

**Орел І. І.,**

*Рівненський державний гуманітарний університет*

## РАЦІОНАЛЬНА МОТИВАЦІЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ (лінгвокогнітивний аспект)

*У статті описуються типи раціональної мотивації семіозису фразеологічних одиниць сучасної німецької мови.*

**Ключові слова:** фразеологічна одиниця, фразеологічний семіозис, національно-культурна інформація, ономасіологічний підхід.

*В статье рассматриваются типы рациональной мотивации семіозиса фразеологических единиц современного немецкого языка.*

**Ключевые слова:** фразеологическая единица, фразеологический семіозис, национально-культурная информация, ономасіологический подход.

*The types of rational motivation of the semіosis of phraseological units in modern German are described in the article.*

**Key words:** phraseological unit, semіosis of phraseological units, ethno-cultural information, the method of onomasiological analysis.

Метою нашої розвідки є дослідження мотивації фразеологічного семіозису, який ми проводимо, застосовуючи ономасіологічний і семасіологічний підходи до вивчення процесів вторинної номінації – до утворення фразеологічних одиниць (далі – ФО). Основою фразеологічного семіозису слугує метонімічне, метафоричне переосмислення компоненту / компонентів чи пресупозиції ФО. Процес переосмислення пов'язаний з образами, покладеними у внутрішню форму, на основі якої відбувається мисленнєвий процес [1, с. 219], яка пояснює, чому саме ця, а не інша зовнішня форма втілює певне значення [8, с. 15]. Виокремлення двох указаних напрямів дослідження семантики визначають різні аспекти аналізу мовних знаків. Ономасіологічний підхід зумовлений вивченням психологічної, етнокультурної природи семантики одиниць мови [5, с. 13]; поясненням процесів переосмислення і типів мовного позначення елементів дійсності [9, с. 71]. Ономасіологія у контексті нашої розвідки вивчає способи номінації засобами ФО і досліджує процес творення нових назв.

Номінативна структура мовного знаку “існує як форма думки і тому нерозривно поєднана з нею” [6, с. 218]. Утворення ФО пов'язано із фрагментами національної картини світу (далі – НКС), які впливають на колективну свідомість етносу, об'єднану з логічними операціями, що проводяться на основі одних і тих самих реалій зовнішнього світу [3, с. 42-43]. У результаті дії механізмів переосмислення виникають нові значення (семасіологія), але відбуваються ці процеси на тлі НКС, що й зумовлює доцільність ономасіологічного аналізу значення ФО, тому що НКС відображається в номінативних структурах мовних знаків. Досліджуючи семантику одиниць мови з позиції ономасіології, виявляємо вплив людських чинників на процес найменування і спосіб описання фрагментів НКС, які вербалізовані мовними знаками й формують мовну картину світу [4, с. 32; 9, с. 139]. Саме такий аналіз семантики ФО становить актуальність розвідки, тому що запропоноване нами вивчення продуктів вторинної номінації дозволяє ознайомитися з менталітетом мовців, з НКС етносу, відображеного у мові. Вивчаючи лише значення мовних знаків, “не можна виявити способи передачі думки” [6, с. 202], що заважає адекватному сприйняттю смислу ФО.

Вивчення мотиваційних процесів семіозису ФО, які ґрунтуються на раціональному пізнанні світу, проводяться нами у лінгвокогнітивному аспекті, що студіює взаємодію мови і культури. Лінгвокультурологічні дослідження відповідають загальній тенденції сучасної лінгвістики – переходу від “внутрішньої” (структурної) лінгвістики до “зовнішньої”, яка розглядає явища мови у взаємозв'язку з людиною (способом її мислення, практичною діяльністю). Національна мова відображає картину світу кожного етносу, визначає різну духовну й культурну своєрідність колективу мовців [10, с. 229]. Тому ми вважаємо, що саме ФО, які несуть національно-культурну інформацію (далі – НКІ), забезпечують цей процес найкраще.

Як відомо [1; 3; 10], наявність НКІ в семантиці фразем забезпечують національний і культурний компоненти [див. 1]. Проблеми передачі НКІ засобами ФО присвятили свої праці М. Ф. Алефіренко, В. Г. Гак, О. О. Селіванова, В. М. Телія та інші дослідники. Виявлення національно-культурної своєрідності семантики ФО пов'язано з вивченням процесів номінації, з мотиваційними операціями найменування фрагментів НКС.

Питанням сучасної лінгвістики є проблеми моделювання процесів породження номінативних одиниць. Модель породження номінативних одиниць розглядають як абстрактну схему надання певному поняттю відповідного позначення, що стає надбанням колективної мовної свідомості [8, с. 145]. За допомогою моделей породження мовлення можна пояснити ономасіологічний механізм – вивчення номінативної структури мовних знаків у зв'язку зі значенням та структурою знань про позначене [7, с. 23]. Тому однією з проблем теорії номінації є проблема мотивації.

О. О. Селіванова [8, с. 160] пропонує диференціювати мотивацію залежно від фрагменту структури знань про позначуване на такі типи: пропозиційну, асоціативну, модусну, змішану.

Пропозиція має відносно об'єктивний характер, оскільки виникає внаслідок сприйняття фрагменту світу мовців, які оцінюють його. Вказаний тип мотивації переважно метонімічний. Крім метонімії, пропозиційний тип мотивації рідше може мати також метафоричний характер, тобто метонімія і метафора суміщаються у процесі номінації [8, с. 32]. Пропозиційна мотивація присутня у пареміях і прикметах, пов'язаних із спостереженнями за природою та веденням господарства: *schlafen wie ein Dachs* – (розм.) *спати як бабак*; *viel Hopfen, viel Roggen* – (прикмета) *багато хмелю, багато жита*.

Асоціативно-термінальний тип раціональної мотивації володіє метафоричним характером (оперує не образно-асоціативною подібністю, а реальною суміжністю, зіставленням позначень чи їхньою парціальністю (частина ч.-н.) і тому поширений у фразеосистемі. Зазначений тип раціональної мотивації має кілька різновидів залежно від способу взаємодії “донорської та реципієнтної концептосфер у процесі позначення: структурно-метафоричний, дифузно-метафоричний, гештальтний, архетипний” [див. 8].

У процесі структурно-метафоричної мотивації позначуване отримує ім'я, яке має в структурі свого значення компонент значення пропозиції, на основі якої відбувається номінація. Тобто, використовуються “донорські домени” [8, с. 41]. Наприклад: історія (компоненти ФО – антропонім, топонім): *Rangehen wie Blücher – діяти пишуче* (фельдмаршал Блюхер у битві з армією Наполеона під Ватерлоо відзначився мужністю); *ab nach Kassel!* – (розм.) *Зникни!* (У м. Касель розташовувався табір рекрутів у XVIII ст.).

Дифузно-метафорична мотивація номінації позначуваного виникає внаслідок поєднання асоціацій, викликаних джерелами номінації на основі аналогії. Переінтерпретація предметів щоденного вжитку має дифузний характер, тому що предмети побуту всебічно дослідженні народом і обов'язково присутні в різних народних виразах [8, с. 44]. Наприклад: *den Brotkorb höher hängen* – (розм.) *економити* (кошки високо підвішували, оберегаючи харчі від мишей, злодіїв). Часто дифузно-метафоричний процес переінтерпретації відбувається шляхом використання знань про національну кухню: *erste Sahne sein* – *бути найвищої якості* (якщо в страву додавали сметану, то це означало, що готується щось особливе); *einen Schmarren sein* – (розм., пд.-нім., австр.) *зовсім нічого/ніщо*. Мучна страва *Schmarren* була їжею простих людей. Результатом мисленнєвого уподібнення національної кухні з образом людини є ФО *aus jdm. Hackfleisch machen* – *зробити з к.-н. котлету*; *nicht alle Tassen im Schrank haben* – *бути не сповна розуму*.

Мисленнєва симіляція задіяна при створенні ФО на основі ритуалів, обрядів, звичаїв, традицій, забобонів, казок, шванків, які мають народний характер, наприклад: *am Hungertuch / Palmtuch nagen* – (розм.) *затягнути пасок, бути бідним / голодним* (ФО виникла ≈ 1000 року н.е., коли в країнах Європи під час посту на вівтар у церкві вшали хустки.); *das Abendmahl auf etw. nehmen* – *побожитися в ч.-н.* (ФО походить від традиції проводити суд божий); *der Sandmann kommt* – *спати хочеться* (*Sandmann* – продавець піску – казкова істота, яка, насипаючи в очі пісок, занурює в сон). Відображенням народного світогляду є народна культура, наприклад: *wie Matz von Dresden* – (розм.) *як дрезденський телячень* (кажуть про людину, яка сидить навпочіпки – в положенні, що нагадує кам'яну скульптуру біля старого мосту через р. Ельба в Дрездені), іграшки, ігри, розваги, наприклад: *der Hampelmann sein* – (розм.) *бути безхарактерним* (ФО виникла на основі образу національної іграшки *Hampelmann*, яка рухалась, коли її смикали за мотузки); *bei jemandem einen Stein im Brett haben* – (розм.) *симпатизувати к.-н.* (ФО виникла на основі гри *Puffspiel/ Tricktrack*).

Важливим аспектом народного життя були торгівельні традиції, грошові одиниці, наприклад: *er hängt den Pferdekopf heraus* – (розм.) *він все продає*; *Keinen Deut wert sein* – (розм.) *не коштувати а ні гроша* (*ein Deut* – срібна монета, яку чеканили у XIV-XVIII ст. Масова частка срібла в монеті поступово зменшувалась і з 1573 року монета була вже мідною).

Гештальтна мотивація існує на основі подібності зорових, слухових, одоративних (запах), тактильних, смакових ознак, образно відображаючи реальні фрагменти НКС – життя народу. Наприклад: зорові ознаки подібності (колір) – *vor Ärger schwarz werden* – *позеленіти від злості*; слухові – *Brimborium machen* – (розм.) *порожня балаканина* (*Brimborium* – молитва, яку промовляли швидко і часто незрозумілою латиною.); смакові – *Blümchenkaffee trinken* – (розм.) *пити ріденьку каву*. В німецькій культурі так називали низькосортну каву, тому що на дні чашки із мейсенської порцеляни було видно традиційний малюнок квітки.; одоративні – *stinken wie ein nasser Fuchs* – (розм., фам.) *мати неприємний запах*; тактильні – *Seine Hand für jnd./ etw. ins Feuer legen* – *поручитися за к.-н.* Компонентами ФО гештальтної мотивації на основі тактильних ознак, які відображають фізичний, моральний стан людини, безпеку / небезпеку, є соматизми: *mit der eigenen Haut bezahlen müssen* – *заплатити життям за щ.-н.* ФО з компонентами-соматизмами виконують символічну функцію: серце – почуття, нирки – емоції чи бажання, голова / шкіра / шия – символи життя. *Fast einen Herzkasper kriegen* – (розм., фам.) *дуже злякатися*; *jdm. an die Nieren gehen* – *діяти к.-н. на нерви*; *es geht um den Hals / den Kopf* – *це питання життя*.

Архетипна мотивація проявляється на основі успадкованих психічних елементів (ірраціональне мислення, вірування), які асоціативно поєднуються із структурою знань про інші концепти. Архетипна метафоризація вербалізується засобами ФО, які представляють міфологічне світосприйняття (віра в нечисту силу, прикмети, повір'я тощо). Наприклад: *Freund Hein hat jdn. geholt* – (розм.) *хтось помер*; *der Klapperstroch hat sie ins Bein gebissen* – (жарт.) *Лелека вкусила її за ногу* (вона завагітніла).

Модусний тип раціональної мотивації базується на функціях пізнання, трактує особливості оцінного світосприйняття народом, пріоритети оцінки, що виражається в етнічних стереотипах лексичними засобами (*gut, schlecht, fett, bitter, süß; schwarz, gelb, rot*). Оцінне значення мають також власні імена, поширені в народному середовищі: *Hans, Peter, Heini, Mina, Lischen*. Модус корелює із психічними функціями почуттів, відчуттів і є оцінно-емоційним показником [8, с. 37-39]. Оскільки оцінка і емоційний характер властивий ФО, то можна вважати, що модус присутній у всіх типах мотивації. Сенсорна оцінка може виражатись через смакові відчуття, наприклад: *kalte Bohnen* – символ бідної їжі; *Das ist ein magerer Braten* – (розм.) *тут не поживишся*; *das ist bitter* – *це образливо*. Психологічна оцінка висловлюється за допомогою компонентів, які відображають психологічний стан душі (комфортний – некомфортний): *Dumm wie Bohnestroh*. – *дурний як пробка/ як пеньок*; *Glückspilz sein* – (розм.) *бути щасливчиком*; *Hans Ohnesorge* – (розм.) *безтурботна людина*. Сублімовані оцінки пов'язані з виявленням морального й аморального, красивого й потворного, корисного/ некорисного, небезпечного (утилітарні оцінки). Через цю їхню властивість сублімовані оцінки вважають стереотипними для етноса. Вони виражаються у ФО,

компонентом яких є зооніми, фітоніми, антропоніми. Наприклад: *ein fleißiges Lieschen* – старанна дівчина; *den Bock zum Gärtner machen* – зробити шкоду; *ein fauler Heinz* – (розм.) ледар; *ein dummer Peter* – дурень.

Ми вважаємо, що ФО, які мають у своєму складі назву продуктів, теж володіють стереотипною утилітарною оцінкою, тому що їхньою пропозицією є народні традиції. Наприклад: *jetzt mal Butter bei de Fische* – (розм., пн.-нім.) *Tener do spravi!* (ФО виникла на основі звичаю подавати як закуску смажену рибу зі шматочком масла. Лише потім подавався обід.); *Bier nach München tragen* – (досл.) *везти пиво в Мюнхен*, (розм.) *займатися марною справою* (Мюнхен вважається центром броварництва). Соматична оцінка (холод, жар, біль) репрезентується ФО з компонентом зоонімом, наприклад: *eine Bullenhitze/ Affenhitze* – (розм., фам.) *некло* (про високу температуру).

Змішаний тип мотивації виникає внаслідок метафоричної асоціації на основі пропозиції (репрезентації різних фрагментів НКС) [8, с. 62]. ФО такого типу В. М. Телія назвала ідіомами-кентаврами [10, с. 61-62], в яких один компонент переосмислений, а інший виступає в прямому значенні. Наприклад: *den Hasen laufen lassen* – *пустити справу напризволяще*.

Таким чином, раціонально мотивовані ФО утворились на основі фрагментів НКС. ФО, що виникли на їх основі передають у фразеологічному значенні знання про об’єктивну реальність. До раціонально мотивованих ФО відносимо фрази, компонентами яких виступають: соматизми, лексеми на позначення предметів побуту, національної кухні, артефактів народної культури, ігор, розваг, іграшок, торгівельних традицій, грошових одиниць. ФО – код національної культури, що відображає систему ціннісних норм етноса і передає з покоління в покоління етнокультурну інформацію.

Подальшими перспективами дослідження вважаємо вивчення функціонування та способів реалізації семантики раціонально мотивованих ФО у текстах різних стилів.

### Література:

1. Бибихин В. В поисках сути слова. Внутренняя форма у А. А. Потебни / В. Бибихин // Новое литературное обозрение. – М., 1995. – № 14. – С. 23-34.
2. Гак В. Г. Национально-культурная специфика меронимических фразеологизмов / В. Г. Гак // Фразеология в контексте культур; [отв. ред. Телія В.Н.]. – М. : Языки русской культуры, 1999. – С. 260-265.
3. Каракевич Р. О. Національно-культурна маркованість фразеологічних одиниць на позначення виміру та ваги в німецькій та українській мовних картинах світу / Р. О. Каракевич // Вісник Донецького національного університету. – Серія Б, Гуманітарні науки. – Донецьк, 2008. – № 1. – С. 42-47.
4. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке / Геннадий Владимирович Колшанский [отв. ред. А. М. Шахнарович. Предисл. С. И. Мельник и др.]. Изд. 3-е стереотип. – М. : КомКнига, 2006. – 128 с.
5. Мелерович А. М. Проблема семантического анализа фразеологических единиц современного русского языка / Анна Михайловна Мелерович. – Ярославль, 1979. – 80 с.
6. Потебня А. А. Слово и миф. [Электронный ресурс] / Александр Афанасиевич Потебня. – М., 1989. – 230 с.
7. Роль человеческого фактора в языке : Язык и картина мира / Отв. ред. Б. А. Серебренников. – М. : Наука, 1988. – 216 с.
8. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти) / Олена Олександрівна Селіванова. – Київ-Черкаси, 2004. – 254 с.
9. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / Олена Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
10. Телія В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / Вероника Николаевна Телія. – М. : Школа “Языки русской культуры”, 1996. – 286 с.