослідженні на прикладі текстів газетно-публіцистичного стилю.

Кожна мова є певним кодом, представленим нормами літературної мови, знання яких дозволяє комунікантам передавати та отримувати інформацію. Загальний мовний код містить підкоди ‒ функціональні стилі, які є варіантами загальної мовної системи [45, с. 30]. **Функціональний мовний стиль є** різновидом літературної мови, що обслуговує певну сферу суспільної діяльності мовців і відповідно до цього має свої особливості добору й використання лексичних, граматичних, фразеологічних та інших мовних засобів. Функціонування мови та всі стилістичні зміни не відбуваються поза місцем, часом та учасниками комунікації. Тому стиль формується під впливом екстралінгвальних чинників, які, звичайно, розглядаються у поєднанні з власне лінгвальними. Специфіка газетно-публіцистичного стилю характеризується високим рівнем засобів та способів досягнення експресивності та наявністю стандартів. Таке поєднання є стилістичним принципом організації висловлювання у публіцистиці [102, с. 346]. Логічність викладу, доказовість та переконливість поєднуються з образністю та емоційністю. Політична інформація охоплює явища, факти та події не лише політичної сфери, але й інших областей життя суспільства, що мають політичне значення, передусім економіки та культури. Газетно-публіцистичний стиль охоплює масові популярні політичні тексти, які впливають на актуальні суспільно-політичні процеси оперативним документальним відображенням, основою якого є їх ідейно-політичне осмислення та емотивна оцінка [23, с. 193]. Саме тому основним стилістичним принципом організації мови в публіцистиці є поєднання стандарту та експресії, а найефективнішими засобами досягнення експресивності у політичному газетному тексті є ФО.

Керуючись корпусом досліджуваних одиниць, було проведено вибірку із періодичних німецьких видань ***Die Zeit, Berliner Zeitung, Der Tagesspiegel, Potsdamer Neueste Nachrichten.*** Це дало нам змогу зробити такі висновки:

1. Шляхом суцільної вибірки із лексикографічних джерел було отримано 1331 ФОГК. Проте вибірка із політичних газетних текстів представлена лише 505 ФОГК, що свідчить про поширеність у мовленні не всіх досліджуваних ФОГК та про неактуальність більшої частини з них (826 ФОГК) для газетно-публіцистичного стилю. Зіставлення представленості ФОГК у лексикографічних джерелах та їх функціонування у політичних текстах німецьких періодичних видань (див. додаток 4) виявило сфери, що є продуктивними як поза контекстом, так і в конкретному тексті: “Стосунки між людьми”, “Риси характеру”, “Якість”, “Робота, діяльність”. Не характерними для політичних текстів є ФОГК на позначення погоди та природних явищ. Малою продуктивністю відзначаються групи: “Родинні зв’язки та дружні стосунки”, “Життєвий шлях та плани на майбутнє”, “Місцезнаходження у просторі”, “Щастя / нещастя”, “Простір та час”. Нижче подаємо зведену таблицю для порівняння фразеопродуктивних сфер ФОГК у лексикографічних джерелах та їх актуалізації у текстах.

Таблиця 4.1

Зіставлення представленості фразеопродуктивних сфер ФОГК

у лексикографічних джерелах та їх актуалізації у політичних газетнихтекстах

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Фразеопродуктивна  сфера | Представленість у лексикографічних джерелах | Актуалізація у політичних газетних текстах |
| 1. | Стосунки між людьми | 158 ФОГК | 56 ФОГК |
| 2. | Риси характеру | 143 ФОГК | 57 ФОГК |
| 3. | Якість | 135 ФОГК | 55 ФОГК |
| 4. | Робота, діяльність | 106 ФОГК | 46 ФОГК |
| 5. | Поведінка. Соціально-моральні норми | 83 ФОГК | 22 ФОГК |
| 6. | Оцінка ситуації, дій та наслідків | 70 ФОГК | 13 ФОГК |
| 7. | Емоційно-психічний стан | 67 ФОГК | 23 ФОГК |
| 8. | Зовнішній вигляд, одяг | 56 ФОГК | 18 ФОГК |
| 9. | Фізичні та фізіологічні характеристики | 54 ФОГК | 41 ФОГК |
| 10. | Соціальний стан та статус у суспільстві | 52 ФОГК | 23 ФОГК |
| 11. | Вартість та цінність | 51 ФОГК | 13 ФОГК |
| 12. | Розум | 48 ФОГК | 24 ФОГК |
| 13. | Явища та предмети навколишньої дійсності | 48 ФОГК | 20 ФОГК |
| 14. | Мовленнєва діяльність | 40 ФОГК | 13 ФОГК |
| 15. | Фізична розправа | 38 ФОГК | 17 ФОГК |
| 16. | Стан справ | 32 ФОГК | 12 ФОГК |
| 17. | Простір та час | 30 ФОГК | 10 ФОГК |
| 18. | Процес приготування та прийому їжі | 24 ФОГК | 11 ФОГК |
| 19. | Інформація | 23 ФОГК | 11 ФОГК |
| 20. | Щастя / нещастя | 22 ФОГК | 7 ФОГК |
| 21. | Життєвий шлях та плани на майбутнє | 21 ФОГК | 5 ФОГК |
| 22. | Місцезнаходження у просторі | 13 ФОГК | 4 ФОГК |
| 23. | Родинні зв’язки та дружні стосунки | 13 ФОГК | 4 ФОГК |
| 24. | Погода | 4 ФОГК | - |
|  | Всього: | 1331 ФОГК | 505 ФОГК |

1. На основі політичних текстів газет серед досліджуваних ФОГК були визначено ті, що характеризуються найвищим ступенем вживання у сфері плітики. Вони регулярно згадуються журналістами у статтях на політичну тематику та пронизують промови і виступи німецьких політиків:

* **etwas wird (reiche) Früchte tragen**

*“Die Märkte haben volles Vertrauen, dass der Euro eine starke und stabile Währung ist.* ***“Die schmerzhaften Reformen in den Krisenländern würden erste Früchte tragen”,*** *so der Präsident der Europäischen Zentralbank (EZB) weiter. “Wir sehen dies zum Beispiel an den beeindruckenden Verbesserungen der Exportwirtschaften in Irland, Spanien und Portugal”* [378]. Завдяки введеній у контекст ФОГК президент європейського центробанку демонструє у доступній кожному формі результативність проведених реформ, оскільки фразеологізм буде більш зрозумілим для пересічного громадянина, ніж просто озвучені цифри. Плоди дерева легко постають в уяві людини та асоціюються з досягненням успіху, отриманням позитивних результатів у певній у справі.

* **das tägliche Brot**

*“Istanbul (AFP). Der türkische Vize-Ministerpräsident Ali Babacan sorgt mit öffentlicher Kritik an rechtsstaatlichen Mängeln in seinem Land für Aufsehen. “****Ein funktionierender Rechtsstaat sei so wichtig wie******das tägliche Brot”****, ‒ sagte Babacan laut Presseberichten vom Donnerstag. Derzeit gebe die Türkei allerdings ein "schwaches Bild" ab”* [397]. Порівняння існування правової держави із хлібом як щоденною потребою людини підкреслює важливість та переконує у необхідності функціонування такої держави.

* **in Lohn und Brot stehen / kommen** / **jmdn. in Lohn und Brot bringen / nehmen**

*“Nach verschiedenen schlecht bezahlten Praktika folgt mit etwas Glück ein zeitlich begrenzter Job.* ***Wer schließlich******in Lohn und Brot steht****, muss mit hohen, ständig veränderten Anforderungen zurecht kommen : Unsichere Auftragslagen, neue Technologien, Machtspiele, wechselnde Kollegen”* [367];

*“Doch dass es um die Demokratie in Russland schlecht bestellt ist, ergibt sich auch aus einem Bericht der Zeitung “Nesawissimaja Gaseta”.* ***Demnach will das Innenministerium ehemalige Hacker******in Lohn und Brot nehmen****. Angeblich geht es darum, die Websites von Kreml- und Verteidigungsministerium vor Attacken aus dem Cyberspace zu schützen”* [399]. У наведених прикладах компонент-гастронім *Brot* вживається у значенні найважливішого продукту харчування і символічно позначає ті речі, які можна купити за зарплату (*für den Lohn*). Поєднання іменників *Lohn* та *Brot* у складі ФОГК асоціюється зі стабільною роботою, що здатна забезпечити не лише шматок хліба на столі, але й інші потреби людини.

* **jmdm. reinen (klaren) Wein einschenken**
* Ця ФОГК вже протягом довгого часу побутує у політичній риториці. Так, у промовах Отто фон Бісмарка знаходимо: *“… dass der Finanzminister Ihnen den reinsten Wein einschenke”* [Rö, B. 5: 1709]. У сучасній публіцистиці ФОГК *jmdm. reinen (klaren) Wein einschenken* відзначається високою частотою уживання, оскількидопомагає авторам уникнути різкості шляхом прямого обвинувачення політиків у брехні: *“Der Berater der Bundesregierung, Bert Rürup, hat die Regierung dafür kritisiert, dass sie die Bevölkerung über das Ausmaß bereits erfolgter, aber auch künftiger Leistungskürzungen bei der Rente im Unklaren lasse. “****Der Politik fehlt der Mut, den Leuten reinen Wein einzuschenken”****, sagte Rürup dem Tagesspiegel am Sonntag”* [386]. За словами радника, уряду не вистачає просто мужності озвучити обсяг пенсійних скорочень, які не лише мають місце в теперішньому, але й очікуються в майбутньому.

Незважаючи на створену ФОГК завуальованість висловлювання, адресат відчуває осуд автором дій політичних сил по відношенню до своїх виборців: ***“Je länger Politiker zögern, ihren Wählern******klaren Wein einzuschenken****, desto schwieriger wird der Anpassungsprozess, auf den wir uns nicht minder einlassen müssen als die künftigen Politiker der DDR. Wo bleibt die konzertierte Aktion aller westdeutschen Parteien, die dieser nationalen Aufgabe gerecht wird?”* [375]. Автор статті засуджує дії політиків, які зволікають сказати правду своїм виборцям, наслідком чого буде затяжний процес адаптації країни після об’єднання ФРН та НДР.

* **die Suppe auslöffeln + (sich) die Suppe einbrocken**

*“Die Parteivorsitzende Simone Peter entschuldigt sich erneut bei den Opfern und stellt klar: “Einvernehmlichen Sex zwischen Erwachsenen und Kindern kann es nicht geben”. Und bei all ihren klaren Worten fällt doch immer wieder die starke Betonung auf, dass die Debatten und Beschlüsse aus “unseren Anfangstagen, der frühen Parteigeschichte” stammen. Als sei sie doch etwas beleidigt,* ***eine Suppe auslöffeln zu müssen, die eine andere Generation eingebrockt hat.*** *Daran sollen aber möglichst alle beteiligt werden”* [361].Значення ФОГК пов’язане з традицією кришити хліб в суп, щоб зробити його більш поживним. Образ цього супу перенесений на сферу політики, щоб унаочнити та донести до кожного ситуацію, яка склалася, та спростити її сприйняття. Адже у статті мова йде про скандал, що у минулому стосувався декількох членів партії Зелених. Голова партії Сімона Петер, хоча і вибачається перед жертвами цієї ситуації, проте робить акцент на тому, що її ображає сама необхідність розбиратися у ситуації, виникнення якої спровоковане діями попередніх партійних поколінь.

Низка ФОГК є поодинокими у політичних текстах німецьких періодичних видань і зустрічаються рідко. До таких фразеологізмів належать ті, що вказують на пряму погрозу або насильницькі дії по відношенню до когось:

* **jmdn. zu Hackfleisch / aus jmdm. Hackfleisch machen**

*“In einem demonstrativen Akt kündigte der Weddinger Bezirksbürgermeister und Koalitions-Gegner Hans Nisble seinen Rücktritt aus dem Landesvorstand der SPD an, da weder Spitzenkandidatin Ingrid Stahmer noch die Parteiführung Verantwortung für das Wahldebakel übernommen hätten. Das war zuviel für die Ex-Bundestagsabgeordnete Dagmar Luuk: “Ausgerechnet Nisble”, sagte sie. “Er habe schon am Stuhl von Klaus Schütz gesägt, Walter Momper zu* ***Hackfleisch******gemacht****, am Sturz Ditmar Staffelts gearbeitet und fordere jetzt Stahmers Kopf.* Das sei genau der Stil, den die Partei nicht mehr brauche” [350]. Колишня член Бундестагу обурена діями свого однопартійця, що спонукало її не обмежувати себе, добираючи слова для його характеристики. Проектування ФОГК у контекст ситуації дало можливість пані Дагмар засудити дії пана Нісбле, який нічим не гребує у виборі засобів по усуненню своїх конкурентів.

Поява ФОГК у політичних текстах пов’язана з тим, що саме з продуктами харчування та їх приготування стикається людина постійно у повсякденному житті. Саме сфера гастрономії є найдоступнішою для людського сприйняття. Усім членам етнокультурної спільноти відомі асоціації та образи, пов’язані з певним продуктом харчування, проекція якиху сферу політики робить доступнішим для кожного розуміння складних політичних дій та процедур. У політичних газетних текстах ФОГК є свого роду “інструментами налагодження та встановлення контакту між адресатом та реципієнтом”, оскільки вони допомагають розтлумачити та донести складну політичну інформацію усім зрозумілою мовою гастрономії: *“Man muss schnell reagieren, um handlungsfähig zu bleiben.* ***Eine Salamitaktik****,* ***das scheibchenweise Einräumen von Fehlern, hat noch nie funktioniert”*** [364]. Виникнення перифрастичної ФОГК *Salamitaktik* ‒ “Taktik, mit der Ziele durch kleinere Forderungen und entsprechende Zugeständnisse der Gegenseite erreicht werden sollen” [RW, B. 11] – пов’язане зі способом нарізання салямі тоненькими скибочками (“scheibchenweise”).У контексті відбулося коментування фразеологізму автором шляхом розкриття значення ФОГК, що і вплинуло на трансформацію її семантики у тексті.

Модифікації ФОГК у газетному тексті зустрічаються часто, оскільки зумовлені, в першу чергу, необхідністю пристосування ФОГК до ситуативного контексту. Нарізнооформленість ФОГК дає можливість їх оказіонального стилістичного використання у текстах, що пов’язано з різними трансформаціями, з можливістю образно обіграти ФОГК. Мова йде як про семантичні, так і структурні трансформації.Семантичні трансформації зумовлені актуалізацією фразеологізму в контексті, що супроводжується зміною традиційної семантики ФО, внаслідок чого узуальне значення ФО набуває нових смислових відтінків, або реалізується семантична двоплановість одного чи кількох компонентів або фразеологізму в цілому [20, с. 83–84]. Слід зазначити, що вирішальне значення при виявленні семантичних перетворень відіграє контекст, який і обумовлює специфіку модифікацій ФОГК. Контраст між узуальним наповненням фразеологізмів та їх оказіональною реалізацією посилює експресивно-стилістичний ефект модифікованих ФО [25, с. 135].

Поширеним та ефективним прийомом фразеологічної модифікації у газетних текстах є розширення компонентного складу ФОГК. Елемент, який є новим у складі ФОГК, може бути представлений не лише окремою лексемою, але й цілою фразою. Семантична тотожність ФОГК не порушується, оскільки новий компонент семантично співвідноситься зі значенням ФОГК в цілому, з’являються лише додатковий смисловий відтінок або експресивна характеристика. Саме доданий компонент бере на себе основне емоційне та експресивне навантаження, оскільки завдяки своїй новизні та несподіванці він не прогнозується читачем [40, с. 78]. У більшості випадків компонентний склад розширюється шляхом додавання уточнюючого іменника, який конкретизує значення ФОГК та пов’язує її з контекстом повідомлення адресанта: *“Der Rücktritt von Verteidigungsminister Franz Josef Jung (CDU) bescherte Schwarz-Gelb den schnellsten Ministerwechsel und die schnellste Kabinettsumbildung in der Geschichte der Republik. Die Kanzlerin und ihre Traumkoalition müssen auch nach Jungs Rücktritt* ***harte Nüsse in der Steuer-, Außen-, Familien- und Gesundheitspolitik knacken”*** [346]. Подання у відставку міністра праці, колишнього міністра оборони ФРН, Франца Юнга, дало можливість урядові Ангели Меркель створити свою омріяну коаліцію чорно-жовтих. Проте, в той же час, канцлер та новостворена коаліція змушені були вирішувати низку складних питань після відставки Юнга. ФОГК ***harte Nüsse knacken*** – “eine schwierige Aufgabe lösen” [RW, B. 11] розширена шляхом вклинювання, коли спостерігаємо додавання однорідних компонентів всередині ФОГК (*Steuer-, Außen-, Familien- und Gesundheitspolitik)*. Включені у ФОГК нові компоненти вступають у зв’язки з нормативними компонентами ФОГК та розширюють її значення, створюють нові смислові відтінки. У ситуативному контексті ФОГК вказує не просто на вирішення складних завдань, а проблем саме у податковій сфері, медицині, у сфері сімʼї та охорони здоров’я.

Розгортання образу ФОГК, обумовленого контекстом, може відбуватися за допомогою додавання не лише одиничних компонентів, але й словосполучення **прикметник+іменник**: *“Die Schule hat ihr pädagogisches Konklave für die Transformationsaufgabe gut abgesichert. Ohne Schulzeugnis keine Berufsreife. Ohne Examen keine Karriereaussichten. Die Schule ist das Laufbahnstellwerk. Der Schule entkommt niemand:* ***Das Zuckerbrot der Berufskarriere und die Peitsche der allgemeinen Schulpflicht*** *sorgen dafür”* [348]. Завдяки введеній у контекст ФОГК автор статті показує залежність подальшої кар’єри від шкільного атестату. Перенесення образу батога на процес навчання у школі, а образу солодкого цукрового хлібця на здобутки у кар’єрі, демонструє наочніше адресатові, що навіть гірка та нелегка праця може в майбутньому принести “солодкі” результати. ФОГК ***das Zuckerbrot und die Peitsche*** – “батіг та пряник” розширена одночасним додаванням компонентів як в інтерпозиції (*Berufskarriere*), так і в постпозиції (*der allgemeinen Schulpflicht*).

Характерним для газетно-публіцистичного стилю є логічне виділення інформації шляхом перерозподілу смислового навантаження компонентів ФОГК. Перестановка компонентів-гастронімів у контексті підкреслює зміст, на якому прагнув акцентувати увагу автор: *“Anders als Teile der CDU/CSU und erst recht der FDP predigt die SPD nicht den Individualismus, selten die Eigenverantwortung ‒ ihr angestammtes Thema ist das soziale Netz.* ***Aber die Partei muss heute Wein predigen und Wasser austeilen.*** *Und in solchen Situationen ist der Weg vom Wunsch nach relativem sozialem Ausgleich zur Sehnsucht nach nationaler oder völkischer Homogenität nicht weit”* [335]. Нормативною формою модифікованої ФОГК ***Wein predigen und Wasser austeilen*** є ФОГК***Wasser predigen und Wein trinken*** зі значенням ‒ “von anderen Enthaltsamkeit fordern und sie selbst nicht üben” [Rö, B. 5: 1701]. Перестановкою компонентів ***Wasser*** та ***Wein*** автор статті показує, що соціал-демократи сповідують політику соціальної рівності. Проте, на сьогоднішній день їх партія змушена дотримуватися інших переконань, що в майбутньому може призвести до зміни політики партії у напрямку національної або народної гомогенності.

У ході розвідки було встановлено, що у контексті певної ситуації може часто вживатися не одна ФОГК, а спостерігатися нарощення фразеологізмів або їх злиття в одну ФОГК, що призводить до надання тексту нового звучання. Такий стилістичний прийом як контамінація, коли відбувається синтаксичне та смислове поєднання двох та більше ФОГК, супроводжується втратою щонайменше одного компонента-гастроніма. Модифікована ФОГК виконує функцію градації, увиразнення експресії, посилення інтенсивності дії, нагнітання ознак: *“Was macht heroisch?”, möchte* Cicero *von Hessens Ministerpräsident Koch wissen. “Wenn Menschen friedlich für eine gute Sache kämpfen, wie der Dalai Lama oder Mutter Teresa”. So denkt man im Herrenzimmer von Cicero, wippt am Tresen der Weltgeschichte und lässt sich von Niedriglöhnern einen Dom Perignon reichen. Und doch – in der Prachtvilla gibt es auch ein Souterrain, und hier sitzen die Quertreiber und kippen* ***Wasser in den Wein der frommen Denkungsart****”* [340]. Оказіональна ФОГК***Wasser in den Wein der frommen Denkungsart******kippen***утворена в результаті контамінації ФОГК ***Wasser in den Wein gießen*** ‒ “die Begeisterung für eine Sache abschwächen, mäßigen, die Freude verderben” [Rö, B. 5: 1701]та ФОГК ***Milch der frommen Denkungsart*** ‒ “poetische Umschreibung für ein ehrliches, frommes und aufrichtiges Denken einer Person” [Rö, B. 3: 1034].Наслідком цієї трансформації є виникнення складної, семантично об’ємної ФОГК в процесі зміщення та накладання образів. У поданому вище прикладі мова йде про новий журнал політичної культури *Cicero,* ілюстрований як вілла з кабінетом та каміном. Гості журналу, попиваючи дом периньйон, розмірковують про політику, про героїзм Далай-лами та Матері Терези. Можливо, саме тому їх хід думок був охарактеризований автором як ***Wein der frommen Denkungsart.*** Але в кожному суспільстві є місце для інтриганів, які і плетуть свої інтриги → ***kippen Wasser in den Wein der frommen Denkungsart***. В основі новоствореної ФОГК лежить ірреальна ситуація. Новий образ не здатен зрозуміло мотивувати значення оказіональної ФОГК, яке отримуємо простим шляхом поєднання змістів двох ФОГК. Невмотивованість оказіонального значення новим образом є процес синхронічний, обумовлений з самого початку наміром адресанта [216, с. 86].

Актуалізація ФОГК у політичному контексті може супроводжуватися цілеспрямованою заміною одного, кількох чи всіх компонентів ФОГК лексемою, що не порушує семантичну тотожність виразу. Лексична трансформація є одним із найпродуктивніших способів індивідуально-авторських перетворень, який допомагає швидко встановити контакт із читачем, привернути його увагу, продемонструвати авторську позицію. Як правило, субституція характерна для ФОГК, до складу яких входить два чи більше компонентів-іменників. Але така заміна, насамперед, обумовлена контекстом повідомлення: *“Zwischen Istanbul und Havanna, Moskau und Manila sind gestern Millionen Menschen auf die Straße gegangen. Bei den traditionellen 1.Mai-Demonstrationen traten sie für ihre Rechte als Menschen und als Arbeitnehmer ein… die deutschen Arbeitnehmerführer wollten mit der alten Rhetorik glänzen…..Und DGB-Chef Dieter Schulte forderte zum wiederholten Male, die zwei Milliarden Überstunden auf die vier Millionen Arbeitslosen zu verteilen.* ***Umverteilung, Vollbeschäftigung, Eierkuchen****”* [360]. У ФОГК ***Friede, Freude, Eierkuchen*** ‒ “ungetrübte, aber fragwürdige Harmonie” [RW, B. 11] – заміна компонентів зумовлена пристосуванням до контексту ситуації, прагненням до конкретизації змісту та досягненням стилістичного ефекту. У наведеному прикладі мова йде про першотравневу демонстрацію. Трансформовану ФОГК Дітер Шульте використовує як заклик для проголошення своїх вимог. Роль лозунгу ФОГК виконує не вперше. Саме її походження пояснюють тим, що кінець Другої світової війни у багатьох регіонах відзначали за святковим омлетом, оскільки на той час омлет був чи не єдиною стравою, продукти для приготування якої можна було легко дістати. У 1989 році ФОГК ***Friede, Freude, Eierkuchen*** була проголошена лозунгом на першому параді кохання у Берліні. Компонент ***“Friede”*** закликав до роззброєння***, “Freude”*** символізував музику як засіб порозуміння народів, ***“Eierkuchen”*** був гаслом за справедливий розподіл продуктів харчування.

У контексті повідомлення один із компонентів-гастронімів, що входить до складу досліджуваних ФОГК, може бути заміщений іншим гастронімом. Розглянемо приклад такого лексичного варіювання: *“Dies war einmal* ***ein Land, wo Bier und Honig flоssen****: Mit britischen Umgangsformen, amerikanischem Lebensstandard, skandinavischer Klassenlosigkeit – weiß und wohlhabend. Doch heute ist Australien nicht mehr weiß und zunehmend überzeugt, dass der Wohlstand nicht gottgewollt ist”* [344]. ФОГК ***Land, wo Milch und Honig fließt*** була широко відомою у класичних мовах і позначала рай, потойбічний світ. У християнському вченні 12 молочних та медових рік течуть до небесного Єрусалиму; у апокрифічній літературі місто оточують чотири річки: вони наповнені медом, молоком, вином та олією. Медова річка є територією пророків, молочна ріка – місцем безневинних дітей та чистих душ. Це уявлення послужило основою того, що молоко та мед почали використовувати для ритуалу очищення під час хрещення. Традиція була забута у 600 р. н. е., проте ще на довгий час збереглася у Римі. На сьогодні ця ФОГК вживається стосовно будь-якої місцевості, або країни, де люди живуть в достатку та добробуті [331]. У контексті ситуації, описаної у газетній статті, компонент-гастронім *Milch* був замінений гастронімом *Bier*, що спровоковано індивідуально-авторським баченням Австралії ‒ країни, про яку йде мова у тексті. Після Другої світової війни в Австралію ринув потік німців, балтів, греків та італійців, культура яких викликає у автора статті асоціації з пивом та медом. Шляхом введення оказіональної ФОГК у текст автор наголошує на тому, що раніше Австралія була “раєм”, бо там панували британські манери, американський рівень життя та скандинавська класова рівність. Проте на сьогоднішній день країна більше не є “білою”. Тут автор має на увазі расову приналежність населення Австралії, серед якого постійно зростає процент корінного населення Азії.

У процесі розвідки було виявлено, що поодинокими у політичних текстах німецьких періодичних видань є випадки повної субституції компонентів-гастронімів іншими лексемами, що називають продукти харчування: *“Jeder Parteitag braucht ein Motto, und bei der PDS muss es natürlich ein besonderes sein… “So was wie: Religion ist das Opium des Volkes”, brummte Gabi Zimmer...“Nee”, rief Lothar Bisky, “nehmen wir lieber die Gerechtigkeit, das ist ja auch irgendwie sozialistisch”… “Und wo bleibt die soziale “Sind wir die Sozis?” schimpfte Bisky,* ***“Brot predigen und Baguette essen?”*** [395]. Нормативною формою є ФОГК ***Wasser predigen und Wein trinken*** ‒ “von anderen Enthaltsamkeit fordern und sie selbst nicht üben” [Rö, B. 5: 1701]. У прикладі мова йде про партію демократичного соціалізму, постулатами якої є принципи соціальної справедливості, свободи та рівності, повага до людини праці. Хліб є символом всього, що пов’язано з матеріальним існуванням людини, що і спровокувало заміну компонентів і проекцію першої частини ФОГК ***Brot predigen*** для позначення ідеології партії. Якщо хліб ‒простий виріб з борошна грубого помелу, то багет – вишукана французька булка білого хліба, м’якого всередині, і обов’язково з хрусткою скоринкою.Другу частину оказіонального фразеологізму ***Baguette essen*** автор політичної промови використовує, щоб вказати на те, що партія повинна і сама сповідувати проголошені нею принципи демократичного соціалізму.

Слабко піддаються індивідуальним змінам у політичному контексті нерозгорнуті за формою ФОГК: *“Nach rund acht Jahren haben die Europäische Union und die USA jetzt ihren Streit um die Bananen beendet. Die Europäer haben zugesichert, die Handelsbarrieren für US-Bananenproduzenten bis 2006 abzubauen. Und die Amerikaner werden dafür ihre Strafzölle auf eine Reihe europäischer Produkte von Juli 2001 an abschaffen.* ***Alles Banane?*** *Ja”* [347]. ФОГК ***alles Banane*** ‒ “es gibt keine Schwierigkeiten; es ist alles so, wie es sein soll” [RW, B. 11]. ФОГК концентрує увагу читача на вирішенні восьмилітньої суперечки між ЄС та США стосовно експорту бананів шляхом створеної автором гри слів у контексті описаної ситуації.

Таким чином, представленість ФОГК у політичних текстах німецької преси обумовлена здатністю фразеологізмів подати у доступній кожному формі складну політичну інформацію усім зрозумілою мовою гастрономії. Одиничними у контексті є ФОГК, що вказують на пряму погрозу чи насильницькі дії. ФОГК поза контекстом відзначаються високим ступенем стійкості, а в конкретному тексті зазнають видозмін, що обумовлено політичним контекстом та позамовними чинниками. Прийоми структурно-семантичної модифікації ФОГК, які мають індивідуально-авторський характер та базуються на відхиленні від мовної норми, ведуть до кількісних та якісних змін у зовнішньому плані ФОГК, що в свою чергу зумовлює трансформації семантики ФОГК. Компонент-гастронім узуальної ФОГК у політичному контексті може бути заміщений іншим гастронімом, проте випадки повної такої заміни є поодинокими.

**4.2 Роль фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у формуванні національно-культурної забарвленості політичного тексту**

Нам видається доцільним розглянути функціонування ФОГК у текстах з метою визначення їх національно-культурних особливостей, оскільки суб’єкт номінації та комунікативної діяльності є завжди суб’єктом національної культури [209, с. 214]. Кожен член мовного колективу несе в собі не лише індивідуальне, але й національне. Тому вживання та інтерпретація ФОГК у політичних текстах німецьких періодичних видань є індивідуально-авторською, а, отже, індивідуально-національною. Комунікативні функції ФОГК формуються та значною мірою визначаються культурною конотацією мовного знаку. Вибір ФОГК для комунікативного повідомлення є усвідомленим та мотивується культурною семантикою фразеологізму. ФОГК є культурно значущою ілюстрацією для певної ситуації, явища або події у світі. Читач у своєї свідомості не лише декодує ФОГК, згадуючи її власне мовне значення, але й сприймає образ, що лежить в основі ФОГК, крізь призму культурних установок, символів, еталонів та стереотипів. ФОГК, функціонуючи у мовленні, є свого роду “довгожителями”. Це пояснюється тим, що як “згорнуті”, “стиснуті” тексти культури вони зберігають та передають в мовленні культурну інформацію [100, с. 25]. Мовна функція ФОГК полягає в їх здатності образно описувати те, що відбувається у дійсності. Але одночасно ФОГК виконують і культурну функцію, передаючи уявлення, установки та смисли, що склалися у культурі соціуму.

Кухня та політика мають багато точок дотику, що створює умови для перенесення образів сфери гастрономії у сферу політики, на що вказує також і відома багатьом європейським мовам метафора *“politische Küche”*. Свідченням цього слугує, приміром, назва однієї зі статей в мережі інтернет: *“Die politische Küche Europas: Streit um besseren „Platz am Herd“* [393].

Потрібно зазначити, що вибірка із лексикографічних джерел та газетних текстів виявила неоднакову фразотворчу активність КГ досліджуваних ФОГК. Незначна різниця спостерігається у кількості КГ, задіяних у творенні ФОГК. Зі 113 КГ, які входять до складу 1331 досліджуваної одиниці, 97 КГ зустрічаються на сторінках газет у складі 505 ФОГК. Високочастотними КГ у складі ФОГК, які функціонують у газетно-публіцистичному стилі, є *Brot, Wurst, Frucht, Fisch, Bier, Wasser, Suppe, Öl, Butter, Ei, Wein, Rosinen, Kaffee, Zucker, Pfeffer, Saft, Nuss, Salz, Apfel, Milch, Brötchen.* А ось ФОГК, до складу яких належать КГ *Beere, Frikadelle, Gewürze, Gulasch, Kompott, Korn, Kräuter, Kren, Kümmel, Lachs, Laib, Meerrettich, Nudel, Pastete, Spinat, Sülze,* не зустрічаються у політичних текстах німецьких періодичних видань. В контекст вводяться імпліцитні оцінки та порівняння, що пов’язані з цінністю окремих продуктів харчування в німецькій культурі.

У ході дослідження було встановлено, що висока частотність вживання у політичному контексті характерна для ФОГК з гастронімами *Brot* та *Wurst*, які є національно специфічними продуктами німецької гастрономії. І це не дивно, адже німецька кухня понад міру насичена жирами та вуглеводами. Їдять німці багато, в основному це різноманітні булочки, хлібці з сосисками та ковбасками. І хоча Німеччина не є батьківщиною винайдення хліба, проте у німецькомовних країнах розвинулася своя хлібна культура. Хліб ‒ важливий продукт, до якого у німців особливе відношення: хліб має бути дуже якісним, смачним і свіжим (професія пекаря освоюється впродовж трьох років). Пекарі століттями передавали з покоління в покоління та удосконалювали свої знання і досвід виготовлення хліба і тому можна з впевненістю зауважити, що Німеччина є країною хліба, багатою на його різновиди, так як там налічують понад 300 сортів хліба та 1200 видів хлібобулочних виробів. В жодній іншій країні світу немає стільки сортів хліба, як в Німеччині. Справжнім німецьким вважається хліб з борошна грубого помелу – сірий або чорний, житній або з борошна-асорті. Загалом, напевно, ніде у світі не споживається більше чорного зернового хліба, ніж в Німеччині. Особливою популярністю користується хліб з висівками, як самий корисний. Для німця хліб – це не просто доповнення до сніданку або вечері. Хліб і є власне основою сніданку або вечері. Недаремно, вечірня трапеза німецькою звучить як *“Abendbrot”,* що дослівно перекладається як “вечірній хліб”. Повага до хліба належить до найглибше укорінених переконань народу. Звичайно, що не одним хлібом вечеряють німці, а кладуть поверх свою улюблену ковбаску та сир. Про роль хліба в минулому і сучасному житті німців розповідають численні музеї хліба, з 1999 р. у вересні святкується День бутерброда (*Tag des Butterbrotes*), його засновники намагаються повернути бутерброду, витісненому фаст-фудом і солодощами, втрачені позиції (в першу чергу в школі).

Про важливість хліба для повсякденної культури Німеччини свідчать численні ФОГК: *das tägliche Brot; mit Zuckerbrot und Peitsche regieren; in Lohn und Brot stehen / bringen; gutes Brot haben; eigenes Brot verdienen; das Gnadenbrot geben; Brot sauer verdienen; nach Brot gehen; für ein Stück Brot; brotlose Kunst sein / haben; jmdn. in Arbeit und Brot bringen; etwas verkauft sich / geht weg wie warme Semmeln; etwas verkauft sich / geht weg wie frische Brötchen;* *bei Wasser und Brot sitzen; etwas geht / läuft wie geschnittenes Brot; ein hartes Brot.*

ФОГК з компонентом-гастронімом *Brot* користуються популярністю серед журналістів та політиків, адже вони характеризують різні аспекти діяльності політичних партій та роботу політиків, зокрема:

* нелегкий шлях проведення політичних реформ: *“Die Kosten laufen davon, der durchschnittliche Beitragssatz liegt nun bei etwa 14,5 Prozent. Der CSU-Politiker Horst Seehofer weiß, was für* ***ein hartes******Brot******Reformen im Gesundheitswesen******sind****”* [385];
* стратегії та методи політичного управління: *“Es ist wahr, dass er ein großer Kanzler war”, sagt der Berliner Ex-Senator. “Aber es ist auch wahr, dass die Partei in einer schlimmeren Verfassung ist als nach dem Machtverlust 1969. "****Helmut Kohl, der die CDU mit Zuckerbrot und Peitsche und mit seinem berühmten Notizbuch regierte****, hat auf seinem Weg auch viele Verwundete hinterlassen. Die Saaldiener des Bundestages sind instruiert worden, auf die Bank in der ersten Reihe einen Zettel mehr zu legen”* [372];
* адміністративну систему державного управління: *“Wenn eine Bürokratie anfängt, sich Grundsätze zuzulegen, wird sie einfach dumm, verbockt und unmenschlich. Eine Bürokratie, die* ***den Kindern das trockene Brot vom Munde nimmt*** *und ihnen dafür – Stempel und Papiere gibt! Eine Polizei, die in den Gedanken der Menschen herumschnüffelt und den Leuten die Nase in die Schränke steckt und unter*
* *den Betten sucht und ihnen dafür – das Zuchthaus gibt!”* [363].

Оскільки хліб символізує роботу, заробітну плату та матеріальний стан, за аналогією виникає ФОГК, яка характеризує маленькі булочки як знак малого успіху: *“Als Mindestpreis für eine große Koalition kursierten im Lager der SPD-Linken vor der Wahl Forderungen wie 8,50 Euro Mindestlohn und höhere Steuern für Reiche, um Bildungsausgaben zu erhöhen. Doch bei dem Ergebnis vom Sonntag* ***müsste die SPD eher kleine Brötchen backen****. Eine Alternative könnte ja auch Schwarz-Grün und die Opposition für die SPD sein”* [337]. Після поразки на виборах, соціал-демократична партія Німеччини, яка планувала увійти до коаліції і висувала низку вимог щодо свого вступу, змушена поступитися своїми інтересами і задовольнятися малим → *kleine Brötchen backen*.

Одним із основних інгредієнтів, що кладеться на хліб, є масло, тому й закономірним є те, що навіть найбільш важливі повсякденні теми в політиці позначають як *“Brot ‒ und ‒ Butter ‒ Themen”.* Поєднання цих гастронімів є характерним і для ФОГК, що зустрічаються у політичних текстах німецької періодики: *“Erst beim Staatsbürgerschaftsrecht, dann im Streit um die Steuerreform hat die FDP sich als Stimme der Vernunft und als Schmied des nötigen Kompromisses betätigt. Wenn es demnächst wieder um die Mehrheitsfindung im Bundesrat geht,* ***darf die kleine Regierungspartei sich nicht abermals von der kleinen Oppositionspartei die Butter vom Brot nehmen lassen”*** *‒ meint jedenfalls Renate Künast”* [358]. Масло – найкраще у бутерброді, тому значення фразеологізму у контексті ситуації вказує на ті переваги, що здобула опозиційна партія.

У ході розвідки було виявлено, що актуальною для політичного контексту є ФОГК ***eine brotlose Kunst*** ‒ “ein Bemühen, das nichts einbringt” [RW, B. 11]: *“1974 wollte noch fast ein Drittel aller Studenten in den Schuldienst, inzwischen sind es noch ganze 8,5 Prozent. “Lehrerausbildung heute”, auch der Präsident der Westdeutschen Rektorenkonferenz, Theodor Berchem, hat es erkannt, “ist ein ständiges Krisenthema”. Seit die Schulpädagogik zur* ***brotlosen Kunst*** *wurde, machten die Studenten einen weiten Bogen um die Pädagogischen Hochschulen”* [391]. У наведеному прикладі мова йде про те, що педагогічна освіта стала однією з кризових тем, оскільки професія шкільного вчителя розглядається абітурієнтами як безперспективна і вони просто оминають педагогічні вузи. Професію педагога автор характеризує як *“****brotlose Kunst”***, в зв’язку з тим, що остання просто перестала приносити дохід і бути хорошим засобом матеріального забезпечення (мова йде про 1986 р.).

Культурно-специфічним продуктом німецької гастрономії є ковбаса. Лексема *Wurst* у складі ФОГК отримує відмінну від свого значення семантичну експлікацію у вигляді гастрономічного переосмислення, приміром, *armes Würstchen!* – “бідолаха”, і підкреслює міцний звʼязок між мовою, мовленням та їжею. Адже, справжньою національною стравою Німеччини є ковбаса. У жодній країні світу не виготовляється і не зʼїдається стільки ковбаси, як у Німеччині. Вона у своєму роді є світовим рекордсменом, налічує 1500 різновидів і подається у вареному, смаженому і холодному виді. Майже половина споживаного в Німеччині мʼяса припадає на ковбасу. Ще у Середні віки у звʼязку з популярністю ковбаси були введені перші правила її виготовлення. М’ясники співпрацювали разом з кулінарами, щоб покращити смак ковбас. Проводилися легендарні та відомі змагання серед виробників ковбаси, які намагалися виготовити найважчу чи найдовшу ковбасу, яку презентували на святах [201; 266]. Смачні ковбаски полюбляли всі, від малого до великого. Відомими є слова Отто фон Бісмарка: *“Gesetze sind wie Würste, man sollte besser nicht dabei sein, wenn sie gemacht werden”*. Стає очевидним, чому саме ковбаса стає колективним символом німецької свідомості, будучи носієм культурних цінностей та стереотипів німецького суспільства. Про популярність ковбаси свідчать і численні ФОГК: *es geht um die Wurst; das ist mir Wurst (wurscht); armes Würstchen; mit der Wurst nach dem Schinken werfen; etwas verwursteln; beleidigte Leberwurst spielen; jmdm. eine Extrawurst braten; sich Wurst vom Brot nehmen lassen.*

Проведене дослідження дозволило виявити, що одним із найуживаніших фразеологізмів з компонентом-гастронімом *Wurst* на шпальтах газет є ФОГК ***jmdm. Wurs(ch)t sein (auch: jmdm. wurs(ch)t sein):*** *“Dass Hoeneß bei der Landtagswahl Seehofer unterstützt, daraus hat er nie einen Hehl gemacht ‒ wobei er im gleichen Atemzug auch einmal ankündigte, im Münchner OB-Wahlkampf den SPD-Mann Dieter Reiter unterstützen zu wollen. Ihm* ***sei wurscht****, von welcher Partei ein Politiker sei ‒ gut müsse er sein, soll Hoeneß einmal gesagt haben”* [336]. Походження цього виразу, незважаючи на всі етимологічні розвідки, так і залишається не до кінця визначеним. Згідно однієї з версій ковбаса однакова з двох кінців (*Alles hat ein Ende, nur die Wurst hat zwei*) і тому немає значення, з якого боку її надрізати. Ще одна версія вказує на те, що мова швидше йде про порівняння ковбаси із печенею. Ковбаса протиставляється печені як щось буденне ‒ святковому. Це перш за все пов’язано з тим, що через спосіб приготування не можна зрозуміти, з чого зроблена ковбаса, на відміну від гарного шматка печеного м’яса. До того ж ковбаса асоціюється із буденною стравою, оскільки вона подавалася до столу у робочі дні, а ось вже печеня готувалася на свята.

Походженням іншої ФОГК *es geht um die Wurst* можна пояснити її популярність у політичних текстах німецької преси. Вираз виникає завдяки традиції проводити під час народних свят ігри або змагання (*Wurstklettern, Wurstangeln, Wurstschnappen*), на яких призом була саме ковбаса. Завдяки цьому виникає асоціація ковбаси як чогось вирішального, важливо, для здобуття чого потрібно докласти зусиль, проте воно того варте: *“Die SPD würde nicht zögern, mit der CDU zusammenzugehen, wenn sie keine andere Machtoption haben sollte, da sind sich die Grünen sicher. “****Wenn es um die Wurst geht****, ist die SPD sich selbst am nächsten”, sagt Löhrmann. Viele grüne Kommunalpolitiker sind ohnehin eher für eine Koalition mit der CDU als mit der SPD”* [388].

Завдяки контекстуальному оточенню у багатьох повідомленнях значення *Wurst* та *Wahlen* зливається воєдино: *“Der Dienstag enthielt für die Demokraten auch einen kleinen Hoffnungsschimmer. In der einzig wirklich entscheidenden Wahl, dort wo es* ***um******die******Wurst*** *ging – oder besser gesagt: um die Besetzung eines freigewordenen Abgeordnetenmandats. Dort also, wo sich die Wähler zwischen einem Demokraten und einem Republikaner entscheiden mussten, da gewann der demokratische Kandidat”* [370]; *“Damit bietet sie als Partei kein sehr eindrucksvolles Bild. Aber was sonst tun, da es doch* ***um******die******Wurst*** *geht, um die Bundestagswahlen, um den Sieg und um viele Ämter?”* [365].

Завдяки своєму значенню ФОГК *es geht um die Wurst* часто зустрічається у заголовках, оскільки виконує паралельно два основних завдання автора – бути стислим, лаконічним та водночас привернути увагу читача. У статті з назвою *“Es geht um die Wurst”* мова йде про наступне: *“Nach massiven Attacken gegen das jahrhundertealte Reinheitsgebot für deutsches Bier hat die Europäische Kommission in Brüssel nun ein neues Ziel ins Visier genommen: die deutsche Wurst. Fernand Braun, EG-Generaldirektor für Binnenmarkt und gewerbliche Wirtschaft stellt das Reinheitsgebot für deutsche Fleischwaren in Frage. Der landwirtschaftliche Pressedienst* Agrar Europe: *“Die EG rüttelt damit an den Grundfesten der tierischen Veredelungsproduktion deutscher Landwirte“* [366]. У наведеному прикладі автор використовує прийом подвійної актуалізації, коли відбувається обігравання фразеологічного та буквального значення виразу. Ця оказіональна трансформація створює сильний емотивно-стилістичний ефект, сприяє пожвавленню образу ФОГК, підсилює ефект впливу. Читач звертає увагу на статтю завдяки заголовку, вважаючи, що мова буде йти про найважливіші події. Проте він не завжди може припустити, що мова насправді йтиме про ковбасу. Розпізнати прийом буквалізації читач зможе лише під час свого ознайомлення зі змістом статті.

У фразеологічному фонді німецької лінгвокультури зареєстрована значна кількість одиниць, семантичною основою яких є інший національно значущий продукт – пиво. Німеччина – один з трьох головних виробників пива у світі. Пиво для німців ‒ це спосіб життя! Пиво завжди подають охолодженим, з великою шапкою піни. Не рекомендується пити пиво похапцем – за неписаними правилами треба почекати, поки пінка осяде, а вона може триматися до восьми хвилин. Пиво як головний продукт німецької гастрокультури викликає особливий інтерес в плані щедрого породження фразеологізмів, тим самим, стаючи також і продуктом лінгвокультури. Добре відомими є такі ФО з компонентом-гастронімом *Bier*: *etw.(jmdn.) wie sauer (saures) Bier ausbieten (anbieten, anpreisen);* *das ist (nicht) mein Bier;* *mit wahrem Biereifer;* *fluchen wie ein Bierkutscher; wie Braunbier mit Spucke; eine Bierreise unternehmen.*

Характерним для політичного контексту є висока частотність вжитку ФОГК *etwas wie sauer/saures Bier ausbieten/anpreisen* ‒ “eifrig für etwas werben, was niemand haben will” [RW, B. 11], яка присутня на шпальтах газет як в узуальному, так і в оказіональному варіантах*:**“Und deshalb beginnt es, unter den Pragmatikern in der Fraktion, sonst Fischer eher zugeneigt, zu rumoren. Der unorthodoxe Haushaltspolitiker Oswald Metzger stichelte unlängst in der taz: Der Marktwert einer Partei wächst nicht dadurch, dass man sich bei potentiellen Koalitionspartnern ständig* ***wie******sauer******Bier anbietet****. Sogar das böse Wort von der "Prostitution" ist in Umlauf”* [351]. ФОГК ***wie saures Bier anbieten*** допомагає привернути увагу аудиторії до слів політика під час інтерв’ю, посилює експресивність його виступу.

У своїх промовах політики часто використовують ФОГК *das ist (nicht) mein Bier* для демонстрації відмови або своєї непричетності до тієї чи іншої справи: “*Dieser Vorsicht bei kleinen Stolpersteinen entsprach auf höherer Stufe eine geradezu selbstverleugnerische Nachsicht. “****Das ist******nicht******mein******Bier****”, sagte der Kanzler schon auf dem Hinflug ein halbes Dutzend Mal zu den Subventionen für amerikanische Ölimporte”* [390]; самоусунення від завдання: *“Der CDU-Wirtschaftsexperte Gunnar Uldall meinte dagegen, es sei “nicht Aufgabe der Politik, die Gremien der Wirtschaft zu besetzen.* ***Das ist******nicht******unser******Bier”****. An diesem Mittwoch will sich der Wirtschaftsausschuss des Bundestages mit dem Fall Holzmann und der Rettung des Baukonzerns durch Bundeskanzler Gerhard Schröder befassen”* [354].

Актуалізація ФОГК у політичному тексті супроводжується субституцією компонентів-гастронімів, що зумовлена необхідністю пристосування фразеологізму до ситуативного контексту. Культурно значущі ФОГК німецької мови автор проектує у політичний контекст і замінює національно-специфічні для німецького етносу компоненти-гастроніми лексемами, які теж належать до сфери гастрономії. Проте нововведені у склад ФОГК гастроніми називають продукти харчування, що є культурно-специфічними продуктами харчування іншого етносу: *“Es sind diesmal nicht die Entlassenen bankrotter Staatsbetriebe oder mittellose Bauern, die, wie oft in den vergangenen Jahren, per Protest staatliche Almosen einfordern. Vielmehr streiken in Xianyang* ***die in Lohn und Reis*** *stehenden Arbeiter einer tadellosen Fabrik”* [349]. Зафіксованою у словнику є ФОГК ***in Lohn und Brot stehen*** ‒ “angestellt sein, feste Arbeit haben” [RW, B. 11]. Субституція пов’язана з культурою харчування китайського народу, адже автор описує події в Китаї і, якщо для німців невід’ємним атрибутом на столі є хліб, то для китайців основним продуктом є рис, що й обумовило заміну КГ *Brot* на КГ *Reis*. Лексичне варіювання компонентів зустрічається досить часто у газетно-публіцистичному стилі, оскільки допомагає із мінімальною затратою мовних зусиль привідкрити читачеві культурну завісу іншої нації засобами рідної фразеології: *“Es ist der Direktor der “Feuerbrigade” der Region, der mit dem Hubschrauber fortwährend die Tundra nach Waldbränden absucht. Zwar gibt es hier keinen Wald, sondern nur spärlichen Bewuchs an Moosen, Gräsern und niedrigem Buschwerk, dennoch:* ***Dienst ist Dienst und Wodka ist Wodka****”* [342]. Ситуативний контекст обумовив у нормативній ФОГК ***Dienst ist Dienst, und Schnaps ist Schnaps*** ‒ “Arbeit und Privatvergnügen sind zweierlei”[RW, B. 11] ‒заміну КГ *Schnaps*іншим гастрономічним компонентом *Wodka*, що позначає традиційний та поширений алкогольний напій у Росії.

*“Wenn Herr Schäuble die Einkommensschere zwischen Hartz-IV-Empfängern und Millionären in Deutschland mit den sogenannten Lebenschancen in China, Indien und Südamerika verrechnet,* ***vergleicht er einen deutschen Apfel mit einem asiatischen Reiskorn****”* [341]. Нормативною формою ФОГК є ***Äpfel mit Birnen vergleichen*** ‒ “einen unzulässigen Vergleich anstellen” [Rö, B. 1: 93]. У контексті ситуації адресант образно протиставляє німецьке яблуко азіатському рисовому зерну, які є асоціативним втіленням двох національних культур. Для створення цієї асоціативно-образної основи у ситуативному контексті автор поєднує три прийоми перетворення ФОГК: 1) зміна компонента-іменника ***Äpfel*** в числі; 2) заміна КГ *Birne* гастрономічним компонентом *Reiskorn* та 3) включення до компонентного складу ФОГК прикметників *deutsch* та *asiatisch.*

Яскравим прикладом перетворення ФОГК з метою передачі особливостей національної культури є поєднання прийомів лексичного варіювання та коментування ФОГК. *“Eine großartige Vorstellung! Was Europäern* ***das Salz in der Suppe*** *ist, soll einem karibischen Inselvolk* ***der Kakao auf der Languste*** *sein? Ihre Heimat, Kuna Yala: ein Land, in dem vielleicht* ***weder Milch noch Honig, dafür aber fette Schokoladenströme fließen****?”* [353]. Високий ступінь експресивності створюється автором шляхом повної заміни компонентів у ФОГК ***das Salz in der Suppe*** на ***der Kakao auf der Languste*** та протиставленням двох образів: загальновідомого та новоствореного, ірреального образу, характерного для культури населення карибських островів. Подальшу інформацію про культуру цієї нації читач отримує з наступного речення, в контекст якого автор знову вводить модифіковану ФОГК, в основу котрої кладе новий ірреальний образ країни із шоколадними ріками. Завдяки цим перетворенням оказіональні ФОГК наповнені національно-культурною інформацією та формують у адресата уявлення про карибські острови, багаті на какао, лангустів та шоколад.

Таким чином, семантичною основою КГ є національно-специфічні продукти (*Brot, Bier, Wurst*), роль яких у гастрономічному житті німецького етносу обумовлює високу фразотворчу активність гастронімів у політичному контексті та здатність характеризувати різні аспекти політичного життя суспільства у складі ФОГК. Актуалізуючись у тексті, ФОГК як носії культурних стереотипів та символів німецького народу можуть відображати культурні установки та смисли іншої нації шляхом заміщення національно-специфічних гастронімів німецької гастрокультури культурно-специфічними назвами продуктів іншої гастрокультури. Заміщення національно-специфічних гастрономічних компонентів у контексті служить для ознайомлення адресата з культурою іншої нації засобами рідної фразеології.

**4.3 Інтенціональна значущість фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у політичних газетних текстах**

ФОГК є мікротекстами, що пояснює їх можливість відображати інтенції суб’єктів мовлення. Номінативна основа ФОГК містить всі типи інформації, характерні для відображення ситуації в тексті. Досліджуючи оцінний потенціал ідіом, В. М.Телія стверджує про те, що ідіоми та образно мотивовані слова надають висловлюванню певну іллокутивну силу [209, с. 202].. На відміну від слів, ФОГК виражають не лише раціональну оцінку, але й завдяки своїй образності, демонструють ставлення адресанта до описуваної ним ситуації чи події вже самим вибором тієї чи іншої ФОГК. Іллокутивний потенціал ФОГК обумовлений її здатністю навіть поза контекстом зберігати памʼять про нього, про комунікативну ситуацію, в якій виникла ФОГК. Образ-ситуація або образ-емоція є важливим компонентом прагматичного значення, оскільки саме він обумовлює інші комунікативно-прагматичні властивості ФО [170]. Саме тому ФОГК як носії лінгвокультурної інформації та системи цінностей німецького етносу передбачають наявність у реципієнтів спільних з автором знань, які гарантують розуміння та сприйняття ними інформації. Якщо в усному мовленні міміка, жести та інтонація допомагають виявити наміри мовця, то на письмі намір є часто завуальованим і потребує для виявлення та розкриття від адресата певного досвіду та компетентності.

ФОГК починає повністю виконувати свою прагматичну функцію лише за умови її включення у висловлювання, оскільки реальне функціонування конотативного компоненту – це його актуалізація у комунікативному повідомленні або в процесі організації комунікативних структур [209, с. 106‒107]. Конотація ФОГК є прихованою інформацією про прагматичну інтенцію адресанта, пов’язана з його наміром справити враження на адресата, в тому числі і емоційно. Конотативний комплекс формально не виражається, що допомагає автору слідувати принципу економії мовних зусиль, не збільшуючи довжину тексту, а лише ускладнюючи його зміст: *“Neben 8,50 Euro Mindestlohn muss nun auch die doppelte Staatsbürgerschaft kommen, damit man in eine große Koalition geht.* ***Harte Nüsse für die Union****, die zudem verärgert ist über den Linksschwenk der SPD. Heute setzen sich die Arbeitsgruppen Familie/Gleichstellung und Gesundheit/Pflege zusammen”* [371]. Під ФОГК *harte Nüsse* автор має на увазі “важкі завдання”.

Таким чином, до прагматичного компоненту значення ФОГК включаємо експресивність, оцінність, емотивність, національно-культурний компонент та іллокутивний потенціал ФО. Прагматичне значення використаних у повідомленні ФОГК обумовлює можливість демонстрації адресантом свого комунікативного наміру, емотивно-оцінного відношення до предмету, дії або ситуації, впливу на подальший перебіг подій. Включення ФОГК до комунікативного повідомлення активізує нові, контекстуально обумовлені прагматичні властивості ФОГК. Так, вживання ФОГК може бути обмежено не лише певною конкретною ситуацією але й пов’язане з певним контекстом. Використання у політичному контексті ФОГК ***rein in die Kartoffeln ‒ raus aus den Kartoffeln*** обумовлено характеристикою політичної стратегії, що базується на взаємно суперечливих вказівках: *“Wenn diese Wirkung auf möglichst schmerzlose Weise erzielt werden solle, müsse die Steuer “langsam, aber kontinuierlich steigen, und vor allem muss der Anstieg für alle Beteiligten langfristig vorhersehbar sein”. Eine Politik “nach dem Motto,* ***Rein in die Kartoffeln ‒ raus aus den Kartoffeln ist das Dümmste****, was man auf diesem Gebiet machen kann”* [379].

Перш за все, комунікативний акт слідує принципу економії мовних зусиль, коли для досягнення певної мети комунікант вибирає дію, яка пришвидшить досягнення цілі та буде потребувати мінімальних витрат зусиль та ресурсів. Хоча Принцип Кооперації Грайс сформулював в першу чергу для усного спілкування, проте його можна легко спроектувати на сферу публіцистики, оскільки автор газетного тексту вступає в комунікативну взаємодію з різними соціальними групами з метою інформування та впливу на читацьку аудиторію. Перед автором постає низка завдань: відобразити факти дійсності, інтерпретуючи їх та коментуючи. Оперуючи фактами, журналіст повинен проінформувати читача, одночасно впливаючи на нього оцінними судженнями. Критична оцінка подій та ситуацій найяскравіше відображена у політичних текстах німецької періодики ФОГК, що не лише позначають певне явище об’єктивної дійсності, але й дають йому оцінку: *“Die ersten Ministerpräsidenten freuen sich über eine neue Einnahmequelle.* ***Ist jetzt also alles in Butter?*** *Kritik kommt nur aus den Reihen der Gewerkschaften”* [359].

Дослідження ФОГК у політичних газетних текстах дало підстави стверджувати, що позитивна оцінність ФОГК є скоріше винятком, ніж правилом. Схвальну характеризують предмет чи явище у політичному контексті фразеологізми, до складу яких входить назва продукту харчування, який володіє якісними гастрономічними властивостями. Приміром, додавання ізюму до хлібобулочних виробів покращує їх смак, тому у тексті ФОГК ***Rosinen im Kuchen sein*** актуалізує своє значення ‒ “das Beste sein” [Rö, B. 4: 1255]: *“Kurt Malangré, Aachens Oberbürgermeister und CDU-Europa-Abgeordneter,* ***sieht*** *indes* ***seine Stadt*** *für die Zeit ab 1993 schon “****wirtschaftlich und kulturell als******Rosine im Kuchen Europa****” und gibt sich deshalb ganz optimistisch”* [387]. Сповненою оптимізму є позиція бургомістра щодо свого міста, що не може не викликати захоплення у реципієнта.

ФОГК з компонентом ***Sauerteig*** у політичних текстах німецької преси мають схвальну оцінку, в зв’язку з тим, що саме завдяки заквасці хліб добре виростає в об’ємі: *“Im Gespräch mit der Berliner Zeitung erinnerte sie an die positiven Wirkungen der Friedens- und Ökologiebewegung.* ***Sie seien ein wesentlicher Sauerteig der westdeutschen Gesellschaft gewesen****. Auch heute gingen zum Beispiel von Berlin-Kreuzberg neue Ideen und bürgerschaftliches Engagement aus”* [383]. Мова йде про позитивну оцінку автором руху за мир та екологію. Схвальний відгук про їх позитивний вплив на західнонімецьке суспільство відображає ФОГК ***ein Sauerteig in der Bewegung sein*** ‒ “der positive Anreger, der vorwärtstreibende Initiator einer Sache sein” [Rö, B. 4: 1287]. Прикметник *wesentlich* підсилює експресивність виразу та оцінку адресанта.

Низка ФОГК, наповнених новим, як правило, гострим політичним змістом, включають соціальну оцінку, частіше негативну ніж позитивну, та можуть викликати низку негативних емоцій. Найчастіше у газетних текстах функціонують ФОГК, які покликані гостро критикувати ту чи іншу ситуацію, подію, або особу. Особливо часто спостерігаємо це, коли мова йде про боротьбу між різними політичними силами: *“Die Parteichefs nahmen Bezug auf ein Schreiben des Bundeskanzlers an die Union von dieser Woche. “****Schröder******sei darin******wie eine Katze um den heißen Brei herumgeschlichen”****, kritisierten Merkel und Stoiber am Freitag”* [374]; *“Die Opposition kritisiert die Regelung als wirkungslos. Das Gesetz* ***sei ausgehöhlt wie ein Schweizer Käse*** *und werde am Ende kaum Wirkung entfalten, sagte Linksfraktionsvize Caren Lay. Sie bemängelte, dass die Mietpreisbremse nur zeitlich befristet und begrenzt auf bestimmte Regionen eingeführt werde”* [382]. У своїх виступах чи промовах політичні діячі вживають ФОГК з негативною оцінкою з метою ефективнішого впливу на аудиторію, насаджування їй своїх поглядів та переконань, у пошуках підтримки та схвалення своїх дій. Ці ФОГК покликані викликати у адресантів несхвальні емоції щодо дій іншої політичної сили.

Ми погоджуємося з точкою зору дослідників, які наголошують на прагматичній багатозначності ФО. Доказом цього є факт систематичного повторювання відразу декількох стійких прагматичних комплексів, які виражені однією і тією ж ФОГК в різних контекстах, створених різними авторами. Кількість прагматичних варіантів однієї ФОГК прямо пропорційна кількості пов’язаних з нею мовленнєвих ситуацій або емотивних станів у свідомості носіїв мови [170]. Оцінка, яку виражає автор у своєму повідомленні, є відносною, оскільки залежить від емпатії адресата та його ціннісної орієнтації. ФОГК, що виражають нефіксовану оцінку, функціонуючи у текстах, змінюють її залежно від емпатії суб’єкта комунікації. Емотивна оцінка ФОГК не лише передає певне почуття, але й викликає певне відношення до об’єкта (презирство, зневагу, докір, схвалення), яке виникає у адресата внаслідок асоціативно-образного сприйняття ФОГК. У значення ФОГК автор вкладає своє емотивне відношення, яке може не співпасти з тим, як сприйме образ та декодує інформацію адресат. Реципієнт інтерпретує комунікативне повідомлення, вкладаючи у нього свій смисл, який не завжди збігається з авторською задумкою.

Таким чином, емотивна оцінка наділена іллокутивною силою, реалізує певний іллокутивний намір адресанта, і за умови комунікативного успіху викликає перлокутивний ефект [209, с. 118]. Так, приміром, у ФОГК прикметник *faul* викликає негативну образну асоціацію та імплікує презирство, зневагу: *“Für die kleine Gebäudereinigungsfirma “Losert” in Reinickendorf könnte die Neuregelung für die 630-Mark-Jobs das Aus bedeuten.* ***“Was sich die Regierung da ausgedacht hat ist doch ein faules Ei****”, sagt Heinz Losert, der Geschäftsführer”* [400].

ФОГК у мовленні слугують для оцінки конкретної окремо взятої ситуації із суб’єктивної точки зору мовця. Досліджувані ФОГК, актуалізуючись у тексті, не лише характеризують певне явище чи об’єкт, але й виражають суб’єктивне емотивно-оцінне відношення до нього з боку автора:

* стурбованість: *“Jürgen W. Möllemann, stellvertretender Vorsitzender der Bundes-FDP und FDP-Chef in Nordrhein-Westfalen. Wir sind unter unseren Möglichkeiten geblieben. In der Tat* ***hat uns die Debatte der vergangenen Woche die Petersilie verhagelt.*** *Das geht nicht, dass man so hintergangen wird”* [401].
* небажання, за яким криється приховане безсилля: *“Döring hat öffentlich erklärt, hinter dem superehrgeizigen Prozentziel für die Bundestagswahl zu stehen ‒ anders als hinter der "hirnrissigen" Idee einer FDP-Kanzlerkandidatur. Dabei weiß man im Südwesten nur zu genau,* ***wie hoch die Trauben hängen:*** *1998 brachte die FDP im Stammland 9,9 Prozent auf die Waage, bundesweit waren es gleichwohl nur magere 6,2 Prozent. Utopisch erscheint da die Hochrechnung für 2002”* [398].
* відразу: *“Joachim Stahr etwa, der Jugend- und Sportstadtrat von Treptow-Köpenick, hat nicht vergessen, dass seine Schwiegereltern unter dem DDR-Regime im Gefängnis saßen, und für ihn sind SED und PDS untrennbar miteinander verbunden.* ***Ihm kommt auch jetzt noch der Kaffee hoch****, wenn er daran denkt, dass die Unterdrücker von einst heute ihre Rente kriegen. Im Bezirksamt hat er die Erfahrung gemacht, dass man mit sachlichen PDS-Leuten zusammenarbeiten kann”* [396].
* неприємне здивування, обурення: *“****Da haben wir den Salat*** *und verstehen Bahnhof! Die CDU mit Kohl hatte Europa regelrecht bis hin zum Euro betrieben, das war ihre Empfehlung”* [356].
* розчарування у зв’язку з нездійсненням планів та задумів: *“Im Vorfeld war spekuliert worden, dass Rösler diesen Anlass nutzen würde, um das Team zu präsentieren, mit dem er künftig die FDP führen möchte.* ***Aber, Pustekuchen.*** *Öffentlich sagte Rösler mal wieder gar nichts”* [389].
* невідповідність між реальністю та задумом: *“Angebote der Liberalen, nach hessischem Vorbild eine bürgerliche Koalition zu bilden, wies Perschau als unrealistisch zurück. “****Die FDP hat nicht die Bohne einer Chance, die Fünf-Prozent-Hürde zu nehmen****”, kanzelte er den Spitzenkandidaten der Liberalen Peter Braun ab. Eine Mahnung aus Bonn”* [345].
* недоброзичливе відношення: *“Wie Angela Merkel es geschafft hatte, den christdemokratischen Mann aus der Wirtschaft für eine Koalition in der Opposition mehrheitsfähig zu machen, das beeindruckte auch jene CDU- und CSU-Männer,* ***die ihrer Parteivorsitzenden sonst nicht die Butter auf dem Brot gönnen.*** *Was und wer konnte die Unionsschwestern jetzt noch bremsen?”* [339].
* нещирість або скритність: *“****Angela Merkel, die CDU-Vorsitzende, redet jedenfalls vor allem um den heißen Brei,*** *als sie kurz nach Westerwelle die eben in der Fraktion abgestimmte Position erklärt. Ob die Union ein militärisches Vorgehen gegen den Irak als legitimiert erachtet, als formal rechtmäßig also, wird die CDU-Chefin bei ihrer Pressekonferenz gefragt”* [376].

Не всі досліджувані ФОГК на сторінках німецьких періодичних видань належать безпосередньо перу журналіста. Численна група ФОГК зустрічається у політичних текстах внаслідок передачі автором прямої мови учасників тієї чи іншої події, ситуації. Для організації політичної діяльності з реалізації певної мети та рішень особливе місце посідає вибір засобів, в тому числі і мовних. У ході процесу політичної комунікації, під час якої відбувається обмін політичною інформацією, політичні сили намагаються сформувати за допомогою ЗМІ сприятливу для себе громадську думку. Перед адресантами стоїть завдання не лише передати інформацію реципієнтам, але й вплинути на них, викликати реакцію у відповідь, скласти враження, яке хоча б частково співпадало з авторським. З одного боку, обмежений об’єм газетного тексту стоїть на заваді в журналіста і вимагає від нього вмілих маніпуляцій мовними засобами. Автор ставить за мету донести до читача свою точку зору стосовно ситуації або події і у цьому йому допомагають ФОГК. З іншого боку, політики, промови яких рясніють фразеологічними зворотами, використовують ФОГК як важелі маніпуляції та впливу на аудиторію. Щоб донести свою позицію до адресата, політики оперують у своїх промовах фразеологізмами, надаючи мовленню образності та роблячи його доступнішим для широких верств населення. Особливою популярністю серед політиків користуються ФОГК, які є закликом до дії або виконують роль передвиборчого лозунгу:

* ***ran an den Speck*** (характерна для промов Ангели Меркель): *“Ich bin platt und bewegt”, sagt Merkel direkt nach Bekanntgabe des Ergebnisses. “Jetzt geht es zusammen mit denen, die noch gewählt werden,* ***ran an den Speck****. Wir haben viel vor”* [352].

*“Deshalb müsse der Filz weg. “****Jetzt gehtʼs ran an den Speck****”, rief Merkel vor etwa 5000 begeisterten Zuhörern, die die Parteichefin mit “Angie-, Angie-Rufen” feierten. Merkel und Unionsfraktionschef Friedrich Merz sagten Rüttgers zu, in den nächsten 14 Tagen geschlossen an seiner Seite für den Sieg der CDU in NRW zu kämpfen”* [392].

* ***ran an die Buletten:*** *“Zuallererst marschierten rund 4000 Gäste an die mit Delikatessen gut bestückten Stände und huldigen dem alten Wahlspruch “****Ran******an******die******Buletten****", um erst anschließend eine der immer wieder überraschenden Ansprachen des Regierenden Bürgermeisters anzuhören”* [384].
* ***abwarten und Tee trinken:****“Nur Italien, England und Griechenland würden, gemessen am Kurs zur DM, mehr für einen Euro zahlen müssen.* ***Also nicht abwarten und Tee trinken****, sondern ein eindeutiges Nein zum Euro!”* [381].

Особливе прагматичне значення в політичному газетному тексті має заголовок, який актуалізує одну зі своїх функцій: нормативну, інформативну, експресивно-апелятивну, рекламну. Він є найважливішою складовою успішної статті, оскільки покликаний привернути увагу читача. Заголовки є опорними елементами інформації, яка подається в тексті, і відіграють суттєву роль для встановлення контакту з адресатом. Заголовок може прикрасити нудний матеріал і заставити читача його прочитати, або, навпаки, може зіпсувати найцікавішу публікацію. ФОГК є хорошим засобом для привернення уваги, оскільки володіють тим ступенем лаконічності, який дає змогу авторам виразити низку своїх думок, емоцій та оцінок декількома словами.

Розглянемо як приклад заголовок із газети “*Der Tagesspiegel*”: “***Keine Extrawurst für Fischer***” [368]. В момент ознайомлення читача із заголовком, імовірно, виникають асоціації з ФОГК *jmdm. eine Extrawurst braten*, що має значення “jmdn. anders als andere behandeln, begünstigen” [RW, B. 11]. Трансформація ФОГК у заголовку дозволяє авторові краще втілити свій намір та задум, тісніше пов’язує заголовок з текстом, привертає увагу адресата. Текст статті роз’яснює значення заголовку: *“Beim “Schleuserausschuss” geht es…. um die politische Leitung des Auswärtigen Amtes. Ohne die neue Visapolitik hätte es die verantwortungslose Leichtigkeit der Einreise von Schwarzarbeitern oder zur Prostitution gezwungener Frauen wahrscheinlich nicht gegeben. Ob dies vorwerfbare Schuld ist, ob hier ein Rechtsbruch systematisch vorbereitet wurde, all dies wird im Untersuchungsausschuss zu klären sein. Daher gibt es auch keinen Grund, auf diesen Untersuchungsausschuss zu verzichten, oder einem Minister eine “****Extrawurst” zu braten****. …. niemand steht außerhalb von Recht und Gesetz. Herr Fischer ist Chef des Auswärtigen Amtes und muss für mögliche Missstände in seinem Haus die Verantwortung übernehmen”* [368]. Автор статті критикує міністра іноземних справ ФРН Йошку Фішера стосовно візової політики, яка полегшила проникнення у Німеччину груп нелегалів. Адресант емоційно наголошує на відповідальності міністра за свої дії. Заголовок статті є закликом автора до читачів, не бути поблажливими до міністра і не пробачати йому помилок. Експресивність сучасного газетного тексту досягається за рахунок залучення ФОГК, яку автор використовує для вираження оцінки та підсилення емотивності.

Таким чином, інтенціональна значущість досліджуваних ФОГК полягає у їх здатності відображати наміри суб’єктів мовлення. Оскільки ФОГК є образно експресивними одиницями, вони створюють специфічну газетну образність та експресивність, автор включає їх у процес аргументації та соціальної орієнтації. Відбір ФОГК у політичних текстах німецьких періодичних видань є завжди прагматично обумовленим, оскільки використання автором ФОГК зумовлює значне зростання прагматичного потенціалу комунікативного повідомлення та ступені його впливу. Прагматичний компонент значення досліджуваних ФОГК включає експресивний, оцінний, емотивний, національно-культурний компоненти та іллокутивний потенціал. ФОГК допомагають авторам слідувати принципу економії мовних зусиль, особливо це стосується заголовків газетних текстів.

**4.4. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом як засоби створення мовної гри**

Одним із завдань авторів газетних текстів є пошук оптимального шляху для створення діалогу із читачем. Ефективність процесу комунікації підвищується, якщо інформація подається в контексті гри. Як правило, ситуація набирає нових відтінків, незвичного забарвлення, пришвидшуючи реакцію адресата. Мовна гра, на думку багатьох дослідників [22; 95; 190], бере свої витоки з філософії. Ще філософи Давньої Греції використовували ігрові прийоми мови у своїх словесних дуелях, виявляючи мудрість та дотепність. Термін “мовна гра” введений у лінгвістику Л. Вітгенштейном. Під мовною грою вчений розумів весь процес вживання слів у мові, який уявляв у вигляді гри, за допомогою якої діти оволодівають рідною мовою. Мовна гра за Л. Вітгенштейном – це мова та дії, з якими вона переплітається [38, с. 83]. Однак, це визначення є досить широким, оскільки мова тут розуміється як сукупність мовних ігор, тому лінгвістами аспект мовної гри був обмежений створенням певного ефекту (комічного).

У сучасній науці під мовною грою розуміють ненормативне вживання мови, системний механізм перетворення нормативних мовних одиниць з метою отримання комічного ефекту. Під мовною грою розглядають мовний жарт, тобто словесну форму комічного; автономний елемент тексту з комічним змістом [181, с. 16‒23]. У В. М. Мокієнко мовна гра є словесним парадоксом, “антитезою” всьому незвичному, нормативному, сталому у мові. На думку вченого, до мовної гри засобами фразеології можна віднести практично будь-яке варіювання, типові або індивідуально-авторські трансформації ФО, які є ресурсом створення засобів комічного впливу [150, с. 101‒102].

Мовна гра існує завдяки варіативності мови, яка дозволяє урізноманітнювати засоби мови для вираження думок, емоцій, стану, переживань та оцінок. Одними із найпоширеніших засобів створення мовної гри є ФО. На відміну від ігор, мовна гра може бути засобом маніпуляції та емоційного впливу на адресата, вона є свого роду імпровізацією адресанта з метою досягнення конкретної емотивної цілі. Мовна гра маніпулює мовною нормою, адресатом, мовними знаками. Мовна гра, створена ФОГК як прагматично вмотивоване відхилення від норми в широкому її розумінні, є ефективним засобом підсилення експресивності політичного газетного тексту. У цьому випадку під нормою розглядається поняття, що позначає межі, в яких речі, явища, природні та суспільні системи, види людської діяльності та спілкування зберігають свої якості та функції [236, с. 527]. Відхилення від норми у цьому її розумінні фіксуються в мовленні, проте не обов’язково є порушенням мовних норм.

Основним цільовим ефектом створеної ФОГК мовної гри у політичних газетних текстах, є надання комунікативному повідомленню адресанта прагматичності, експресивності шляхом усвідомленого порушення функціонально-семантичних закономірностей використання ФО. Таким чином, під *мовної грою, створеною ФОГК*, ми будемо розуміти *ціленаправлене та усвідомлене маніпулювання ФОГК, реалізоване у комунікації з урахуванням ситуації, особливостей сприйняття та спроектоване на досягнення комічного ефекту.*

Іронія будується шляхом навмисної експлуатації максими якості принципу Кооперації: *не кажи того, що вважаєш неправдою*. Принцип Кооперації та принцип Ввічливості регулюють та оптимізують процес мовної комунікації. Принцип Ввічливості взаємодіє з принципом Іронії, оскільки іронія тісно пов’язана з ввічливим глузуванням. Принцип Іронії, за Дж. Лічем, полягає у наступному: якщо хочеться когось образити, то треба це робити хоча б таким способом, який не суперечить принципу Ввічливості, але дозволяє адресату зрозуміти непрямо виражений момент образи, тобто шляхом створення імплікатури [275]. Для розпізнання іронічної імплікатури необхідним є знання конкретного контексту та різноманітні фонові знання [205, с. 150].

Розглянемо один із прикладів іронії на основі мовної гри: “*Im Roten Rathaus ist die Heizung ausgefallen…. Gerade fasst man Vertrauen ins neue Jahrhundert, da wird bekannt, dass die Regierung dieser Stadt wie ein* ***Haufen******armer Würstchen*** *im eiskalten Sitzungssaal gezittert hat. Wie unwürdig! Alle zogen ihre Mäntel wieder an, …. Dann machte die Runde zähneklappernd Politik: Finanzen, Flugaffäre, Haushalt…Ein paar haben sich anscheinend schon krankgemeldet. Ganz so harte Männer, wie wir uns wünschen, gibt es eben doch nicht in der Stadtregierung”* [362]. В іронії за позитивною оцінкою завжди криється гостра насмішка. Так, порівнюючи членів міського уряду з *“armen Würstchen”* (“бідолаха”[НУФС, Т. 2: 364])*,* які тремтіли від холоду в залі засідань без опалення, автор статті іронізує над їх здатністю приймати важливі рішення в цих умовах. А що ж станеться, опинися вони у більш критичніший ситуації? Ми припускаємо, що проглядаючи цю статтю, читач посміхнеться над іронією автора, погоджуючись з його думкою. Іронія є ствердженням протилежного. Автор називає членів уряду бідолахами, насправді так не вважаючи. Імплікатура: порівняння автора є ввічливим по відношенню до членів уряду, але не є правдою. Тому те, що насправді думає автор, неввічливо по відношенню до них, але правдиво: члени уряду насправді не бідолахи, і жаліти їх не варто. Перевага в іронії надається принципу Ввічливості а не принципу Кооперації.

Кожна культурна спільнота керується своїми релігійними, етичними, соціальними та іншими нормами. Життєвий досвід мовного колективу, його культурні традиції та естетичні ідеали знаходять відображення в поданні та мовному обіграванні інформації у газетному тексті. Адже саме особливості національного характеру, культурні традиції, соціальний устрій визначають здатність члена певного мовного колективу створювати або розпізнавати мовну гру. В основі мовного мислення лежить ціннісно-концептуальна парадигма, що характеризується глибоким національно-специфічним характером [22, с. 60]. Саме ця парадигма і обумовлює мовну гру ФОГК у політичних текстах німецькох періодики: *“Bislang war die* ***Bundesrepublik als Land der beleidigten Leberwürste*** *bekannt, wo Prominente Zehntausende von Mark damit verdienen können, wenn sie sich vor Gericht gegen satirische Attacken auf ihre Ehre & Intimsphäre wehren. Doch in letzter Zeit ist es ruhig geworden”* [369]. ФОГК ***der beleidigte Leberwurst*** вживається, щоб поглузувати з людини, що легко і часто безпідставно ображається. Основою виникнення цього фразеологізму є помилкове середньовічне уявлення про те, що печінка є органом, який відповідає за темперамент людини і, в першу чергу, за гнів. Лише, коли це уявлення відійшло в минуле, тоді *Leber*було жартома замінено на*Leberwurst****.***

Мовна гра не характеризується випадковістю, саме цим вона відрізняється від обмовок, граматичних, лексичних та орфографічних помилок, які виникають випадково і не мають певного комунікативного наміру. Мовна гра створюється адресантом усвідомлено з метою впливу на реципієнта. Вона є багатовекторною, усвідомленою, маніпулятивною, емоціогенною, сугестивною та експресивною [22, с. 73]. У політичних газетних текстах мовна гра адресована реципієнту, який володіє тим ж мовними та екстралінгвальними знаннями, що й сам адресант. Як уже зазначалося, мовна гра спрямована на створення комічного ефекту, тому адресат повинен сміятися над тим, що він усвідомлює та оцінює, керуючись стереотипами та еталонами своєї нації: *“****Warum ist die Banane krumm? Weil sie eine politische Frucht ist.*** *Wie sich diese Woche wieder zeigt, wenn der sechs Jahre alte Bananenstreit zwischen Amerika und Europa vor der Welthandelsorganisation juristisch durchgefochten werden soll ‒ bis zum Fruchtstand-Strunk”* [394]*.* ФОГК ***Warum ist die Banane krumm,*** що бере початок з дитячої мови (часто вживається з доповненням: *Warum ist die Banane krumm? – Weil niemand in den Urwald zog und die Banane grade bog*), є жартівливою відповіддю, коли не можуть, або не хочуть відповісти по суті. У наведеному прикладі автор жартома називає банан “політичним фруктом”, що пояснюється політичною ситуацією, яка виникла навколо імпорту бананів з США в Європу.

Часто виникає нерозуміння або неприйняття іншокультурних жартів, актуальних та типових лише для своєї культури. Тобто розуміння ситуації у різних народів може часто відрізнятися, і саме ця національно-специфічна манера сприйняття відображена у мовній грі. Особливо важко дається розуміння мовної гри створеної засобами фразеології, адже читач повинен вміти творчо працювати з текстом, розгадати прихований за мовною грою емотивний замисел автора. Саме тому мовна гра передбачає володіння на однаковому рівні емотивною та комунікативною компетентністю автора та читача. Комунікативна компетентність охоплює вміння комунікантів використовувати мовні засоби, обізнаність із закономірностями їх функціонування, володіння певним соціокультурним досвідом, законами спілкування, правилами та тактиками ведення розмови. Емотивна компетентність є сукупністю знань про емоції та емотивну поведінку, та полягає у вмінні розпізнавати емоції, які виражені посередництвом мовної гри. Важливу роль тут відіграють екстралінгвальні компоненти емотивного ігрового тексту, а саме національно-культурний компонент, який входить до складу емотивної предметної ситуації [22, с. 59]. Приміром, ФОГК ***alles in Butter,*** яка вказує на те, що все в порядку, у політичному газетному тексті вживається з іронічним підтекстом: *“Alles ist in Butter? Wenn ein Finanzminister sagt,* ***dass alles in Butter ist****, bricht meistens gleich die nächste Katastrophe los”* [334]. Інтерпретація ситуації була б неможливою без розуміння значення фразеологізму. Адже походження ФОГК пов’язане з тим, що страва приготовлена не з дешевим маргарином, а з якісним маслом. В основі виникнення образу лежить конкурентна боротьба між маслом та маргарином, який почав виготовлятися на заводах лише з 1875 р. і після Першої світової війни з’явився на столах німецьких бюргерів.

Лише обізнаність та компетентність адресата дає змогу мовній грі досягти свого призначення → викликати у читача емоції, характерні для його сприйняття та способу мислення*: “Europa lässt nicht mit sich spaßen, auch wenn* ***es nicht um die Wurst, sondern nur um die Banane geht****. Das Wohl ihrer Schützlinge auf den Kanaren und in der Karibik im Visier, machten die zwölf europäischen Agrarminister einen unsäglichen Plan wahr”* [373]. ФОГК *es geht um die Wurst* вживається з доповненням, у якому автор ковбасі протиставляє банани. У контексті ситуації відбувається обігравання журналістом відомого німецькій спільноті лозунгу: *“Es geht nicht um Bananen, es geht um die Wurst”*. Ці слова разом з *“Wir sind das Volk”, “Wir sind ein Volk”* були маніфестами жителів НДР на грандіозній мільйонній демонстрації 4 листопада 1989 року на Александерплатц у Берліні, що відбулася за 5 днів до падіння Берлінського муру. На той час банан став у цитованих джерелах символом 1989 року, вказував на дефіцит ринку НДР та “споживчий голод” жителів Східної Німеччини. Банан як південний фрукт був дефіцитом на Сході, і, коли відбулося падіння Берлінського муру, то жителі Західної Німеччини зустрічали своїх східних співвітчизників не лише пивом, шампанським і шоколадом, але й бананами.

У політичний текст німецьких періодичних видань, який містить мовну гру, німецький читач вносить своє “Я”, свою особистість, свої асоціації. Таким чином, завдяки мовній грі відбувається взаємообмін між адресатом та адресантом, кінцевою метою якого є досягнення конкретної прагматичної цілі автора статті. Реакція реципієнта можлива лише за умови комунікативної компетентності останнього, адже саме від адресата залежить, чи він візьме участь в грі чи ні, усвідомлює він ігрову ситуацію чи сприймає мовну гру лише як мовленнєву помилку: *“Gerade erst zwang der Kanzler seinem Finanzminister Pläne für Unternehmensteuervergünstigungen auf, die SPD-Chef Müntefering nun kurzerhand wieder von der Agenda strich .****Der eiserne Hans ist zum Hanswurst geworden****. In ihrer Not sinnen Sozialdemokraten und Grüne insgeheim längst darüber nach, wie sie mit Hilfe der Mehrwertsteuer den Etat sanieren und dies auch noch als wegweisende Reform verkaufen könnten”* [380]. Для розуміння описаної у наведеному прикладі ситуації читач повинен бути досить обізнаним стосовно багатьох аспектів, тобто володіти як лінгвальною, так і екстралінгвальною компетентністю. Адже мова йде про “залізного Ганса” – таке прізвисько отримав у народі міністр фінансів Німеччини Ганс Айхель за свою жорстоку політику стосовно бюджетних витрат. До того ж, введення автором у контекст ФОГК *zum Hanswurst werden* викликає у носія мови асоціацію *Hanswurst* з блазнем, дурнем, без якої неможливим було б розуміння того, що з міністра фінансів “зробили дурня”.

В залежності від того, яку позицію займає автор по відношенню до певної ситуації або події, наскільки доброзичливим або ворожим є його ставлення, формується мотиваційна основа мовної гри. Передаючи своє бачення ситуації, або, просто ознайомлюючи читача з інформацією, автор політичного газетного тексту виступає у ролі критика, роблячи це з гумором, іронією або сарказмом: *“Er sagt der Kultur leise Servus und einer Szene, in der er nie heimisch wurde. Er* ***lässt*** *die Kulturpolitik* ***fallen******wie******eine heiße Kartoffel****, nachdem er ein paar Jahre lang mit dieser heißen Kartoffel jongliert hat”* [357]. ФОГК ***jmdn. fallen lassen wie eine heiße Kartoffel*** ‒ “freundschaftliche Beziehungen plötzlich und ohne Skrupel abbrechen” [Rö, B. 3: 813] була доповнена метафорою, яка є іронічним авторським коментарем до фразеологізму, що не могло не позначитися на трансформації значення ФОГК.

Широко використовується у політичних текстах німецької періодики і сарказм, як засіб комічності, в основі якого лежить гострий дошкульний глум, сповнений презирства. Недотримання постулатів принципу Кооперації Г. Грайса, їх свідоме порушення та експлуатація породжують розмовну імплікатуру. Непрямі мовленнєві акти, метафоричні висловлювання, іронія та сарказм порушують постулат Якості: *“Zum einen haben die Wähler gemerkt, dass die CDU an Hartz IV nicht so unschuldig ist, wie sie lange glauben machte. Inzwischen dämmert den Bürgern, dass die Union nur eine Zeit lang Opposition nach allen Seiten spielte – in Berlin für Hartz IV in verschärfter Form, in den Bundesländern gegen Hartz IV, wie es ist. Und weil* ***Angela Merkel zwar Wasser predigt, aber Wein fordert****, hat sie in Brandenburg das Spiel noch ein kleines Stück weiter getrieben”* [338]. ФОГК *Wasser predigen und Wein trinken* ‒ “von anderen Enthaltsamkeit fordern und sie selbst nicht üben” [Rö, В. 5: 1701] зазнала трансформації внаслідок авторської індивідуальної заміни *trinken* на *fordern*. На передній план виступає емотивне відношення автора, його оцінка діяльності політика. На відміну від іронії, сарказм нічим не прикритий. Автор прямо вказує на подвійну гру Ангели Меркель та партії, яку вона очолює.

Таким чином, мовна гра, створена ФОГК, спрямована на комічний ефект, суттєва інформація подається тут під новим кутом зором. Вона є засобом підсилення експресивності у мовленні та надає адресанту можливість передавати свої емоції, виражати суб’єктивне відношення до ситуації та впливати на емоції адресата. Мовна гра, створена ФОГК, відзначається національною специфікою, якою характеризується ціннісно-концептуальна парадигма мовного мислення німецького народу.

**Висновки до четвертого розділу**

1. Доступність гастрономічної сфери для людського сприйняття обумовлює присутність у газетних текстах ФОГК як засобів концептуалізації політичного контексту, оскільки асоціації та образи, що пов’язані з певним продуктом харчування, відомі усім членам етнокультурної спільноти. Політична спрямованість газетних текстів зумовлює, певним чином, відбір автором ФОГК, що влучно характеризують та оцінюють сферу політичного життя німецького суспільства. Перевага надається ФОГК, що дають можливість авторові передати негативні емоції у завуальованій формі.
2. Актуалізація ФОГК у політичних текстах німецьких періодичних видань супроводжується їх структурно-семантичними модифікаціями, що викликані необхідністю пристосування фразеологізмів до контексту конкретної ситуації. Асоціативно-образна основа ФОГК зазнає змін шляхом трансформації образу або його окремих фрагментів, що веде до перетворень семантики, образності та змін у компонентному складі ФОГК. Створена оказіональна ФОГК має ірреальну образну основу. Попри тяжіння ФОГК у ситуативному контексті до перетворення, модифіковані ФОГК завжди зберігають співвіднесеність із номінативним вихідним джерелом. Політичний контекст обумовлює субституцію одних компонентів-гастронімів (узуальних) іншими (оказіональними), проте випадки повної такої заміни є поодинокими.
3. ФОГК з компонентами-гастронімами, семантичною основою яких є національно значущі продукти (*Brot, Bier, Wurst*), характеризуються високою частотою вживання у політичному контексті, що пов’язано з роллю останніх у гастрономічному житті німецького етносу. Проектування ФОГК на сферу політики супроводжується передачею культурно-специфічної інформації у контекст, що надає політичному текстові національно-культурного забарвлення. Національно-специфічні продукти німецької гастрономії як колективні символи німецької свідомості, носії культурних цінностей та стереотипів у складі ФОГК та під впливом контексту ситуації позначають найважливіші аспекти політичного життя німецького суспільства. Результатом функціонування у мовленні досліджуваних одиниць може бути наявність у складі однієї ФОГК компонентів-гастронімів, що є асоціативним втіленням різних національних культур, тому однією із особливостей актуалізації ФОГК у політичному контексті є відображення фразеологізмами німецького етносу лінгвокультури іншої нації.
4. Прагматичний компонент значення ФОГК включає експресивність, оцінність, емотивність, національно-культурний компонент та іллокутивний потенціал. Відбір ФОГК у політичних газетних текстах є прагматично обумовленим, вони є важелями маніпуляції та впливу на аудиторію з метою формування громадської думки. Включення ФОГК до комунікативного повідомлення наповнює їх новим політичним змістом. Використання ФОГК надає образність, асоціативність, лаконічність, експресивність, афористичність, виразність заголовкам політичних газетних текстів.
5. Мовна гра ФОГК є усвідомленою індивідуально-авторською трансформацією ФОГК з метою створення комічного ефекту засобами іронії, гумору або сарказму. Іронічні висловлювання будуються шляхом навмисної експлуатації принципу Кооперації Г. Грайса. Мовна гра ФОГК, створена з метою реалізації прагматичної цілі автора, є засобом підсилення експресивності газетного тексту та впливу на читача. Мовна гра ФОГК як національно-специфічне відображення дійсності вимагає від адресанта та реципієнта однакового рівня емотивної, комунікативної та культурної компетентності.

Основні положення четвертого розділу висвітлено у двох публікаціях авторки [115; 122].

**ВИСНОВКИ**

Харчування як невід’ємна частина життєдіяльності людини обумовило широку представленість гастрономічного коду культури у фразеологічній картині світу німецького народу, яка відображає у мові культурні концепти та є універсальною, національно специфічною, антропоцентричною, експресивною та образною частиною мовної картини світу. Смакові уподобання представників німецького етносу знайшли своє втілення у ФОГК, які впродовж віків вбирали в себе традиції та звичаї німецького народу, їхню культуру приготування їжі та реалії повсякденного побуту. *ФОГК розглядаємо як нарізно оформлені, але семантично цілісні стійкі сполучення слів, у складі яких наявний один або декілька компонентів-гастронімів, під яким/якими розуміємо назви продуктів харчування.*

Компонент-гастронім має слівний характер і є одним із стрижневих компонентів у значенні ФОГК. Включення гастронімів до складу фразеологізмів супроводжується втратою номінативного значення та предметної спрямованості. Ступінь втрати компонентом-гастронімом своїх словесних значень обумовлює цілісність фразеологічного значення ФОГК, що формується: всім складом компонентів, позамовними чинниками, компонентом-символом, однією актуалізованою семою компонента-гастроніма, актуалізованою семою слова-компонента, який не є гастронімом.

Запропонована у дослідженні тематична класифікації компонентів-гастронімів дозволила виявити ступінь фразотворчої активності гастрономічних найменувань. З усього розмаїття назв продуктів харчування в утворенні досліджуваних ФОГК бере участь лише 113 компонентів-гастронімів, що обумовлено ідеографічною вибірковістю фразеологічної системи. Значення, що відігравав продукт у житті німецького суспільства, вплинуло на його фразеологічну продуктивність (***Brot, Suppe, Butter, Wurst, Bier, Eі, Speck*)**. У низці випадків уживання гастроніма є принципом випадковості і не піддається поясненню. Компонет-гастронім як носій культурної інформації обумовлює національно-культурну семантику ФОГК.

Семантична структура ФОГК формується під впливом лінгвальних та екстралінгвальних чинників, що й обумовлює національний характер досліджуваних мовних одиниць. Основними суспільними факторами виникнення ФОГК є побут, звичаї та традиції, релігійні погляди, вірування та прикмети, народний фольклор, розвиток літератури та музики, ремісництва, торгівлі та професій, історія, державний устрій та зовнішня політика, соціальний статус та економічний розвиток.

Мовними процесами виникнення ФОГК є: переосмислення значення вільних словосполучень та речень, що супроводжується повною або частковою деактуалізацією суттєвих ознак предметів чи явищ; переосмислення стійких сполук нефразеологічного характеру; переосмислення окремих компонентів (через присутність архаїзмів, безеквівалентної лексики, етнореалій); запозичення ФОГК з інших мов; гіперболізація образу; евфемістична заміна компонентів. Найпродуктивнішим шляхом утворення ФОГК є фразеологічна транспозиція (первинна та вторинна). Особливо слід відзначити лексико-семантичні відносини первинного фразотвору, за яких ФОГК виникають внаслідок переосмислення дослівного значення прототипу, ускладненого уявними асоціаціями (в основі лежить нереальний, вигаданий образ, неіснуюча ситуація) та національно-специфічними ситуаціями.

Основним семантичним механізмом утворення ФОГК є метафоричне переосмислення, що створює образи, які пронизані думками та почуттями, реаліями, історією та культурою німецького народу. Семантичне переосмислення ФОГК може супроводжуватися структурними та синтаксичними змінами, а саме: експлікацією початкової матеріальної форми (розгортанням первісної матеріальної форми з одночасним впливом суспільних факторів); неправильним осмислення слова у зв’язку з асоціацією, яку воно викликає (народно-етимологічне переосмислення); спеціалізацією експресивного значення, синтаксичною спеціалізацією та евфонічною організацією. Національно-специфічним характером відзначаються перифрастичні утворення, що позначають етнокультурні реалії німецького народу.

Шляхом вторинного фразотвору утворюються ФОГК, що відзначаються збереженням (ФОГК-варіанти), частковим порушенням (ФОГК-синоніми) або відсутністю семантичної тотожності (ФОГК-омоніми) між твірними та похідними одиницями. Посилення узагальнено-метафоричного значення ФОГК, розвиток абстракції, втрата асоціативного зв’язку призводять до семантичного зсуву. Відбувається затемнення образу ФОГК або розширення її значення, похідна ФОГК набуває додаткових конотативних смислів. Найпродуктивнішими способами фразеологічної деривації, в основі якої лежить здатність фразеологізмів до варіювання, є перерозклад, виокремлення компонентів усталених словосполучень, зміни компонентного складу ФОГК (звуження, розширення, субституція). Структурно-семантичні видозміни ФОГК ведуть до посилення образного значення ФОГК, розвитку абстракції та втрати асоціативного зв’язку. Похідні ФОГК набувають додаткових конотативних смислів, зростає експресивність та емотивність, відбувається розширення їх лексико-семантичної та структурної сполучуваност.

Відображення національного менталітету у ФОГК починається ще з вибору прототипічного образу, ситуації, коли основою асоціативних відношень є знання, пов’язані з культурним та суспільним досвідом народу ‒ носія мови. Національно-культурна інформація, засобом втілення якої є образна основа, може відображатися експліцитно у денотаті ФОГК або імпліцитно у культурних конотаціях ФОГК через співвіднесеність асоціативно-образної основи з еталонами, стереотипами, символами національної культури.

ФОГК поділяємо на дві групи: ***національно-культурні*** та ***загальнокультурні***. Перша група включає *1) національно-специфічні* *ФОГК*: сюди відносимо символічно марковані ФОГК та ФОГК, що відтворюють національну культуру значеннями своїх окремих компонентів (безеквівалентної лексики, архаїзмів, етнокультурних реалій); *2) авторські ФОГК*: цитати з творів німецьких авторів та пісень німецьких виконавців; *3) ФОГК народного походження,* основою виникнення яких є звичаї, традиції, культура, побут, історія, фольклор, вірування та прикмети німецького народу. Друга група об’єднує: *1) міжкультурні ФОГК* (виникають в процесі освоєння кожною людиною навколишнього світу, в різних культурах є тотожними); *2) культурно специфічні ФОГК* (існують паралельно в різних культурах, проте відрізняються специфікою образних асоціацій); *3) ФОГК біблійного походження; 4) іншокультурні ФОГК,* джерелом походження яких є мова та культура іншого етносу.

Розгляд актуалізації значення ФОГК у тексті виявив представленість у політичному контексті лише 505 ФОГК із 1331, що свідчить про популярність у політичному просторі не всіх досліджуваних ФОГК та про неактуальність більшої частини з них (826 ФОГК) для газетно-публіцистичного стилю. Зовсім іншу ситуацію спостерігаємо навколо фразеопродуктивності досліджуваних компонентів-гастронімів: лише 16 КГ не є характерними для німецької періодики.

Комунікативне повідомлення газетно-публіцистичного стилю завжди є адресованим певній категорії читачів, а включення у контекст ФОГК є інструментом автора для досягнення певної цілі. З урахуванням компетенції своїх читачів, адресант усвідомлено та цілеспрямовано використовує у тексті ФОГК, відбір яких завжди є інтенціонально зумовленим. Концептуалізація ФОГК політичного контексту здійснюється з метою подачі складної політичної інформації в простій та зрозумілій для людського сприйняття формі. Сфера гастрономії повсякденно присутня в житті людини та знайома кожному членові мовного колективу, а образи та асоціації, пов’язані з певним продуктом харчування, відомі усім членам етнокультурної спільноти. Проектування асоціативно-образних основ, породжених гастрономічними компонентами, налагоджує контакт між автором та читачем, оскільки трансформує та подає важку для сприйняття політичну інформацію доступною мовою гастрономії.

Образність, асоціативність, лаконічність, експресія, афористичність, виразність є причинами використання ФОГК у політичних текстах, промовах політиків та в заголовках газетних статей. Прагматичний макрокомпонент значення ФОГК є ширшим за конотативний і включає експресивність, оцінність, емотивність, національно-культурний компонент та іллокутивний потенціал. ФОГК характеризують різні аспекти політичного життя суспільства, допомагають слідувати принципу економії мовних зусиль, відображають суб’єктивне емотивно-оцінне відношення автора та є засобами аргументації та соціальної орієнтації. ФОГК у політичному контексті використовуються політиками та журналістами як стратегії маніпуляції і впливу з метою формування громадської думки.

Поза контекстом ФОГК відзначаються високим ступенем стійкості, а в конкретному тексті характеризуються розширенням сполучуваності та зазнають видозмін, що зумовлено необхідністю їх пристосування до ситуативного контексту. Спостерігаємо варіювання компонентів-гастронімів у складі оказіональних ФОГК, проте випадки повного заміщення гастрономічних компонентів є поодинокими. Характерною особливістю ФОГК у політичному контексті є їх здатність завдяки варіативності відображати культуру іншого етносу шляхом заміни узуальних гастрономічних компонентів національно-специфічними назвами продуктів іншої гастрокультури.

Актуалізація досліджуваних ФОГК надає національно-культурної забарвленості текстам політичної публіцистики. ФОГК передають уявлення, установки та смисли, що склалися у культурі соціуму. Національно-специфічні продукти німецької гастрономії як носії культурних цінностей та стереотипів німецького суспільства стають колективними символами німецької свідомості. Національно-специфічним характером відзначається мовна гра ФОГК як важіль маніпуляції та впливу, створена з метою реалізації прагматичної цілі автора.

У плані подальших наукових студій перспективним вбачається вивчення особливостей актуалізації ФОГК у художніх творах та засобів їх перекладу зі збереженням національно-культурного компонента ФОГК, дослідження німецькомовного гастрономічного дискурсу на матеріалі текстів кулінарних рецептів, гастрономічних розділів путівників та журналів гастрономічної тематики, а також національно-культурної специфіки ФОГК у зіставному аспекті.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

* + - 1. Абрамов Б. А. Вариантность финитных конструкций / Б. А. Абрамов // Вариантность как свойство языковой системы : Тез. докл. ‒ М. : АН СССР, Ин-т востоковедения, 1982. ‒ Ч. I. ‒ 2. ‒ С. 35‒36.
      2. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології / М. Ф. Алефіренко. – Харків : Вища школа, 1987. – 133 с.
      3. Алефіренко М. Ф. Фразеологізм / М. Ф. Алефіренко // Українська мова : Енциклопедія / редкол. В. М. Русанівський (співголова), О. О. Тараненко (співголова), М. П. Зяблюк та ін. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Вид-во “Укр. енцикл.” ім. М. П. Бажана, 2004. – С. 770–772.
      4. Алефиренко Н. Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм : Монография / Н. Ф. Алефиренко. – М. : ООО Изд-во «Элпис», 2008. – 271 с.
      5. Алефиренко Н. Ф. Фразеология и паремиология : Учебное пособие для бакалаврского уровня филологического образования / Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Семененко. – М. : Флинта: Наука, 2009. – 344 с.
      6. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка : учебное пособие / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Наука, 2010. – 224 с.
      7. Алефиренко Н. Ф. Проблемы фразеологического значения и смысла (в аспекте межуровневого взаимодействия языковых единиц) : Монография / Н. Ф. Алефиренко, Л. Г. Золотых. – Астрахань : Издательский дом «Астраханский ун-т», 2000. – 220 с.
      8. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1963. – 208 с.
      9. Амосова Н. Н. Значение фразеологии как особой отрасли языкознания // Н. Н. Амосова // Проблемы фразеологии и задачи ее изучения в высшей и средней школе. – Вологда : Северо-Западное книжное издательство, 1967. – С. 5–12.
      10. Арсентьева Е. Ф. Фразеология и фразеография в сопоставительном аспекте (на материале русского и английского языков) / Е. Ф. Арсентьева. ‒ Казань : Изд-во Казан. гос. ун-та, 2006. ‒ 172 с.
      11. Арутюнов С. А. основне пищевые модели и их локальне варианты у народов России / С. А. Арутюнов // Традиционная пища как выражение этнического самосознания. М. : Наука, 2001. – С. 10‒17.
      12. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 5‒32.
      13. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
      14. Архангельский В. Л. Семантика фраземного знака / В. Л. Архангельский // Проблемы русской фразеологии. – Тула : Изд-во ТГПУ, 1978. – С. 9–18.
      15. Астахова Э. И. Внутренняя форма идиом и ее функции / Э. И. Астахова // Фразеография в Машинном фонде русского языка. – М. : Наука, 1990. ‒ С. 146–142.
      16. Ахманова О. С. Очерки по общей и русской лексикологии / О. С. Ахманова. – М. : Учпедгиз, 1957. – 295 с.
      17. Бабкин A. M. Русская фразеология, ее развитие и источники / А. М. Бабкин. – Л. : Наука, 1970. – 263 с.
      18. Бечко Я. В. Проблема взаємовідношення між цілісним значенням фразем і значенням їх компонентів / Я. В. Бечко // Наукові записки. – Випуск 129. – Серія : Філологічні науки (мовознавство) – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. – С.118–121.
      19. Білоноженко В. М. Про особливості фразеологічного значення / В. М. Білоноженко // Культура слова. – К. : Наукова думка, 1981. – Вип. 21. – С. 55–66.
      20. Білоноженко В. М. Функціонування та лексикографічна розробка українських фразеологізмів / В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк. – К. : Наукова думка, 1989. – 156 с.
      21. Блох М. Я. Проблема концепта и картины мира в философии языка / М. Я. Блох // Преподаватель XXI век. – М. : Прометей; МПГУ, 2007. – № 1. – С. 101–105.
      22. Болдарева Е. Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций : дисс. … кандидата филол. наук : 10.02.19 / Елена Федоровна Болдарева. ‒ Волгоград : ВГПУ, 2002. ‒ 160 с.
      23. Брандес М. П. Стилистика текста. Теоретический курс : Учебник / М. П. Брандес. ‒ 3-е изд., перераб, и доп. ‒ М. : Прогресс-Традиция ; ИНФРА-М, 2004. ‒ 416 с.
      24. Браницька Я. В. Гастроніми в сучасній французькій мові : когнітивно-ономасіологічний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 “Романські мови” / Я. В. Браницька. – К., 2009. – 20 с.
      25. Бузько С. А. Оказіональні фразеологізми в текстах сучасної української прози / С. А. Бузько // Філологічні студії : Науковий вісник Криворізького нац. ун-ту : [зб. наук. пр.]. – Кривий Ріг, 2014. ‒ Вип. 11. – С. 152–157.
      26. Булаховский Л. А. Введение в языкознание. Ч. 2. : [учебн. пособ.] / Л. А. Булаховский. – М. : Учпедгиз, 1953. – 180 с.
      27. Буркова П. П. Кулинарный рецепт как особый тип текста (на материале русского и немецкого языков) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / П. П. Буркова. – Ставрополь, 2004. – 29 с.
      28. Вайсгербер Й. Л. Родной язык и формирование духа / Йохан Лео Вайсгербер : [пер. с нем., вступ. ст. и коммент. O. A. Радченко]. ‒ Изд. 2-е, испр. и доп. ‒ М. : Едиториал УРСС, 2004. ‒ 232 с.
      29. Васильев Л. М.  Современная лингвистическая семантика / Л. М. Васильев. – М. : «Высшая школа», 1990. – 175 с.
      30. Васильчук Л. Ф. Німецькі фразеологізми-деривати в лексикографічній інтерпретації : автореф. дис.. на здобуття наук. ступеню канд. філол. наук : 10.02.04 “Германські мови” / Л. Ф. Васильчук. ‒ Київ : КНЛУ, 2009. ‒ 20 с.
      31. Васильчук Л. Ф. Структурно-семантичні трансформації німецьких фразеологічних одиниць / Л. Ф. Васильчук // Нова філологія. ‒ Запоріжжя, 2011. ‒ №46. ‒ С. 86–90.
      32. Величковский Б. М. Современная когнитивная психология / Б. М. Величковский. ‒ М. : Изд-во Моск.ун-та, 1982 ‒ 336 с.
      33. Вендина Т. И. Введение в языкознание / Т. И. Вендина. – М. : Высшая школа, 2001. – 288 с.
      34. Верещагин Е. М. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. :Русский язык, 1983. – 269 с.
      35. Верещагин Е. М. Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции : лексического фона, речеповеденческих тактик и сапиентемы / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров // Под редакцией и с послесловием академика Ю. С. Степанова. – М. : «Индрик», 2005. – 1040 с.
      36. Виноградов В. В. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины / В. В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М. : Наука, 1977. – С. 118–139.
      37. Виноградова Л. Н. Та вода, которая... (Признаки, определяющие свойства воды) / Л. Н. Виноградова // Признаковое пространство культуры / Отв. ред. С. М. Толстая. – М. : Индрик, 2002. – С. 32–60.
      38. Витгенштейн Л. Философские работы / Л. Витгенштейн // Пер. с нем. М. С. Козловой и Ю. А. Асеева. ‒ Ч. I. ‒ М. : Гнозис, 1994. ‒ 605 с.
      39. Власенко М. В. Национально-культурная специфика фразеологизмов / М. В. Власенко // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». ‒ Симферополь, 2014. ‒ Том 27 (66). ‒ №1. ‒ Ч.2 – С. 34‒38.
      40. Внук Т. В. Особенности окказиональных модификаций фразеологизмов у текстах немецкой коммерческой рекламы / Т. В. Внук // Вестник МГЛУ [Минского государственного лингвистического университета], Серия 1. Філологія. ‒ 2008. ‒ № 3 (34). ‒ С. 74‒84.
      41. Вольф Е. М. Метафора и оценка / Е. М. Вольф // Метафора в языке и тексте. – М. : Наука,1988. – С. 52–64.
      42. Гаврись В. І. Сталі сполучення слів у сучасній німецькій мові (Походження та вживання) / В. І. Гаврись // відп. ред. : Б. П. Найдов. – Київ : Рад. школа, 1971. – 247 с.
      43. Гаврись В. И. К вопросу о первичном и вторичном фразообразовательных процесах / В. И. Гаврись / Сб. научн. трудов МГПИШ им. М. Тореза. – М., 1980. – Вып. 164. – С. 132–140.
      44. Гаврись В. І. Діахронічний аспект німецької фразеології. Німецька фразеологія в Україні (до 80-річчя з дня народження В. І. Гаврися) : колективна монографія / В. І. Гаврись // Відп. редактор М. В. Гамзюк. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2012. – С. 15–42.
      45. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. ‒ Изд. 4-е, стереотипное. М : КомКнига, 2006. ‒ 144 с.
      46. Гамзюк М. В. Емотивне ототожнення як засіб утворення фразеологізмів : на матеріалі німецької мови / М. В. Гамзюк // Вісник Київського лінгвістичного університету. ‒ Том 3. ‒ К. : Видавничий центр КДЛУ, 2000. ‒ №1.  ‒ С.34‒44.
      47. Гамзюк М. В. Особливості лексико-семантичних шляхів утворення фразеологічних одиниць / М. В. Гамзюк // Проблеми семантики слова, речення та тексту. ‒ Вип.4. – К. : КДЛУ, 2000. – С. 288‒296.
      48. Гамзюк М. В. Семантичні аспекти субституції компонентів фразеологічних одиниць / М. В. Гамзюк // Наукові записки. Кіровоград : РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2000. – Вип. 22. ‒ Ч.1. ‒ С.124–133.
      49. Гамзюк М. В. Емотивність фразеологічної системи німецької мови : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філолог. Наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / М. В. Гамзюк. – К., 2001. – 29 с.
      50. Гамзюк М. В. Лексико-семантичні шляхи первинного фразотворчого процесу. Німецька фразеологія в Україні (до 80-річчя з дня народження В.І.Гаврися) : колективна монографія / М. В. Гамзюк // Відп. редактор М. В. Гамзюк. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2012. ‒ С. 29‒42.
      51. Гашимов Э. А. Структурно-семантические и прагматические характеристики английского лингвокультурного кода : на материале лексико-фразеологического поля “Продукты питания” : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Э. А. Гашимов. – Самара, 2005. – 28 c.
      52. Гвоздарев Ю. А. Основы русского фразообразования : монография / Ю. А. Гвоздарев // 2-е изд., испр. и доп. ‒ Ростов-на-Дону : НМЦ «Логос», 2010. ‒ 246 с.
      53. Герд А. С. Введение в этнолингвистику. Курс лекций и хрестоматия / А. С. Герд. — 2-е изд., исправл. ‒ СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 2005. ‒ 457 с.
      54. Герц Г. Принципы механики, изложенные в новой связи / Генрих Герц [пер. с нем. В. Ф. Котова, А. В. Сулимо-Самуйло] // Общая редакция И. И. Артболевского. ‒ М., 1959. ‒ 389 с.
      55. Гнаповська Л. В. Концептуальна метафора як когнітивний механізм формування номінацій "Кохання" / Л. В. Гнаповська, М. В. Дука // Вісник Луганського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Філологічні науки. Серія Іноземна філологія. ‒ Луганськ, 2005. ‒ № 5 (85). – С. 40‒47.
      56. Гойхман М. А. О доле участия компонентов фразеологической единицы в создании ее глобального смысла / М. А. Гойхман // Семантико-стилістична будова тексту та функціонування одиниць різних мовних рівнів. Тематичний зб. наук. праць. – К., 1995. – С. 158–161.
      57. Голіцина О. В. Шляхи утворення фразеологічного значення мінімальної фразеологічної одиниці / О. В. Голіщина // Наукові записки Ніжинського держ. ун-ту. – Ніжин, 2013. – Кн. 3. – С. 70–74.
      58. Головницкая Н. П. Лингвокультурные характеристики немецкого гастрономического дискурса : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Н. П. Головницкая. – Волгоград, 2007. – 26 с.
      59. Горпинич В. О. Українська словотвірна дериватологія : Навчальний посібник / В. О. Горпинич. – Дніпропетровськ : ДДУ, 1998. – 189 с.
      60. Гоца Е. Д. Назви їжі й кухонного начиння в українських Карпатських говорах : автореф. дис.. канд. філол. наук : 10.02.01 “Українська мова”/ Е. Д. Гоца. ‒ Ужгород : Ужгород. нац. ун-т, 2001. ‒ 20 с.
      61. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. ‒ М. : Прогресс, 1985. ‒ Вып. XVI. ‒ С. 217‒238.
      62. Гулинов Д. Ю. Национальная специфика французской лингвокультурной сферы “Гастрономия” : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.05 “Романские языки” / Д. Ю. Гулинов. – Волгоград, 2007. – 25 с.
      63. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / В. Фон Гумбольдт // Общ. ред. Г. В. Рамишвили. ‒ М. : ОА ОИГ «Прогресс», 2000. ‒ 400 с.
      64. Гурова Н. В. Концептуальная метафора в моделировании картины мира [Электронный ресурс] / Н. В. Гурова. ‒ Пятигорск, 2009. ‒ Режим доступа : <http://www2.pglu.ru/upload/iblock/64c/uch_2009_ii_00038.pdf>. (дата обращения 13.09.2014 г.). – Название с экрана.
      65. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. ‒ Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. ‒ 308 с.
      66. Денисенко С. Н. Фразообразование в немецком языке (фразеологическая деривация как системный фактор фразообразования) / С. Н. Денисенко. – Львов : Вища школа, 1988. – 197 с.
      67. Денисенко С. Н. Концепт мовної картини світу в сучасних дослідженнях фразеології / С. Н. Денисенко // Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка. – Житомир, 2010. – №51. – С. 3–6.
      68. Денисенко С. Н. Німецько-українсько-російський словник-довідник. Словник довідник з фразеологічної деривації на основі існуючої фразеології німецької мови перекладом прикладів на українську та російську мови / С. Н. Денисенко. – Вінниця : Нова книга, 2005. ‒ 288 с.
      69. Динисламова О. Ю. Фразеологическая картина мира народа манси / О. Ю. Динисламова // Ежегодник финно-угорских исследований. – Ижевск : Изд-во «Удмуртский университет», 2013. – Вып. 2. – С. 29–35.
      70. Дмитренко О. П. Фразеологічні одиниці на позначення соціально-економічних реалій у сучасній німецькій мові : структурний та семантичний аспекти: дис. канд. філол. наук : 10.02.04 / Олена Петрівна Дмитренко. – Херсон, 2010. – 256 с.
      71. Добрыднева Е. А. Коммуникативно-прагматическая парадигма русской фразеологии : автореф. дисс. на соискание уч. степени докт. филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / Е. А. Добрыднева. ‒ Волгоград, 2000. ‒ 42 с.
      72. Дормидонтова О. А. Гастрономическая метафора как средство концептуализации мира : на материале русского и французского языков : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / О. А. Дормидонтова. – Тамбов, 2011. – 25 с.
      73. Дубицкая Е. В. Синхроническая и этимологическая мотивация фразеологических единиц русского языка / Е. В. Дубицкая // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. ‒ № 107. ‒ Санкт-Петербург : РГПУ, 2009. ‒ С. 146‒150.
      74. Дубицкая Е. В. Проблемы мотивации значений идиом русского языка : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : 10.02.01 “Русский язык” / Е. В. Дубицкая. – М., 2011. – 24 с.
      75. Д’яков А. С. Основи термінотворення. Семантичні та соціолінгвістичні аспекти / А. С. Д’яков, Т. Р. Кияк, З. Б. Куделько. – Київ : Видавничий дім “KM Academia”, 2000. – 218 с.
      76. Ельцова М. Н. Стилистика немецкого языка / М. Н. Ельцова. ‒ Пермь : Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2008. – 87 с.
      77. Ефимова С. Ю. Экспликация как механизм образования фразеологических единиц и их вариантов : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / С. Ю. Ефимова. ‒ Тула, 2005. ‒ 28 с.

# Жайворонок В. В. Українська етнолінгвістика / В. В. Жайворонок. ‒ К. : Довіра, 2007. – 262 с.

* + - 1. Жеребкін В. Є. Логіка / В. Є. Жеребкін. – Харків : Основи, К. : Знання, 1998. – 256 с.
      2. Жуков В. П. О знаковости компонентов фразеологизма / В. П. Жуков // Вопросы языкознания. – М., 1975. – N 6. – С. 36–46.
      3. Жуков В. П. Русская фразеология / В. П. Жуков. – М. : Высшая школа, 1986. – 310 с.
      4. Завідонова Н. Фразеологізми як один із шляхів збагачення словникового складу англійської мови / Н. Завідова, З. Циганок // Київ : Рідна школа, 2009. – № 2/3. – С. 40–41.
      5. Загнітко Н. Г. Назви їжі, напоїв у східностепових говірках Донеччини : автореф. дис.. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01 “Українська мова”/ Н. Г. Загнітко. ‒ Донецьк : Донец. нац. ун-т, 2011. ‒ 19 с.
      6. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті ‒ 90-ті роки ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філолог. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Ю. А. Зацний. – К.: Київ. ун-т ім. Т. Шевченка, 1999. – 32 с.
      7. Звегинцев В. А*.*Язык и лингвистическая теория / В. А. Звегинцев. ‒ М. : Изд-во МГУ, 1973*.* – 248 с.
      8. Земскова А. Ю. Лингвосемиотические характеристики англоязычного гастрономического дискурса : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / А. Ю. Земскова. – Волгоград, 2009. – 33 с.
      9. Зимин В. И. Этимология фразеологизмов как ключ к миропониманию народа / В. И. Зимин, Н. А. Потапушкин // Материалы Международной научной конференции : в 2-х частях. – Тула : Изд-во ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2002. – С. 46–53.
      10. Зубач О. А. Національно-культурна своєрідність семантики фразеологічних одиниць з колористичним компонентом у сучасній німецькій мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О. А. Зубач ‒ Донецьк : Донец. нац. ун-т, 2007. ‒ 20 c.
      11. Ивашко Л. А. Современный русский язык : Лексикология. Фразеология. Лексикография. Хрестоматия и учебные задания / Л. А. Ивашко // Отв. ред. Д. М. Поцепня. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ, 2002. – 496 с.
      12. Илиади А. И. Основы славянской этимологии / А. И. Илиади. – К. : Довіра, 2005. – 270 с.
      13. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. ‒ М. : Едиториал УРСС, 2003. ‒ 284 с.
      14. Іщенко Н. Г. Оцінний компонент лексичного значення слова / Н. Г. Іщенко // Філологічні трактати. – Суми, 2010. – №3. – С.47–50.
      15. Калашник С. А. Структурно-семантичні особливості фразеологічних одиниць із національно-культурним компонентом у німецькій та французькій мовах / С. А. Калашник, О. С. Піньковська, А. В. Ришкова // Актуальні проблеми іноземної філології : Лінгвістика та літературознавство : Міжвуз. зб. наук.ст. – Бердянськ : БДПУ, 2009. – Вип. ІІІ. – С.209‒216.
      16. Карасик В. И. Языковый круг : личность, концепты, дискурс : монография / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
      17. Катречко С. Л. Философия как “языковая игра” / С. Л. Катречко // Логика, методология, философия науки : материалы XI междунар. конф. ‒ М. : Обнинск, 1995. ‒ Т. 5. ‒ С. 44‒48.
      18. Кириллова Н. Н. Предмет и методы исследования идиоэтнической фразеологии / Н. Н. Кириллова. – Л., 1988. – 54 с.
      19. Князева Н. И. Ценностные установки как часть национального сознания на примере английских фразеологизмов, содержащих связанные с питанием лексемы / Н. И. Князева // Вестник Челябинского университета. Филология. Искусствоведение. – Челябинск, 2011. – № 13 (228). ‒ Вып. 54. – С.80–84.
      20. Кобозева И. М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ / И. М. Кобозева // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие (под ред. Володиной М.Н.). ‒ Часть 1. ‒ М. : Изд-во МГУ, 2003. ‒ С. 92‒107.
      21. Ковбасюк Л. А. Семантичний та функціональний аспекти одиниць вторинної номінації з компонентом "кольороназва" в сучасній німецькій мові : автореф. дис.. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 “Германські мови”/ Л. А. Ковбасюк. ‒ К. : Київ. нац. лінгв. ун-т, 2004. ‒ 20 с.
      22. Ковшова М. Л. Семантика и прагматика фразеологизмов (лингвокультурологический аспект) : автореф. дис. на соискание уч. степени докт. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка (филол. науки)” / М. Л. Ковшова. – М., 2009. – 20 с.
      23. Кодухов В. И. Лексико-семантические группы слов : Лекция [Текст] / В. И. Кодухов. – Л. : Изд-во ГПИ, 1955. – 28 с.
      24. Кожина М. Н. Стилистика русского языка / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. ‒ М. : Флинта, 2008. ‒ 464 с.
      25. Колоїз Ж. В. Контамінація як різновид фраземної деривації / Ж. В. Колоїз // Вісник ХНУ : Серія : Філологія. – Х. : ХНУ, 2000. – №491. – С. 328–333.
      26. Комарова З. И. Методология, метод, методика и технология научных исследований в лингвистике : учебное пособие / З. И. Комарова.‒ 3-е изд., испр. и доп. ‒ М. : ФЛИНТА, 2014. ‒ 820 с.
      27. Комлев Н. Г. Компоненты содержательной структуры слова / Н. Г. Комлев. – изд. 3-е, стереотипное. – M. : КомКнига, 2006. – 192 с.
      28. Конверський А. Є. Логіка (традиційна та сучасна) : Підручник для студентів вищих навчальних закладів / А. Є. Конверський. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 536 с.
      29. Копчак О. І. Глютоніми у перських і українських фразеологізмах на позначення емоцій людини / О. І. Копчак // Наукові записки Національного ун-ту “Острозька академія”. Сер. : Філологічна. – Острог, 2012. – Вип. 29. – С. 89–92.
      30. Кочерган М. П. Слово і контекст (лексична сполучуваність і значення слова) / М. П. Кочерган. – Львів : Вища школа, 1980. – 360 с.
      31. Кочерган М. П. Загальне мовознавство / М. П. Кочерган. ‒ Київ : Академія, 2006. ‒ 464 с.
      32. Краснобаєва-Чорна Ж. Ідеографічна класифікація фразеологічних одиниць у словнику фразеологічних термінів сучасної української мови / Ж. Краснобаєва-Чорна // Лінгвістичні студії : зб. наук. пр. – Донецьк, 2011. – Вип. 22. – С. 289–298.
      33. Кунин А. В. Пути образования фразеологических единиц / А. В. Кунин // Иностранные языки в школе. ‒ М., 1971. ‒ № 1. ‒ с. 8‒21.
      34. Кунин А. В. Фразеология современного английского язика / А. В. Кунин. ‒ М. : Изд-во : Международные отношения, 1972 г. ‒ 289 с.
      35. Кунин A. B. О трактовке проблем фразеологии в «Общем языкознании» / А. В. Кунин // Вопросы фразеологии. Сб. науч. трудов. Новая серия. ‒ Самарканд : СамГУ им. А. Навои, 1976. ‒ Вып. 277. ‒ С. 283‒293.
      36. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – М. : Высшая школа, 1986. – 336 с.
      37. Лапиніна О. Л. Національно-культурні особливості фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у сучасній німецькій мові / О. Л. Лапиніна // Наукові записки. Серія «Філологічна» : збірник наукових праць. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2013. – Вип. 34. –  С. 118–120.
      38. Лапиніна О. Л. Особливості семантики фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом / О. Л. Лапиніна // Наукові записки. – Випуск 129. – Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. – С. 333–336.
      39. Лапиніна О. Л. Роль гастрономічного компонента у формуванні цілісного значення фразеологічних одиниць німецької мови / О. Л. Лапиніна // «Мандрівець». Всеукраїнський науковий журнал. – Тернопіль : «Мандрівець», 2014. – № 4 (112). – Липень – серпень. ‒ С. 66‒69.
      40. Лапиніна О. Л. Тематична класифікація компонентів-гастронімів фразеологічних одиниць німецької мови / О. Л. Лапиніна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія» : збірник наукових праць. – Одеса: Фенікс, 2015. ‒ Вип.14. ‒ С. 176‒178.
      41. Лапиніна О. Л. Характеристика гастронімів як окремих лексичних одиниць та компонентів фразеологізмів (на матеріалі німецької мови) / О. Л. Лапиніна // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна» : збірник наукових праць.  – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. – Вип. 51. – С. 249–251.
      42. Лапиніна О. Л. Лексико-семантичні шляхи утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у сучасній німецькій мові / О. Л. Лапиніна // Science and Education a New Dimension. Philology. ‒ III (16). ‒ Issue : 70. ‒ Budapest, 2015. ‒ Р. 52‒56.
      43. Лапиніна О. Л. Методика дослідження національно-культурної специфіки фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом [Текст] / О. Л. Лапиніна // Науковий журнал «Молодий вчений». ‒ Херсон, Видавничий дім «Гельветика», 2016. ‒ №2 (29), лютий. ‒ C. 391‒394.
      44. Лапиніна О. Л. Прагматичні особливості функціонування фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у політичній публіцистиці (за матеріалами німецьких періодичних видань) / О. Л. Лапиніна // Науковий журнал. «Парадигма пізнання : гуманітарні питання». ‒ Київ : «Меганом», 2016. ‒ № 1 (12). ‒ С. 22‒32.
      45. Лапиніна О. Л. Варіантність фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом / О. Л. Лапиніна // Україна і світ : діалог мов та культур : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (19–21 березня 2014 р.). – К. : Вид. центр КНЛУ, 2014. – С. 222‒224.
      46. Лапиніна О. Л. Синонімія фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом / О. Л. Лапиніна // «Рівень ефективності та необхідність впливу філологічних наук на розвиток мови та літератури»: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції : м. Львів, 28‒29 березня 2014 р. – Львів: ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2014. – С. 108–109.
      47. Лапиніна О. Л. Теоретичні засади дослідження національно-культурної специфіки фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у сучасній фразеології / О. Л. Лапиніна // Збірник наукових праць «Студії з філології та журналістики» . Випуск 2 : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів та аспірантів, (Ужгород, 10–11 квітня 2014 р.). – Ужгород : Видавництво ФОП Бреза А. Е., 2014. – С. 106–108.
      48. Лапиніна О. Л. Типи класифікацій фразеологічних одиниць німецької мови з гастрономічним компонентом / О. Л. Лапиніна // Сучасні проблеми германського та романського мовознавства : Матеріали другої Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (17‒18 квітня 2014 року.) – Рівне : РДГУ, 2014. – С. 69–71.
      49. Лапинина О. Л. Лингвокультурные особенности фразеологических единиц с гастрономическим компонентом (на материале немецкого языка) [Электронный ресурс] / О. Л. Лапынина // Мир языков : ракурс и перспектива : Материалы V Международной научно-практической конференции, г. Минск, 22 апреля 2014 г. ‒ Элекстронные данные. ‒ [Минск : Белорусский государственный ун-т : Электронная библиотека БГУ, 2014]. – Т. 1. – Режим доступа : <http://elib.bsu.by/handle/123456789/108578> (дата обращения 18.04.2016 р.). – Название с экрана.
      50. Лапиніна О. Л. Образна основа як засіб втілення національно-культурної специфіки фразеологічних одиниць німецької з гастрономічним компонентом / О. Л. Лапиніна // «І Таврійські філологічні читання»: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Херсон, 27‒28 лютого 2015 р. – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2015. – С. 221–223.
      51. Лапиніна О. Л. Фразотворча активність гастронімів тематичної групи “Злакові, крупи та мучні вироби” /О. Л. Лапиніна // Україна і світ : діалог мов та культур : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (01–03 квітня 2015 р.) – К. : Вид. центр КНЛУ, 2015. ‒ С. 228‒230.
      52. Левицький А. Е. Вступ до мовознавства : Навчальний посібник / А. Е. Левицький, А. В. Сингаївська, Л. Л. Славова. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 104 с.
      53. Левченко О. М. Етнолінгвістика та лінгвокультурологія : специфіка об'екта й завдань / О. М. Левченко // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – №787. ‒ Серія : Філологія. ‒ Вип.52. – Харків : Вид-цтво ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – С.12‒16.
      54. Лисенко О. М. Дериваційні процеси у німецькій фразеології (на матеріалі фразеологічних біблеїзмів): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О. М. Лисенко. ‒ К. : Київ. держ. лінгв. ун-т. – 2000. – 20 с.
      55. Литвин Ф. А. Факторы, обусловливающие вариативность на разных уровнях системы языка / Ф. А. Литвин // Проблемы вариативности в германских языках : тез. докл. всесоюз. конф. АН СССР, Ин-т языкознания. ‒ М. : Калинин. гос. ун-т, 1988. ‒ С. 84‒85.
      56. Логвиненко О. Трансформація фразеологізмів у газетних заголовках як стилістично-експресивний засіб впливу на читача [Електронний Ресурс] / О. Логвиненко // Укр. наук. журнал “Освіта регіону : політологія, психологія, комунікації”. ‒ Електронні дані. ‒ № 4. ‒ 2011. ‒ С. 399‒402. ‒ Режим доступу : <http://social-science.com.ua/article/679> (дата звернення 13.06.2013 р.). – Назва з екрана.
      57. Логіка : навчально-методичний посібник / Я. І. Пасько, В. В. Білецький, М. Є. Савенкова, В. В. Бурега // Заг. ред. Бурега В. В. – Донецьк : ДонДДУ, 2004. – 75с.
      58. Луканська Г. А. Національно-культурна специфіка англійських фразеологічних одиниць з власними назвами : основні підходи до виявлення [Електронний ресурс] / Галина Анатоліївна Луканська // Материалы V Научно-практической Интернет-конференции «Альянс наук : ученый – ученому», 25‒26 февраля 2010 г. – Режим доступу : http://www. confcontact. com/2010alyans/fl4\_lukan. Htm (дата звернення 13.06.2014 р.). – Назва з екрана.
      59. Лукьянова Н. А. О семантике и типах экспрессивных лексических единиц / Н. А. Лукьянова // Актуальные проблемы лексикологии и словообразования. – Новосибирск, 1979. ‒ Вып. 8. – С. 12–46.
      60. Мазитова Е. И. Национально-культурные особенности фразеологизмов лексико-фразеологического поля “Физическое состояние человека” / Е. И. Мазитова // Сб. науч. трудов регион. заочн. научно-практ. конф. молодых ученых Моск. обл. [„Актуальные вопросы научно-педаг.деятельности“], Москва, 27‒30 апреля 2012 г. ‒ Москва : МГОУ, 2012. – 235 с.
      61. Максименко С. Д. Загальна психологія : Навч. Посібник / С. Д. Максименко, В. О. Соловієнко. ‒ К. : МАУП, 2000. ‒ 256 с
      62. Мальцева Д. Г. Страноведение через фразеологизмы: пособие по немецкому языку / Д. Г. Мальцева. – М. : Высшая школа, 1991. – 175 с.
      63. Маслова А. Ю. Введение в прагмалингвистику : учеб. пособие / А. Ю. Маслова. ‒ 3-е изд. ‒ М. : Флинта : Наука, 2010. ‒ 152 с.
      64. Маслова В. А. Лингвокульторология / В. А. Маслова. – М. : Изд. центр “Академия”, 2001. – 208 с.
      65. Мацько Л. І. Риторика : Навч. посіб. / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. ‒ К. : Вища шк., 2003. ‒ 311 с.
      66. Мелерович А. М. Коммуникативный и номинативный аспекты фразеологического значения в тексте и словаре / А. М. Мелерович, В. М. Мокиенко // Фразеологическое значение в языке и речи. – Челябинск, 1988. – 120 с.
      67. Мелех Г. Б. Мотиваційна база німецьких гастрономічних фразеологізмів / Г. Б. Мелех // Science and Education a New Dimension. Philology. ‒ II(6). ‒ Issue : 29. ‒ Budapest, 2014. ‒ C. 62‒64.
      68. Митина Т. В. Семантическая значимость компонентов фразеологических единиц современного немецкого язика : автореф. дис. на соискание уч. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Т. В. Митина. – М., 1980. – 26 с.
      69. Мойсеєнко Л. А. Теоретико-методологічні засади досліджень фразеологічних одиниць / Л. А. Мойсеєнко // Наукові записки [Національного ун-ту “Острозька академія”]. Сер. : Філологічна. – Острог : Вид-во НУ «Острозька академія», 2013. – Випуск 34. – С. 161–165.
      70. Мокиенко В. М. Славянская фразеологія / Валерий Михайлович Мокиенко. – М. : Высшая школа, 1989 – 287 с.
      71. Мокиенко В. М. Идеография и историко-этимологический анализ фразеологии / В. М. Мокиенко // Вопросы языкознания. – М. : Наука, 1995. ‒ №4. – С. 3‒14.
      72. Мокиенко В. М. Фразеология и языковая игра : динамика формы и смысла / В. М. Мокиенко // Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. – Симферополь : Информационно-изд. отд. ТНУ, 2012. – Т. 25. ‒ № 2. – С. 100–109.
      73. Молотков А. И. Основы фразеологии русского языка / А. И. Молотков. – Л. : Наука, 1977. – 234 с.
      74. Молчанова М. М. Прагматика языка медиа-текста. Монография / М. М. Молчанова, Е. Г. Сомова. – Краснодар : КубГУ, КСЭИ, 2005. – 128 с.
      75. Мороховский А. Н. Стилистика английского языка / А. Н. Мороховский, О. П. Воробьева, Н. И. Лихошерст, З. В. Тимошенко. – Киев : Вища школа, 1984. ‒ 248 с.
      76. Наер Н. М. Стилистика немецкого языка / Н. М. Наер. ‒ М. : Высшая школа, 2006. ‒ 253с.
      77. Назарян А. Г. О статусе фразеологии как самостоятельной лингвистической дисциплины / А. Г. Назарян // Вопросы фразеологии. Сб. науч. трудов. Новая серия. ‒ Самарканд : СамГУ им. А. Навои, 1972. ‒ Вып. 219. ‒ Ч. І. ‒ С. 283‒293.
      78. Назарян А. Г. Фразеология современного французского языка : 2-е изд. перераб. и доп. / А. Г. Назарян. ‒ М. : Высшая школа, 1987. – 288 с.
      79. Николаева Э. А. Ассоциативные (лингвокреативные) механизмы образования фразеологических единиц / Э. А. Николаева // Филологические науки в МГИМО : Сборник науч. трудов. – М. : МГИМО (У) МИД России, 2007. – № 26 (41) ‒ С. 44‒53.
      80. Орел І. І Типи трансформації фразеологічних одиниць з фольклорним компонентом у німецькомовних публіцистичних текстах / І. І. Орел // Наукові записки [Національного ун-ту “Острозька академія”]. Сер. : Філологічна. ‒ Острог : Вид-во НУ «Острозька академія» 2010. Вип. 14. ‒ С. 34‒40.
      81. Орел І. І. Роль національно-культурного компонента в утворенні семантики фразеологізмів сучасної німецької мови / І. І. Орел // Наукові записки [Національного ун-ту “Острозька академія”]. Сер. : Філологічна. ‒ Острог : Вид-во НУ «Острозька академія», 2013. ‒ Вип. 34. ‒ С. 180‒182.
      82. Остапович О. Я. Національно марковані фразеологічні одиниці австрійського варіанту в сучасній німецькій мові : дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Остапович Олег Ярославович. – К., 1999. – 207 с.
      83. Охріменко М. А. Національно-культурна специфіка фразеологічних одиниць перської та української мов : постановка проблеми / М. А. Охріменко // Проблеми семантики слова, речення та тексту. ‒ К. : Видавничий центр КНЛУ, 2009. ‒ Вип. 23. ‒ С. 236‒243.
      84. Павлова И. П. Традиционная народная терминология как объект научного изучения / И. П. Павлова // Лингв., культуролог. и дидакт. аспекты коммуникации в поликульт. Пространстве : сборник регионал. лингвист. конф., 12‒13 апреля 2013, г. Якутск, – Киров : МЦНИП, 2013 – С.343–353.
      85. Пауль Г. Принципы истории языка / Г. Пауль // [пер. с нем. А. А. Холодовича]. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1960. ‒ 500 с.
      86. Пахомова И. В. Метафорическое представление концепта «еда/пища» в английской языковой картине мира новоанглийского периода : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / И. В. Пахомова. – М., 2003. – 23 с.
      87. Петренко Е. Е. Фразеологическая картина мира в детской речи : автореф дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / Е. Е. Петренко. – Челябинск, 2007. – 23 c.
      88. Плотникова А. М. Парные сочетания в современном русском языке и их креативный потенциал / А. М. Плотникова // Журнал Уральский филологический вестник. Серия : Язык. Система. Личность : лингвистика креатива. ‒ Уральськ, 2012. ‒ Вып. № 2 ‒ С. 183‒187.
      89. Пономаренко В. Д. Звуження значення як динамічний процес у лексико-семантичній системі сучасної української мови / В. Д. Пономаренко, О. В. Ляхова // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. : Філологія. ‒ 2014. ‒ № 1107. ‒ Вип. 70. ‒ С. 92‒97.
      90. Попова А. О. Когнітивна метафора та її типи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 “Загальне мовознавство” / А. О. Попова. ‒ Донецьк, 2003. ‒ 20 с.
      91. Попова З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж, 2007. ‒ 61с.
      92. Поселенова А. В. Коммуникативно-прагматические свойства фразеологических единиц в диалогической речи (На материале рус. драматургии XIX в.) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / А. В. Поселенова. ‒ Волгоград, 1999. ‒ 24 с.
      93. Постовалова В. И. Лингвокультурология в свете антропологической парадигмы (к проблеме оснований и границ современной фразеологии) / В. И. Постовалова // Фразеология в контексте культуры. – М., 1999. – С. 28–31.
      94. Потебня А. А. Мысль и языкъ / А. А. Потебня. ‒ Харьковъ, 1892. ‒ 236 с.
      95. Прадід Ю. Ф. Фразеологічна ідеографія (проблематика досліджень) / Ю. Ф. Прадід – К. : Сімферополь, 1997. – 252 с.
      96. Рапаева Ю. В. Структура перифразы и ее типы / Ю. В. Рапаева // Современная филология (II) : материалы междунар. науч. конф. (г. Уфа, январь 2013 г.). – Уфа : Лето, 2013. – С. 90–91.
      97. Райхштейн А. Д. Немецкие устойчивые фразы: пособие по лексикологии нем. яз. / А. Д. Райхштейн. ‒ Ленинград : Просвещение, 1971. ‒ 184 с.
      98. Райхштейн А. Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии / А. Д. Райхштейн. – М. : Высшая школа, 1980. – 143 с.
      99. Розен Е. В. Немецкая лексика : история и современность / Е. В. Розен. ‒ М., 1991 ‒ 97 с.
      100. Ройзензон Л. И. Фразеология и страноведение / Л. И. Ройзензон // Бюллетень по фразеологии. – Самарканд, 1972. – №1. – С. 19–27.
      101. Роль человеческого фактора в языке : Язык и картина мира / [Б. А. Серебренников, Е. С. Кубрякова, В. И. Постовалова и др.] // под. ред. Б. А. Серебренникова. – М. : Наука, 1988. – 216 с.
      102. Савченко Л. В. Ворожіння як форма соціально канонізованої поведінки у фразеологічній картині світу / Л. В. Савченко // Мовознавчий вісник : Зб. наук. пр. МОН України. Черкаський нац. ун-т. імені Богдана Хмельницького ; Відп. ред. Г. І. Мартинова. – Черкаси, 2010. – Вип. 11. – С. 227‒230.
      103. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – М. : «Языки русской культуры», 1999. – 544 с.
      104. Свиридюк Т. В. Метафорична семантика ідіоматичних одиниць (на матеріалі промов британських прем’єр-міністрів) / Т. В. Свиридюк // Вісник ЛНУ ім.. Т. Шевченка. Філол. науки. – Луганськ, 2013. – № 14(1). – С. 191–195.
      105. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
      106. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями і проблеми / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля- К, 2008. – 712 с.
      107. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологи / Э. Сепир. ‒ М., 1993. ‒ 656 с.
      108. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? / Р. Дж. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. ‒ Вып. 17 : Теория речевых актов. ‒ М. : Прогресс, 1986. ‒ С. 151‒169.
      109. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Р. Дж. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. ‒ Вып. 17 : Теория речевых актов. ‒ М. : Прогресс, 1986. ‒ С. 170‒194.
      110. Скляревская Г. Н. Метафора в системе языка / Г. Н. Скляревская. ‒ Санкт-Петербург: Наука, 1993. ‒ 152 с.
      111. Смирницкий А. И. Лексикология английского язика / А. И. Смирницкий. – М. : Изд-во лит-ры на иностранных языках, 1956. – 260 с.
      112. Снитко Т. Н. Предельные понятия в западной и восточной лингвокультурах : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Общее языкознание, социолингвистика, психолингвистика” / Т. Н. Снитко. ‒ Пятигорск, 1999. ‒ 30 с.
      113. Соколова Г. Г. Фразообразование во французском языке [Текст] : учеб. пособие для ин-тов и фак. ин. яз. / Г. Г. Соколова. ‒ М. : Высшая школа, 1987. ‒ 142 с
      114. Солнцев В. М. Вариативность как общее свойство языковой системы / В. М. Солнцев // Вариативность как свойство языковой системы: Тез. докл. ‒ М. : АН СССР, Ин-т востоковедения, 1982. ‒ Ч. 2. ‒ С. 71‒73.
      115. Солодухо Э. М. Сопоставительный анализ заимствованной фразеологии : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка (филол. науки)” / Э. М. Солодухо. – Казань, 1974. – 24 с.
      116. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М., 1997. – 824 с.
      117. Стернин И. А. Проблемы анализа структуры значения слова / И. А. Стернин. ‒Воронеж, 1979. – 156 с.
      118. Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи / И. А. Стернин. – Воронеж, 1985. – 170 с.
      119. Сусов И. П*.* Лингвистическая прагматика. Учебник для студентов, магистрантов и аспирантов (докторантов) / И. П. Сусов. ‒ М. : Восток ‒ Запад, 2006. ‒ 174 с.
      120. Сучасна українська мова : Лексикологія. Фонетика : Підручник. Затверджено МОН / За ред. А. К. Мойсієнка. ‒ К., 2013. ‒ 340 с.
      121. Тараненко А. Языковая семантика в ее динамических аспектах (основные семантические процессы) / А. Тараненко. – К. : Наук. думка, 1989. – 256 с.
      122. Телия В. Н. Что такое фразеология? / В. Н. Телия. ‒ М. : Наука, 1966. ‒ 86 с.
      123. Телия В. Н. Вариантность лексического состава идиом как структурных единиц языка / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1974. – 146 с.
      124. Телия В. Н. Вторичная номинация и ее виды [Текст] / В. Н. Телия // Языковая номинация. Виды наименований / отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. ‒ М. : Наука, 1977. ‒ С. 129‒221.
      125. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия // Отв. ред. А. А. Уфимцева. ‒ М. : Наука, 1986. – 141 с.
      126. Телия В. Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция / В. Н. Телия // Метафора в языке и тексте. – М. : Наука, 1988. ‒ С.26‒52.
      127. Телия В. Н. Семантика идиом в функционально-параметрическом отображении / В. Н. Телия // Фразеография в Машинном фонде русского языка / Отв. ред. В. Н. Телия. – М. : Наука, 1990. – С. 32‒47.
      128. Телия В. Н. Механизмы экспрессивной окраски языковых единиц / В. Н. Телия // Человеческий фактор в языке : Языковые механизмы экспрессивности : [монография] / В. Н. Телия, Т. А. Графова, А. М. Шахнарович [и др.] ; отв. ред. В. Н. Телия. ‒ М. : Наука, 1991. ‒ С. 36‒66.
      129. Телия В. Н. Культурно-национальные коннотации фразеологизмов / В. Н. Телия // Славянское языкознание. XI международный съезд славистов. – М., 1993. – С. 302–304.
      130. Телия В. Н. Внутренняя форма и ее роль в формировании значения слова и фразеологизма / В. Н. Телия // Семантика языковых единиц : материалы 3-й научно-исследовательской конференции. – Ч. 1 : Фразеологическая семантика. ‒ М., 1993. – С. 55‒59.
      131. Телия В. Н. Русская фразеологія : семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
      132. Тепляков І. М. Про деякі парадокси фразеології / І. М. Тепляков // Проблеми слов'янознавства. – Львів, 2012. – Вип. 61. – С. 237–243.
      133. Титаренко Н. В. Национально-культурный компонент фразеологизма в сопоставительном аспекте : на материале русского, английского и испанского языков [Електронний ресурс] : автореф. дис. на соискание уч.степени канд. филол. наук : 10.02.20 “Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание” / Н. В. Титаренко. – Волгоград, 2008. – 24 с. – Режим доступу : <http://www.dissercat.com/content/natsionalno-kulturnyi-komponent-frazeologizma-v-sopostavitelnom-aspekte-na-materiale-russkog>. (дата звернення 13.06.2013 р.). – Назва з екрана.
      134. Тищенко О. В. Елементи народної етимології : магічна семантика й обрядова символіка (на матеріалі текстів польських, українських, білоруських і російських вірувань та народних прикмет) / О. В. Тищенко. ‒ К., 2008. ‒ С. 122‒130.
      135. Ткачик О. В. Концептуальна метафора як спосіб пізнання дійсності / О. В. Ткачик // Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка. Філол. науки. ‒ Луганськ, 2013. ‒ № 14(1). ‒ С. 81‒87.
      136. Толстова О. Л. Семантичні особливості компаративних фразеологізмів сучасної іспанської мови з ономастичним компонентом / О. Л. Толстова // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К. : КНЛУ, 2013. – Вип.30. – С. 300‒306.
      137. Толстой Н. И. Язык и народная культура : Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике / Н. И. Толстой. ‒ М. : Издательство “Индрик”, 1995. ‒ 512 с.
      138. Третьякова И. Ю. Образность окказиональных фразеологизмов / И. Ю. Третьякова / Проблемы фразеологической и лексической семантики. Материалы Междунар. научн. конф. (Кострома, 18–20 марта 2004 г.). ‒ М. : ООО «ИТИ ТЕХНОЛОГИИ», 2004. ‒ С. 84–88 с.
      139. Угринюк В. М. Типологія вмотивованості фразеологічних одиниць сучасної німецької мови (кількісні та якісні характеристики) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / В. М. Угринюк. – К., 1993. – 16 с.
      140. Ужченко В. Д. Фразеологія сучасної української мови : посіб. для студ. філол. фак. вищ. навч. закл. / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко. – Луганськ : Альма-матер, 2005. – 400 с.
      141. Филин Ф. П. О лексико-семантических группах слов / Ф. П. Филин // Езиковедски изследования в чест. на акад. Ст. Младенов. – София : Издание на българската академия науките, 1957. – С. 523–538.
      142. Филин Ф. П. Очерки по теории языкознания. Избранные труды : к 100-летию со дня рождения / Ф. П. Филин. ‒ Изд. 2, дораб. и доп. ‒ М. : URSS, 2008. ‒ 416 с.
      143. Фірсова Ю. А. Фразеологічні одиниці з топонімічним компонентом у німецькій мові : лінгвокультурологічний аспект : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Фірсова Юлія Анатоліївна. – К., 2002. – 194 с.
      144. Хайруллина Р. X. Фразеологическая картина мира: от мировидения к миропониманию : монографія / Хайруллина Р. X. – Уфа, 2000. – 285 с.
      145. Черданцева Т. З. Идиоматика и культура / Т. З. Черданцева // Вопросы языкознания. – Москва : Наука, 1996. – №1. – С. 58–70.
      146. Чередниченко О. І. Фразеологія сучасного політичного дискурсу / О. І. Чередниченко // Іноземна мова. – К., 2001. – Вип. 31, – С. 5–7.
      147. Чернышева И. И. Критерии выделения фразеологических единиц (на материале нем. яз.) / И. И. Чернышева // Проблемы устойчивости и вариантности фразеологических единиц. ‒ Тула, 1968. ‒ С. 29‒36.
      148. Чернышева И. И. Фразеология современного немецкого языка / И. И. Чернышева. – М. : Высшая школа, 1970. – 200 с.
      149. Чикина Е. Е. Выявление национально-культурной специфики фразеологизмов : современные подходы [Электронный ресурс] / Е. Е. Чикина // междунар. научно-практ. журн. «INTER-CULTUR@L-NET». – 2004. –№ 3. – Режим доступу : <http://www.vfnglu.wladimir.ru/Rus/NetMag/v3/v3_ar09.htm> (дата звернення 13.06.2013 р.). – Назва з екрана.
      150. Чорна О. В. Тематична класифікація українських податкових термінів / О. В. Чорна // Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія : Філологічні науки. – 2010. – Кн. 2. – С. 78–82.
      151. Шанский Н. М. Фразеология современного русского язика / Н. М. Шанский. ‒ Изд. 6-е. ‒ М. : Либроком, 2012. ‒ 272 с.
      152. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе язика / В. И. Шаховський. – Воронеж, 1987. – 190 с.
      153. Шаховский В. И. Национально-культурная специфика концепта «обман» во фразеологическом аспекте / В. И. Шаховський, Н. Н. Панченко // Фразеология в контексте культуры. ‒ М., 1999. ‒ С. 285‒288.
      154. Шелестюк Е. В. Символ versus троп : сравнительный анализ семантики / Е. В. Шелестюк // Филологические науки. – М., 2001. – № 6. – С. 50–58.
      155. Шенбо Юй. Фраземообразование как проблема теоретической дериватологии (на материале русского и китайского языков) / Юй Шэнбо // Известия ВГПУ. ‒ Волгоград, 2010. ‒ №5. ‒ С. 80‒84.
      156. Шендельс Е. И. Практическая грамматика немецкого языка. Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / Е. И. Шендельс. — 3-е изд., испр. — М. : Высш. шк., 1988. ‒ 416 с.
      157. Шипіцина Г. М. Мовні механізми утворення нових фразеологізмів у російській мові / Г. М. Шипіцина, К. Ю. Коржевицька // Лінгвістика. ‒ 2012. ‒ № 3. ‒ Ч. 1. ‒ С. 174‒180.
      158. Язык средств массовой информации : Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. ‒ М. : Академический Проект Альма Матер, 2008. ‒ 760 с.
      159. Языковая номинация (виды наименований) / Отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. ‒ М.: Наука, 1977 – 360 с.
      160. Языковая номинация (общие вопросы) / Отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. ‒ М.: Наука, 1977 – 356 с.
      161. Austin J. L. How to Do Things with Words / J. L. Austin // Ed. By J. R. Umson, M. Sbisa. Second Edition. ‒ Cambridge, Massachusetts, 1976. ‒ 179 p.
      162. Bartmiński J. Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem ‒ na przkladzie stereotypu matki / J. Bartmiński // Język a kultura. ‒ №12. ‒ 1988. ‒ S. 63–83.
      163. Biedermann H. Knaurs Lexikon der Symbole / H. Biedermann. ‒ München : Droemer Knaur, 1994. ‒ 592 S.
      164. Black M. Metaphor / Мах Black // In : M. Black. Models and Metaphor. Studies in Language and Philosophy. ‒ London : Cornell University Press, 1962. ‒ p. 25‒47.

# Block A. Sprichwörter als sprachliche Routinen. Phraseologismus. Taschenbuch / A. Block. – Berlin, 2013. – 20 S.

* + - 1. Böhme U. Zur Frage der Bildung von Phrasemen in der Russischen Sprache / U. Böhme // Zeitschrift für Slavistik. – Bd. XXII. – 1977. – S. 671‒678.
      2. Braun P. Kulturgeschichte der deutschen Küche / P. Braun. ‒ München : Verlag C. H. Beck HG, 2008. ‒ 254 S.
      3. Brot in der Sprache [Electronic resourse]. ‒ Electronic data. – Mode of access : <http://www.brotkultur.de/historische-informationen/deutsche-brotkultur/brot-in-der-sprache/> (viewed on November 27, 2014). – Title from the screen.
      4. Burger H. u. a. (Hg.). Phraseologie-Phraseology. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung / Harald Burger. ‒ Berlin ; New York : De Gruyter, 2007. ‒ 640 S.
      5. Burger H. Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen / Harald Burger. ‒ 2., überarb. Aufl. ‒ Berlin, 2003. – 239 S.
      6. Burger H. Idiom and metaphor – their relation in theory and text in / H. Burger // Phraseology and Paremiology / [Ed. Peter Ďurčo]. – Bratislava : Akademia PZ, 1998. – P. 30–36.
      7. Burger H. Idiomatik des Deutschen / H. Burger // Unter Mitarbeit von Harald Jaksche. – Tübingen : Niemeyer, 1973. – 117 S.
      8. Davidson D. What Metaphors Mean / Donald Davidson // In: "Critical Inquiry". ‒ 1978. ‒ № 5. ‒ P. 31‒47.
      9. Dettmer H. Fachbegriffe der Küche / H. Dettmer. ‒ Stuttgart : Josenhans Verlag, 2002. ‒ 127 S.
      10. Die Geschichte des Tees in Deutschland [Electronic resourse]. ‒ Electronic data. – Mode of access : <http://www.teeguide.de/tee-in-deutschland.html> (viewed on October 12, 2014). – Title from the screen.
      11. Die traditionelle Küche Schleswig-Holsteins [Electronic resourse] : Quelle : creative commons. ‒ Electronic data. – Mode of access : <http://www.schleswig-holstein.de/Portal/DE/Portal_node.html> (viewed on October 12, 2014). – Title from the screen.
      12. Die Wurst im Sprachgebrauch [Electronic resourse]. ‒ Electronic data. – Mode of access : <http://xn--wrstchen-65a.de/die-wurst-im-sprachgebrauch/armes-wuerstchen/> (viewed on October 12, 2014). – Title from the screen.
      13. Dobrovol’skij D. Phraseologie als Objekt der Universalienlinguistik / D. Dobrovol’skij. – Leipzig : Verlag Enzyklopädie Leipzig, 1988. – 264 S.
      14. Donalies E. Basiswissen Deutsche Phraseologie / Elke Donalies. ‒ Tübingen : Narr, 2009. ‒ 129 S.
      15. Dornseiff F. Der deutsche Wortschatz nach Sachgruppen / F. Dornseiff. – Berlin, 1970. ‒ 922 S.
      16. Eckert R. Satzwertige Phraseologismen im Russischen und Deutschen / R. Eckert // Linguistische Studien. Reihe A. Arbeitsberichte 145. ‒ Güstrow, 1986 – S. 35‒42.
      17. Eismann W. Phraseologie. Handbuch der sprachwissenschaftlichen Russistik und ihrer Grenzdisziplinen / W. Eismann // Hrsg. von H. Jachnow. – Wiesbaden, 1999. – S. 321‒366.
      18. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache / Wolfgang Fleischer. ‒ Leipzig, 1982. ‒ 250 S.
      19. Fleischer W. Das Zusammenwirken von Wortbildung und Phraseologisierung in der Entwicklung des Wortschatzes / Wolfgang Fleischer // Wortbildung und Phraseologie. ‒ Tübingen, 1997. ‒ S. 9‒24.
      20. Grice H. P. Logic and conversation / H. P. Grice // In:«Syntax and semantics», ed. by P. Cole and J. L. Morgan. ‒ Vol. 3. ‒ N. Y. : Academic Press, 1975. ‒ P. 41‒58.
      21. Gruber W. Unglaublich einfach. Einfach unglaublich / Werner Gruber. ‒ Salzburg : [Ecowin Verlag](http://de.academic.ru/dic.nsf/dewiki/369748), 2006. ‒ 280 S.
      22. Hagen R. Linguistische Pragmatik : Eine Übersicht [Electronic resourse] / Robert Hagen // Freie Universität Berlin. ‒ Electronic data. – [Berlin, 2005]. ‒ Mode of access : <http://userpage.fu-berlin.de/~hagen66/01/ling-pragma.htm> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      23. Informationen zu den verschiedenen Wurstsorten, regionalen Wurstspezialitäten und deren Herstellung [Electronic resourse]. ‒ Electronic data. – Mode of access : <http://www.wurstsorten.com> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      24. Kartoffelanbau in Deutschland. Geschichte [Electronic resourse]. – Electronic data. – Mode of access : <http://www.derweg.org/deutschland/geschichte/kartoffel.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      25. Käse. Legenden und Geschichten [Electronic resourse]. – Electronic data. – Mode of access : <http://www.kaesewelten.info/kasesorten/quark/> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      26. Koller W. Redensarten : linguistische Aspekte, Vorkommensanalysen, Sprachspiel / W. Koller. – Tübingen : Niemeyer, 1977. – 229 S.
      27. Kühn P. Phraseologie des Deutschen : Zur Forschungsgeschichte / P. Kühn // Phraseologie. Phraseology. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung – An International Handbook of Contemporary Research. – Hrsg. von H. Burger, D. Dobrovol’skij, P. Kühn, N. R. Norrick. – 1. Halbband (Volume 1). – Berlin, 2007. – S. 619‒643.
      28. Küster H. J. Wo der Pfeffer wächst. Ein Lexikon zur Kulturgeschichte der Gewürze // H. J. Küster. ‒ München : C. H. Beckschen Verlagsbuchhandlung, 1987. ‒ 148 S.
      29. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : University of Chicago Press, 1980. – 242 р.
      30. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor / G. Lakoff // Metaphor and Thought. ‒ Cambridge, 1993. – P. 202‒252.
      31. Lapynina O. L. Die Rolle der gastronomischen Komponente für die Bildung der Bedeutung von phraseologischen Einheiten der deutschen Sprache / О. Л. Лапиніна // Молода германістика України між традицією та новаторством = Ukrainische Nachwuchsgermanistik zwischen Tradition und Innovation : Матеріали ХХІ Міжнародної науково-практичної конференції Асоціації українських германістів (31 жовтня – 1 листопада 2014 р.). – Львів : ПАІС, 2014. – С. 31–33.
      32. Leech G. Principles of Pragmatics / G. Leech. – London : Longman, 1983. – 367 p.
      33. Lehmann Ch. Semantik und Pragmatik [Electronic resourse] / Christian Lehmann. ‒ Electronic data. – [Frankfurt a.M., 2013]. ‒ Mode of access : <http://www.christianlehmann.eu/ling/pragmatics/index.html> (viewed on September 21, 2015). – Title from the screen.
      34. Lyons J. Semantics / J. Lyons. – Vol. 2. – Reprinted. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1978. – P. 374‒897.
      35. Metaphor in Idiom Comprehension / Raymond W. Gibbs, Josephine M. Bogdanovich, Jeffrey R. Sykes, and Dalе J. Barr. ‒ Journal of memory and language. ‒ 1997. ‒ P. 141‒154.
      36. Metzger C. Culinaria Deutschland. Deutsche Spezialitäten / Christine Metzger. – Potsdam, 2013 – 467 S.
      37. Mlacek J. Slovenská frazeológia / J. Mlacek. – 2a ed. – Bratislava, 1984. – 156 s.
      38. Mokienko V. Russisches parömiologisches Minimum : Theorie oder Praxis? / V. Mokienko // Studien zur Deutschen Sprache. Sprichwörter multilingual. Theoretische, empirische und angewandte Aspekte der modernen Parömiologie. – Hrsg. Steyer, Kathrin. – Bd. 60. – Tübingen, 2012. ‒ S. 79‒98.
      39. Morris Ch. Foundations of the Theory of Signs*.* International Encyclopedia of Unified Sciences / Charles W. Morris*.* ‒ Vol. 1(2). *‒* Chicago : The University of Chicago Press, 1938. ‒ 62 p.
      40. Müller K. Kleine Geschichte des Essens und Trinkens. Vom offenen Feuer zur Haute Cuisine / Klaus Müller. – München : C. H. Beck Verlag, 2009 – 175 S.
      41. Ortony A. The Role of Similarity in Similes and Metaphor / Andrew Ortony. – In : "Metaphor and Thought", ed. by Andrew Ortony. Cambridge University Press. Cambridge – London, 1979. ‒ P. 342‒356.
      42. Otten F. Russische Phraseologie im europäischen Kontext / F. Otten // Zeitschrift für Slawistik. – № 3 (47). – 2002. – S. 344‒362.
      43. Palm Ch. Phraseologie / Ch. Palm. ‒ Tübingen : Narr, 1997. ‒ 130 S.
      44. Peter P. Kulturgeschichte der deutschen Küche / Peter Peter. – München : C. H. Beck Verlag, 2008 – 255 S.
      45. Pörings R. Sprache und Sprachwissenschaft. Eine kognitiv orientierte Einführung / Ralf Pörings, Ulrich Schmitz. ‒ Tübingen : Narr, 1999. ‒ 298 S.
      46. Riesel E. Deutsche Stilistik / E. Riesel, E. Schendels. – Moskau : Hochschule, 1975. – 315 S.
      47. Römer Ch. Lexikologie des Deutschen. Eine Einführung / Ch. Römer, B. Matzke. ‒ Tübingen : Gunter Narr Verlag, 2003. ‒ 236 S.
      48. Schippan T. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache / T. Schippan. ‒ Tübingen : Max Niemeyer Verlag, 1992. ‒ 306 S.
      49. Schneider W. Wörter machen Leute / Wolf Schneider. ‒ München, 2011. ‒ 432 S.
      50. Sowinski B. Deutsche Stilistik. Beobachtungen zur Sprachverwendung und Sprachgestaltung im Deutschen / Bernhard Sowinski. ‒ Frankfurt/Main : Fischer Taschenbuch Verlag, 1992. ‒ 341 S.
      51. Stepanova M. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache / M. Stepanova, I. Černyševa. – 2. verb. Aufl. – Moskau : Vysšaja Škola, 1986. – 246 S.
      52. Telia V. Phraseology as a language of culture : Its role in the reproduction of cultural mentality / V. Telia, N. Bragina, E. Oparina, I. Sandomirskaya // Phraseology : Theory, analysis, application. – Oxford, 1998. – P. 55–75.
      53. Vennemann Th. Grundzüge der Sprachtheorie : Eine linguistische Einführung / Th. Vennemann, R. Bartsch. ‒ Tübingen : Niemeyer, 1983. – 204 S.
      54. Walnuss. Geschichte [Electronic resourse]. – Electronic data. – Mode of access : <http://walnuss.info/Geschichte.shtml> (viewed on November 2, 2013). – Title from the screen.
      55. Wanzeck Ch. Lexikologie / Christiane Wanzeck. ‒ Göttingen, 2010. ‒ 200 S.
      56. Wierlacher A. Der gastronomische Diskurs. Essen und Trinken als Gegenstand der Kulturwissenschaft / A. Wierlacher // Zeitschrift für kulturgeschichtliche Literaturwissenschaft. ‒ Band 3. ‒ Berlin : Akademie Verlag, 2003. ‒ S. 37–230.
      57. Wir kochen gut. Verlag für die Frau. ‒ DDR, Leipzig, 1968. ‒ 18. Auflage ‒ 240 S.
      58. Wierzbicka A. Cultural script’s : A new approach to the study of cross-cultural communication / A. Wierzbicka // Language contact and language conflict. – Amsterdam, Philadelphia, 1994. – P. 68‒87.
      59. Wierzbicka A. Porównanie – gradacja – metafora. – "Pamiętnik literacki" / Anna Wierzbicka. ‒ LXII. ‒ 1971. ‒ № 4. ‒ S. 127–147.
      60. Wotjak B. Mehr Fragen als Antworten. Problemskizze – (nicht nur) zur kontrastiven Phraseologie / B. Wotjak. ‒ Tübingen : Niemeyer, 1992. – S. 197‒217.
      61. Wotjak B. Ein Wort gibt das andere ‒ Feldstrukturen und Idiome / B. Wotjak // In Deutsch als Fremdsprache 4. ‒ Tübingen : Niemeyer, 2011. ‒ S. 212‒220.
      62. Zehn traditionelle deutsche Gerichte [Electronic resourse]. – Electronic data. – Mode of access : <http://www.ehow.de/10-traditionelle-deutsche-gerichte-diashow_3796/#pg=1> (viewed on November 2, 2013). – Title from the screen.

**СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

* + - 1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. ‒ 2-е изд., стер. ‒ М : УРСС : Едиториал УРСС, 2004. ‒ 571 с.
      2. *(Би:)* Бидерманн Г. Энциклопедия символов : Пер. с нем. / Ганс Бидерманн // Общ. ред. и предисл. Свенцицкой И. С. ‒ М. : Республика, 1996. ‒ 335 с.
      3. Бинович Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович. – Москва : Аквариум, 1995. – 768 с.
      4. Большой немецко-русский словар : в 2 т. / Под рук. О. И. Москальской. ‒ М. : Рус. язык, 2004. ‒ Т. 1. ‒ 760 с.
      5. Большой немецко-русский словар : в 2 т. / Под рук. О. И. Москальской. ‒ М. : Рус. язык, 2004. ‒ Т. 2. ‒ 680 с.
      6. *(НУФС. Т.1)* Гаврись В. І. Німецько-український фразеологічний словник : у 2 т. [уклад. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко]. – К. : Радянська школа, 1981. – Том 1. – 416 с.
      7. *(НУФС. Т.1)* Гаврись В. І. Німецько-український фразеологічний словник : у 2 т. [уклад. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко]. – К. : Радянська школа, 1981. ‒ Том 2. – 382 с.
      8. Денисенко С. Н. Німецько-українсько-російський словник-довідник. Словник довідник з фразеологічної деривації на основі існуючої фразеології німецької мови з перекладом прикладів на українську та російську мови / С. Н. Денисенко. – Вінниця : Нова книга, 2005. ‒ 288 с.
      9. *(ЕСУМ. Т. 1)* Етимологічний словник української мови : у 7 т. / [уклад. Р. В. Болдирєв та ін.]. – К. : Наук. думка, 1982 – Т. 1: А – Г. – 632 с.
      10. (Мі:) Мізін К. І. Німецько-український фразеологічний словник (усталені порівняння) / К. І. Мізін. ‒ Вінниця : Нова книга, 2005. ‒ 304 с.
      11. *(Ми:)* Михельсон А. Д. Объяснение 25 000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней. Составил по словарям : Гейзе, Бешереля, Брокгауза, Александра, Рейфа и других / А. Д. Михельсон. – М. : Издание книгопродавца А. И. Манухина, 1865. ‒ 718 с.
      12. *(СУМ. Т. 2)* Словник української мови : у 11 томах / [[уклад. під кер. академ. І. Білодіда]. – К. : Наукова думка, 1970 – 1980. – Т. 2 : Г ‒ Ж. ‒ 1971. ‒ 552 с.](http://sum.in.ua/p/2/40/2)
      13. Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий. Русский язик : в 2-х т. / А. Н. Тихонов, Р. И. Хашимов, Г. С. Журавлева и др. ‒ Т. 2. ‒ М. : Флинта: Наука, 1979. ‒ 816 с.
      14. Das digitale Wörterbuch der deutschen Sprache [Electronic resourse] : [Web-Site] ‒ Electronic data. – Berlin : Brandenburgische Akademie der Wissenschaften, 2012 ‒ 2015. ‒ Mode of access : <http://www.dwds.de> (viewed on December 14, 2015). – Title from the screen.
      15. *(DUW)* Duden. Deutsches Universalwörterbuch / hersg. und bearb. vom Rat der Dudenredaktion. [Red. bearb. Matthias Wermke]. – 3, völlig neu. bearb. Aufl. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverl., 2002. – 1816 S.
      16. *(RW, B.11)* Duden (in 12 Bänden) Band 11. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Wörterbuch der deutschen Idiomatik [Electronic resourse] / bearb. von Günther Drosdowski und Werner Scholze-Stubenrecht. ‒ Electronic data. – Mannheim [u.a.] : Dudenverlag, 1992. ‒ 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). ‒ Систем. вимоги : Windows 95, 98, 2000, XP ; Word 97‒2000. – Title from the screen.
      17. *(DUBW)* Duden. Das Bedeutungswörterbuch [Electronic resourse] : 4. Aufl. – Electronic data. – Mannheim [u.a.] : Dudenverlag, 2010. ‒ 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). ‒ Систем. dимоги : Windows 95, 98, 2000, XP ; Word 97‒2000. – Title from the screen.
      18. *(DUHW)* Duden. Das Herkunftswörterbuch [Electronic resourse] : 4. Aufl. – Electronic data. – Mannheim [u.a.] : Dudenverlag, 2007. ‒ 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). ‒ Систем. вимоги : Windows 95, 98, 2000, XP ; Word 97‒2000. – Title from the screen.
      19. Duden K. Das Große Wörterbuch der deutschen Sprache. In 6 Bänden. 2-te, völlig neubearb. und stark erweiterte Auflage. Hrsg. und bearbeitet vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern unter der Leitung von G. Drosdowski. Mannheimm, Leipzig, Wien, Zürich : Dudenverlag, 2011. ‒ B. I. ‒ 464 S.
      20. Duden K. Das Große Wörterbuch der deutschen Sprache. In 6 Bänden. 2-te, völlig neubearb. und stark erweiterte Auflage. Hrsg. und bearbeitet vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern unter der Leitung von G. Drosdowski. Mannheimm, Leipzig, Wien, Zürich : Dudenverlag, 2011. ‒ B. II. ‒ 464 S.
      21. Duden K. Das Große Wörterbuch der deutschen Sprache. In 6 Bänden. 2-te, völlig neubearb. und stark erweiterte Auflage. Hrsg. und bearbeitet vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern unter der Leitung von G. Drosdowski. Mannheimm, Leipzig, Wien, Zürich : Dudenverlag, 2011. ‒ B. III. ‒ 470 S.
      22. Duden K. Das Große Wörterbuch der deutschen Sprache. In 6 Bänden. 2-te, völlig neubearb. und stark erweiterte Auflage. Hrsg. und bearbeitet vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern unter der Leitung von G. Drosdowski. Mannheimm, Leipzig, Wien, Zürich : Dudenverlag, 2011. ‒ B. IV. ‒ 464 S.
      23. Duden K. Das Große Wörterbuch der deutschen Sprache. In 6 Bänden. 2-te, völlig neubearb. und stark erweiterte Auflage. Hrsg. und bearbeitet vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern unter der Leitung von G. Drosdowski. Mannheimm, Leipzig, Wien, Zürich : Dudenverlag, 2011. ‒ B. V. ‒ 480 S.
      24. Duden K. Das Große Wörterbuch der deutschen Sprache. In 6 Bänden. 2-te, völlig neubearb. und stark erweiterte Auflage. Hrsg. und bearbeitet vom Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern unter der Leitung von G. Drosdowski. Mannheimm, Leipzig, Wien, Zürich : Dudenverlag, 2011. ‒ B. VI. ‒ 464 S.
      25. *(Re:)* Redensarten-Index [Electronic resourse] : [Web-Site] ‒ Electronic data. – Gießen : Peter Udem Internet-Dienstleistungen, 2015. ‒ Mode of access : <http://www.redensarten-index.de/> (viewed on December 14, 2015). – Title from the screen.
      26. *(Rö:)* Röhrich L. Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. In 5 Bänden [Electronic resourse] / L. Röhrich. – Electronic data. – Berlin : Directmedia, 2000. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). ‒ Систем. вимоги : Windows 95, 98, 2000, XP; Word 97‒2000. ‒ 1834 S. ‒ Title from the screen.
      27. *(Wa:)* Deutsches Wörterbuch. [Hrsg. und bearb. von R. Wahrig-Burfeind]. – Köln : Bertelsmann Lexikon Verlag, 2000. – 1451 S.
      28. *(LDF)* Langenscheidt. Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache [Hrsg. und bearb. von D. Götz, G. Haensch, H. Wellman]. ‒ Berlin, München, Wien, Zürich, New York : Langenscheidt KG, 2003. ‒ 1253 S.

**СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

* + - 1. Alles ist in Butter? [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. ‒ 13.12.2004. ‒ Mode of access : [http://www.dwds.de/?view=3&qu="alles+in+Butter+ist](http://www.dwds.de/?view=3&qu=%22alles+in+Butter+ist) (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      2. Aly G. Die rote Volksgemeinschaft [Electronic resourse] / G. Aly // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 1997]. ‒ 24.09.1997. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/die-rechtsradikalen-in-hamburg-haben-ihre-waehler-weithin-von-den-sozialdemokraten-bekommen--anmerkungen-zu-risiken-und-nebenwirkungen-des-gleichheitsglaubens-die-rote-volksgemeinschaft,10810590,9340164.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      3. Analyse : Der Fall Hoeneß und die CSU [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2013 ]. ‒ 21.04.2013. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/news/2013-04/21/steuern-analyseder-fall-hoeness-und-die-csu-21155614> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      4. Analyse : Die SPD zwischen Pest und Cholera [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1978]. ‒ 23.09.2013. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/news/2013-09/22/bundestag-analyse-die-spd-zwischen-pest-und-cholera-22212404>  (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      5. Appenzeller G. Böser Onkel, liebe Tante [Electronic resourse] / G. Appenzeller // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. ‒ 24.08.2004. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/meinung/kommentare/boeser-onkel-liebe-tante/541744.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      6. Appenzeller G. Gekauft wie gesehen [Electronic resourse] / G. Appenzeller // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. ‒ 24.12.2004. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/meinung/kommentare/gekauft-wie-gesehen/573026.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      7. Assheuer Th. Im Herrenzimmer [Electronic resourse] / Th. Assheuer // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2004]. ‒ № 14. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/2004/14/Cicero_>  (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      8. Atemberaubende Geschichtsvergessenheit [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2008]. ‒ № 32. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/2008/32/LB32-POLschaeuble> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      9. Barters W. Rote Sonne überm Packeis [Electronic resourse] / W. Barters // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1992]. ‒ № 50. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1992/50/rote-sonne-ueberm-packeis> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      10. Berg M. Freunde und andere Feinde [Electronic resourse] / M. Berg // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2014]. ‒ № 41. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/2001/41/Freunde_und_andere_Feinde> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      11. Bertram Ch. Das Land, wo Bier und Honig flossen [Electronic resourse] / Ch. Bertram // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1991]. ‒ № 22. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1991/22/das-land-wo-bier-und-honig-flossen> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      12. Beste R. Der Tag der Bekenntnisse [Electronic resourse] / R. Beste // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 1999]. ‒ 07.06.1999. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/auf-dem-bielefelder-parteitag-der-gruenen-muss-joschka-fischer-erlaeutern--wieso-er-fuer-einen-krieg-steht--den-grosse-teile-seiner-parteibasis-ablehnen-der-tag-der-bekenntnisse,10810590,9638104.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      13. Bickerich S. Schwarz-gelber Schlingerkurs [Electronic resourse] / S. Bickerich, H. Monath // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2009]. ‒ 30.11.2009. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2009-11/koalition> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      14. Birk K. Handelsstreit: Alles Banane [Electronic resourse] / K. Birk // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2001]. ‒ 11.04.2001. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/politik/handelsstreit-alles-banane/218926.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      15. Blüm N. Freiheit [Electronic resourse] / N. Blüm // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2012]. ‒ № 12. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/2012/12/C-Bluem> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      16. Blume G. Aufstand der Weber [Electronic resourse] / G. Blume // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2004]. ‒ № 45. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/2004/45/China> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

# **Bracht D. Die Berliner SPD auf der Suche nach sich selbst** [Electronic resourse] / D. Bracht // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2000]. ‒ 08.11.1995. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/die-berliner-spd-auf-der-suche-nach-sich-selbst---parteitag-bis-tief-in-die-nacht--so-wie-bisher-kann-es-nicht-weitergehen--16971528> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

* + - 1. Buchsteiner J. Kein Bier mit dem Gegner [Electronic resourse] / J. Buchsteiner // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1978]. ‒ № 09. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1997/09/Kein_Bier_mit_dem_Gegner> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      2. CDU wählt Merkel mit bestem Ergebnis zur Vorsitzenden [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2014]. ‒ 14.12.2012. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2012-12/merkel-cdu-neuwahl-vorsitz> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      3. Ceballos K. Schokolade über alles [Electronic resourse] / K. Ceballos // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2013]. ‒ № 11. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/2013/11/Panama-Schokolade> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

# Das ist nicht unser Bier [Electronic resourse] // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2000]. ‒ 15.12.1999. ‒ Mode of access : <http://www.dwds.de/?view=3&qu=Das+ist+nicht+unser+Bier> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

* + - 1. Den Großteil des Kuchens teilen sich noch immer Japan und die USA [Electronic resourse] // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 1996]. ‒ 04.03.1996. ‒ Mode of access : <http://www.dwds.de/?view=3&qu=Großteil+des+Kuchens+teilen> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      2. Die Leute wollen Frieden [Electronic resourse] // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2001]. ‒ 18.06.1999. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/die-leute-wollen-frieden-16248310> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      3. Er lässt die Kulturpolitik fallen wie eine heiße Kartoffel [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 1999]. ‒ 11.10.1999. ‒ Mode of access : <http://www.dwds.de/?view=3&qu=fallen+wie+eine+heiße+Kartoffel> viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      4. Erst beim Staatsbürgerschaftsrecht, dann im Streit um die Steuerreform [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. ‒ 06.09.2000. ‒ Mode of access : <http://www.dwds.de/?view=3&qu=die+Butter+vom+Brot+nehmen+lassen> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      5. Eubel G. Kein Paradies für Sünder [Electronic resourse] / G. Eubel // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. ‒ 17.12.2002. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/meinung/kommentare/kein-paradies-fuer-suender/373636.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      6. Fokken U. Alten Parolen im neuen Jahrhundert (Kommentar) [Electronic resourse] / U. Fokken // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2000]. ‒ 01.05.2000. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/politik/alten-parolen-im-neuen-jahrhundert-kommentar/138632.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      7. Fries M. Keine Kontroverse und ein bisschen Schulterklopfen [Electronic resourse] / M. Fries // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1978]. ‒ № 11. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2014-11/hamburg-buendnis90-gruene-paedophilie> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      8. Henneke M. Eiskalt durchgezogen [Electronic resourse] / M. Henneke // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2000]. ‒ 26.01.2000. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/eiskalt-durchgezogen,10810590,9762068.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      9. Heym S. Der Roman des 17.Juni [Electronic resourse] / S. Heym // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1978]. ‒ № 45. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1965/45/der-roman-des-17-juni> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      10. Hintergrund : Goldene Regeln im Umgang mit Affären [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2012]. ‒ 04.01.2012. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/news/2012-01/04/bundespraesident-hintergrund-goldene-regeln-im-umgang-mit-affaeren-04220846> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      11. Hofmann G. Kanzlerstark, aber kopflos [Electronic resourse] / G. Hofmann // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1978]. ‒ № 38. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1989/38/kanzlerstark-aber-kopflos> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      12. Hoffmann W. Es geht um die Wurst [Electronic resourse] / W. Hoffmann // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1978]. ‒ № 43. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1985/43/es-geht-um-die-wurst> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      13. Janßen F. Glücklicher Arbeiten [Electronic resourse] / F. Janßen // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2005]. ‒ 28.09.2005. – Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/gluecklicher-arbeiten,10810590,10323266.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      14. Keine Extrawurst für Fischer [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2005]. ‒ 20.01.2005. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/politik/keine-extrawurst-fuer-fischer/578680.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      15. Keiner klagt [Electronic resourse] // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2001]. ‒ 29.11.1997. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/keiner-klagt--15978576> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      16. Klingst M. Müde Wähler lassen Obama zittern [Electronic resourse] / M. Klingst // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1978]. ‒ 19.05.2010. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/politik/ausland/2010-05/usa-nachwahlen-primaries> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      17. Koalitionsgespräche auf der Zielgeraden [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2013]. ‒ 17.11.2013. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/news/2013-11/17/parteien-koalitionsgespraeche-auf-der-zielgeraden-17145803> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

# Kolhoff W. **Helmut Kohl erhält von Bundespräsident Roman Herzog am Morgen die höchste deutsche Auszeichnung und am Abend die Entlassungsurkunde** [Electronic resourse] / W. Kolhoff // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2000]. ‒ 27.10.1998. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/helmut-kohl-erhaelt-von-bundespraesident-roman-herzog-am-morgen-die-hoechste-deutsche-auszeichnung-und-am-abend-die-entlassungsurkunde-die-wehmut--von-der-er-nicht-spricht-16340916> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

* + - 1. Krummes Ding [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2014]. ‒ № 53. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1992/53/krummes-ding> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

# Krupa M. Regierung ist bereit zum Alleingang [Electronic resourse] / M. Krupa, R.  Zylka // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2000]. ‒ 08.07.2000. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/union-will-nicht-an-neuem-konsensgespraech-teilnehmen-regierung-ist-bereit-zum-alleingang,10810590,9814960.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

* + - 1. Leicht R. Wenn deutsche Schleusen brechen [Electronic resourse] / R. Leicht // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1990]. ‒ № 6. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1990/06/wenn-deutsche-schleusen-brechen> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      2. Levine T. Nur die Union unterstützt Ultimatum und Folgen [Electronic resourse] / T. Levine // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2001]. ‒ 19.03.2003. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/nur-die-union-unterstuetzt-ultimatum-und-folgen-16016858> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      3. Loppow B. Wanderung auf schmalem Grat [Electronic resourse] / B. Loppow // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2014]. ‒ № 16. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1994/16/wanderung-auf-schmalem-grat> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      4. Märkte haben wieder «volles Vertrauen» in den Euro [Electronic resourse] // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2013]. ‒ 24.05.2013. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/wirtschaft/draghi--maerkte-haben-wieder--volles-vertrauen--in-den-euro,10808230,22849804.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

# Munsberg H. Die Chefin der "Umwelt-Weisen", Getrude Lübbe-Wolff, zu Ökosteuer und Klimaschutz [Electronic resourse] / H. Munsberg // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2000]. ‒ 17.04.2001. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/die-chefin-der--umwelt-weisen---getrude-luebbe-wolff--zu-oekosteuer-und-klimaschutz--die-oekosteuer-ist-nicht-zum-quaelen-da--16707786> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

* + - 1. Munsberg H. Lauter Katastrophen [Electronic resourse] / H. Munsberg // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2001]. ‒ 13.05.2005. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/lauter-katastrophen-15905428> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      2. Nicht weit her mit der Stabilität [Electronic resourse] // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 1996]. ‒ 28.12.1996. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/nicht-weit-her-mit-der-stabilitaet,10810590,9220572.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      3. Opposition : Mietpreisbremse wird kaum Wirkung haben [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1989]. ‒ 05.03.2015. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/news/2015-03/05/wohnen-opposition-mietpreisbremse-wird-kaum-wirkung-haben-05110407> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      4. **Präsidentin warnt vor Gefahren des Sparkurses** [Electronic resourse] // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2001]. ‒ 11.11.1996. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/praesidentin-warnt-vor-gefahren-des-sparkurses-rita-suessmuth-verteidigt-den-sozialstaat-16301506> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      5. Ran an die Buletten [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. ‒ 15.09.2000. ‒ Mode of access : <http://www.dwds.de/?view=3&qu=Ran+an+die+Buletten> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      6. Reformen im Gesundheitswesen [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. ‒ 13.01.2003. ‒ Mode of access : <http://www.dwds.de/?view=3&qu=ein+hartes+Brot+Reformen>+  (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

# Rürup : Regierung informiert schlecht Experte kritisiert Rentenauskunft [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2003]. ‒ 10.08.2003. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/ruerup-regierung-informiert-schlecht-experte-kritisiert-rentenauskunft/438032.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

* + - 1. Schilda kennt keine Grenzen [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1989]. ‒ № 19. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1989/19/schilda-kennt-keine-grenzen/seite-4> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      2. Schlieben M. Grün kann notfalls auch mit Rüttgers [Electronic resourse] / M. Schlieben // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1978]. ‒ 06/05/2010. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2010-05/gruene-cdu-ruettgers-loehrmann> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      3. Schlieben M. Röslers Personalsorgen [Electronic resourse] / M. Schlieben // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2014]. ‒ 02.05.2011. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2011-05/fdp-roesler-personalpaket> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      4. Schmidt-Häuer C. Auf dem Rückflug düstere Visionen [Electronic resourse] / C. Schmidt-Häuer // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1978]. ‒ № 25. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1979/25/auf-dem-rueckflug-duestere-visionen> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      5. Schubert D. Wen die Lehrerausbilder bilden [Electronic resourse] / D. Schubert // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 1986]. ‒ № 14. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1986/14/wen-die-lehrerausbilder-bilden> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      6. **Seim T. Spitzenkandidaten von SPD und CDU geben sich siegessicher** [Electronic resourse] / T. Seim // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 2001]. ‒ 02.05.2000. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/spitzenkandidaten-von-spd-und-cdu-geben-sich-siegessicher---umfrage-sieht-sozialdemokraten-weiter-vorn-endspurt-im-nrw-wahlkampf-16113354> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      7. Sewergin O. Die politische Küche Europas: Streit um besseren “Platz am Herd” / O. Sewergin. – Electronic data. – Mode of access : <http://de.sputniknews.com/german.ruvr.ru/2014_12_09/Die-politische-Kuche-Europas-Streit-um-den-Platz-am-Herd-8260/> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      8. Sommer T. Ausgerechnet Bananen [Electronic resourse] / T. Sommer // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2013]. ‒ № 10. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/1999/10/Ausgerechnet_Bananen> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      9. Sozialkrümmel fürs Volk [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2003]. ‒ 12.06.2003. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/meinung/kommentare/sozialkruemel-fuers-volk/422120.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

# SPD und PDS : Alltag, aber noch längst nicht normal [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2003]. ‒ 08.06.2001. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/berlin/spd-und-pds-alltag-aber-noch-laengst-nicht-normal/233022.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

* + - 1. Türkischer Vize-Premier kritisiert Rechtssystem seines Landes [Electronic resourse] // ZEIT ONLINE. ‒ Electronic data. – [Hamburg : Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co, 2015]. ‒ 14.05.2015. ‒ Mode of access : <http://www.zeit.de/politik/ausland/2015-05/tuerkei-rechtsstaat-maengel-vize-regierungschef> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      2. Wieselmann B. Die FDP vor den Landtagswahlen : Frisch gewagt [Electronic resourse] / B. Wieselmann // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. ‒ 19.03.2001. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/kultur/die-fdp-vor-den-landtagswahlen-frisch-gewagt/212362.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      3. Windisch E. Lizenz zur Willkür [Electronic resourse] / E. Windisch // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2005]. ‒ 05.06.2005. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/politik/lizenz-zur-willkuer/613840.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      4. Wolk C. Wir fühlen uns in den Abgrund getrieben [Electronic resourse] / C. Wolk // Berliner Zeitung. ‒ Electronic data. – [Berlin : Berliner Verlag GmbH, 1999]. ‒ 14.05.1999. ‒ Mode of access : <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/der-baecker-die-verkaeuferin-feuerwehrmann-der-sportverein-die-putzfirma-der-gastronom--wir-fuehlen-uns-in-den-abgrund-getrieben-,10810590,9638760.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.
      5. Zittern bis zum Schluss [Electronic resourse] // Der Tagesspiegel. ‒ Electronic data. – [Berlin : Verlag Der Tagesspiegel GmbH, 2004]. ‒ 23.09.2002. ‒ Mode of access : <http://www.tagesspiegel.de/politik/zittern-bis-zumschluss/348410.html> (viewed on November 21, 2015). – Title from the screen.

**ДОДАТКИ**

Додаток 1

***Тематична приналежність КГ у ФОГК у %***

Додаток 2

***Співвідношення КГ тематичних груп у ФОГК у %***

Додаток 3

***Зведена таблиця фразотворчої активності компонентів-гастронімів ФОГК у %****.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Компонент-гастронім** | **Кількісне відношення у ФОГК** | **Питома вага**  **у ФОГК** |
| 1. | Brot | 103 | 7,74% |
| 2. | Suppe | 75 | 5,63% |
| 3. | Butter | 44 | 3,31% |
| 4 | Wurst | 44 | 3,31% |
| 5. | Bier | 42 | 3,16% |
| 6. | Ei | 41 | 3,08% |
| 7. | Speck | 41 | 3,08% |
| 8 | Wasser | 36 | 2,70% |
| 9. | Käse | 35 | 2,63% |
| 10. | Salz | 31 | 2,33% |
| 11. | Brei | 29 | 2,18% |
| 12. | Brühe | 28 | 2,10% |
| 13. | Nuss | 28 | 2,10% |
| 14. | Pfeffer | 27 | 2,03% |
| 15. | Birne | 24 | 1,80% |
| 16. | Kuchen | 24 | 1,80% |
| 17. | Apfel | 23 | 1,73% |
| 18. | Bohne | 23 | 1,73% |
| 19. | Zucker | 22 | 1,6% |
| 20. | Honig | 21 | 1,58% |
| 21. | Braten | 19 | 1,43% |
| 22. | Kartoffel | 19 | 1,43% |
| 23. | Wein | 19 | 1,43% |
| 24. | Milch | 18 | 1,35% |
| 25. | Fisch | 17 | 1,28% |
| 26. | Kaffee | 17 | 1,28% |
| 27. | Quark | 17 | 1,28% |
| 28. | Hering | 15 | 1,13% |
| 29. | Rübe | 15 | 1,13% |
| 30. | Senf | 14 | 1,05% |
| 31. | Gurke | 13 | 0,98% |
| 32. | Pudding | 13 | 0,98% |
| 33. | Erbsen | 12 | 0,9% |
| 34. | Hefe | 12 | 0,9% |
| 35. | Kohl | 12 | 0,9% |
| 36. | Nudel | 11 | 0,83% |
| 37. | Schinken | 11 | 0,83% |
| 38. | Butterbrot | 10 | 0,75% |
| 39. | Kraut | 10 | 0,75% |
| 40. | Pfannkuchen | 10 | 0,75% |
| 41. | Tee | 10 | 0,75% |
| 42. | Zitrone | 10 | 0,75% |
| 43. | Mehl | 9 | 0,68% |
| 44. | Rosinen | 9 | 0,68% |
| 45. | Zimt | 9 | 0,68% |
| 46. | Brezel | 8 | 0,60% |
| 47. | Fett | 8 | 0,60% |
| 48. | Fleisch | 8 | 0,60% |
| 49. | Früchte | 8 | 0,60% |
| 50. | Saft | 8 | 0,60% |
| 51. | Banane | 7 | 0,53% |
| 52. | Essig | 7 | 0,53% |
| 53. | Korn | 7 | 0,53% |
| 54. | Kümmel | 7 | 0,53% |
| 55. | Mus | 7 | 0,53% |
| 56. | Obst | 7 | 0,53% |
| 57. | Öl | 7 | 0,53% |
| 58. | Pastete | 7 | 0,53% |
| 59. | Semmel | 7 | 0,53% |
| 60. | Soße | 7 | 0,53% |
| 61. | Bonbon | 6 | 0,45% |
| 62. | Gemüse | 6 | 0,45% |
| 63. | Kakao | 6 | 0,45% |
| 64. | Lachs | 6 | 0,45% |
| 65. | Pflaume | 6 | 0,45% |
| 66. | Salat | 6 | 0,45% |
| 67. | Tomate | 6 | 0,45% |
| 68. | Zwiebel | 6 | 0,45% |
| 69. | Beeren | 5 | 0,38% |
| 70. | Brötchen | 5 | 0,38% |
| 71. | Keks | 5 | 0,38% |
| 72. | Schmalz | 5 | 0,38% |
| 73. | Trauben | 5 | 0,38% |
| 74. | Hühnchen | 4 | 0,3% |
| 75. | Kirsche | 4 | 0,3% |
| 76. | Petersilie | 4 | 0,3% |
| 77. | Spargel | 4 | 0,3% |
| 78. | Sülze | 4 | 0,3% |
| 79. | Radieschen | 3 | 0,23% |
| 80. | Sahne | 3 | 0,23% |
| 81. | Sardinen | 3 | 0,23% |
| 82. | Sauerkraut | 3 | 0,23% |
| 83. | Sauerteig | 3 | 0,23% |
| 84. | Bouillon | 2 | 0,15% |
| 85. | Bullette | 2 | 0,15% |
| 86. | Gans | 2 | 0,15% |
| 87. | Kaviar | 2 | 0,15% |
| 88. | Kren | 2 | 0,15% |
| 89. | Laib | 2 | 0,15% |
| 90. | Linsen | 2 | 0,15% |
| 91. | Paprika | 2 | 0,15% |
| 92. | Powidl | 2 | 0,15% |
| 93. | Reis | 2 | 0,15% |
| 94. | Schnaps | 2 | 0,15% |
| 95. | Frikadelle | 1 | 0,075% |
| 96. | Frikassee | 1 | 0,075% |
| 97. | Gewürze | 1 | 0,075% |
| 98. | Grütze | 1 | 0,075% |
| 99. | Gulasch | 1 | 0,075% |
| 100. | Kloß | 1 | 0,075% |
| 101. | Kompott | 1 | 0,075% |
| 102. | Kraüter | 1 | 0,075% |
| 103. | Lauch | 1 | 0,075% |
| 104. | Limonade | 1 | 0,075% |
| 105. | Meerrettich | 1 | 0,075% |
| 106. | Mostrich | 1 | 0,075% |
| 107. | Rettich | 1 | 0,075% |
| 108. | Salami | 1 | 0,075% |
| 109. | Schnittlauch | 1 | 0,075% |
| 110. | Sirup | 1 | 0,075% |
| 111. | Spinat | 1 | 0,075% |
| 112. | Waffel | 1 | 0,075% |
| 113. | Zwetschge | 1 | 0,075% |
|  | **Всього:** | **1331** | **100%** |

Додаток 4

***Рис. 4.1 Зведена діаграма продуктивності тематичних груп ФОГК у лексикографічних джерелах***

***Рис. 4.2 Зведена діаграма продуктивності тематичних груп ФОГК у політичних газетних текстах***