

І. І. Орел

Рівненський державний гуманітарний університет, Україна

e-mail: Orel_i72@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7258-1444>

ВИБІР ОЗНАК ОБРАЗУ ВНУТРІШНЬОЇ ФОРМИ В ПРОЦЕСІ ФРАЗЕОЛОГІЧНОГО СЕМІОЗИСУ

Abstract

This study examines the principles underlying the selection of image features in the internal form, which serve as the foundation for the process of phraseological semiosis. The research focuses on German phraseological units used to denote stereotypes. The article describes the principles guiding the selection of features that form the basis of semiosis, whether as an image or a presupposition, both of which function in a visual-sensory form. The image is formed in the minds of speakers as an idea about a subject, possessing specific characteristic/characteristics or property/properties of the subject, that distinguish it from similar entities. The presupposition is formed in a visual-sensual form as an element of the situation. Presuppositions, in turn, possess a sign/signs, a characteristic/characteristics that serve as the basis for categorization. Isolated sign, on the basis of which presupposition is assigned to a certain category, is used as the basis of semiosis – verbalization of a non-verbal sign by means of phraseological units. The selection of a sign of an image/presupposition is based on its visual expressiveness for speakers. The expressiveness of a feature is determined by its value within conceptual worldview of a certain historical period and its relevance to the ethnic group's life. The selection of a language sign used for verbalization of the selected feature is activated within the corresponding seme, forming part of the content structure of the selected language unit.

In the process of phraseological semiosis, images and presuppositions originate from different genetic groups, including transcultural, national, cultural, and borrowed elements. Among the national and cultural components, we single out ethnographic lacunar images and presuppositions, the signs of which are revealed through ethnopsycholinguistic and onomasiological analyses. Stereotypes represented by phraseological means verbalize appearance, physical condition of a person, intellectual qualities, moral, volitional characteristics, behavioral patterns.

Keywords: phraseological semiosis, internal form, image, presupposition, basis internal form, sign, stereotype.

Анотація

Статтю присвячено вивченню принципів вибору ознак образу внутрішньої форми, на основі якої відбувається процес фразеологічного семіозису. Матеріалом дослідження обрано німецькі фразеологічні одиниці на позначення стереотипів. Описано принципи вибору ознак основи семіозису (образ чи пресупозиція), яка функціонує в наочно-чуттєвій формі. Образ формується у свідомості мовців як уявлення про предмет. Він має ознаку / ознаки, властивість / властивості предмета, на основі яких вирізняється з низки подібних. Пресупозиція утворюється в наочно-чуттєвій формі як елемент ситуації. Пресупозиції містять ознаку / ознаки, характеристику / характеристики, що є основою категоризації. Виокремлена ознака, на основі якої пресупозицію віднесено до певної категорії, використовується як основа семіозису – вербалізації позамовної ознаки засобами фразеологічних одиниць.

Вибір ознаки образу / пресупозиції відбувається на основі її виразності з погляду мовців. Виразність ознаки визначається її цінністю в межах ціннісної картини світу для певного історичного відтинку і для життя етногрупи. Підбір мовного знака для вербалізації виокремленої ознаки проходить у процесі активації відповідної семи, яка входить до плану змісту обраної мовної одиниці. У процесі фразеологічного семіозису задіяно образи й пресупозиції різних генетичних груп: транскультурні, національно-культурні, запозичені. Серед національно-культурних виокремлено етнографічні лакуарні образи й пресупозиції, ознаки яких розкриваються в результаті етнопсихолінгвістичного й онемасіологічного аналізів. Представлені фразеологічними

засобами стереотипи вербалізують зовнішність, фізичний стан людини, інтелектуальні якості, моральні, вольові характеристики, поведінку.

Ключові слова: фразеологічний семіозис, внутрішня форма, образ, пресупозиція, основа внутрішньої форми, ознака, стереотип.

Вступ. Вивчення механізмів процесу семіозису мовних знаків, зокрема фразеологічних одиниць (далі – ФО), привертає увагу сучасних дослідників у галузі когнітології, психолінгвістики, етнолінгвістики, лінгвокультурології та низки інших лінгвістичних напрямів, метою студій яких визначено виявлення впливу і взаємодії мовних і позамовних чинників у ході вербалізації екстралінгвальної дійсності. Результат такої взаємодії відображений у фразеологічній семантиці, аналіз якої розкриває особливості ономазіологічних операцій під час фразеологічного семіозису.

Процес фразеотворення ґрунтується на образі внутрішньої форми (далі – ВФ), яку О. О. Потебня тлумачить як “стихію словесних утворень”, що відображають національно-специфічні уявлення про актуальні в певний період розвитку суспільства, явища, дії, ознаки, характеристики (цит. за: Авксентьев, 1987, с. 44). Важливі для мовців явища, дії, ознаки, характеристики об’єктів номінації уподібнюються іншим на основі асоціацій і стають їх образною основою (Школяренко, 2012, сс. 152–153).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання вибору й використання образної основи, формування ВФ фразеологізмів на основі образу, покладеного в основу ВФ, напрями зміни фразеологічного значення шляхом структурної модифікації ФО та в діахронічному розрізі описували у своїх працях українські та зарубіжні мовознавці. Зокрема, О. Галинська розглядає фразеологічне значення як засіб акумуляції, зберігання і передачі національно-культурної інформації, оскільки процес фразеотворення відбувається в умовах національно-культурного світобачення і світосприйняття (2011, с. 72). Л. Савченко вважає, що семантика фразеологізмів містить закодовані елементи не лише національної (етнографічної), але й духовної культури, історії, сьогодення, національного способу мислення (менталітету) тощо (2013, с. 522). На думку М. Гамзюка, усталені мовні знаки фіксують певні важливі події, явища в суспільному житті, використовуючи власні функціональні й прагматичні потенції, впливають на реципієнта з метою маніпуляцій, формування хибної думки / уявлення, що досягається шляхом активізації смислоутворювальної ознаки образу ВФ (2022, сс. 23–26). М. Шутова, аналізуючи вербалізатори концепту БАТЬКІВЩИНА в англійській та українській мовах, вказує на їхню національну специфічність і відмінності, які відображають ментальні характеристики мовців та їхню ціннісну картину світу (далі – ЦКС), зашифровану в національно-стереотипному світосприйнятті (2023, сс. 136–137). М. Охріменко (2010) простежує ВФ як основу експресивності фразеологічного значення, що є одним із найважливіших елементів цілісної семантики ФО. У ході аналізу ВФ виокремлюється її образний складник, який відображається в плані змісту (Охріменко, 2010). І. Полужин висловлює думку про те, що ВФ є образним відображенням фрагмента національної картини світу, на основі чого виникає переносне значення ускладнених мовних знаків, вмотивоване саме образом, покладеним в основу ВФ (2019, с. 96). О. Матвієнків (2018), досліджуючи мотивацію фразеологічного значення, описує взаємодію образу ВФ і актуального значення фразем, виявляє способи трансформації образу у фразеологічне значення. На думку О. Селіванової, розгляд фразеологічного значення виявляє ціннісні орієнтири мовців, що зафіксовані у ФО та їхній знаковій динаміці (2004, с. 8). М. Жуйкова вказує на те, що фразеологічне значення формується не на основі ВФ, а на образній основі, яка виникає у свідомості мовця як наочно-чуттєвий

образ, що слугує ономасіологічною базою фразеологічного семіозису (2015, с. 158). С. Васько, описуючи модифікації фразеологічного значення, вказує на лексико-граматичні трансформації смислоутворювального компонента ФО, який отримує нове семантичне наповнення, сприяючи вторинній фразеологізації (2022, с. 21).

На думку європейських дослідників, в основі фразеологічного значення є семантико-асоціативна ідея, яка виникає з метафоричного образу (Crudu, 2020, р. 272), що сприяє аналізу поняття мовного образу і визначає “Bildkräftig”. Ідеться про те, що, з погляду німецьких мовознавців, наявне буквальне значення (безпосередньо відображає образ) і проєкція буквального значення на фразеологічне, яке зрозуміле для носіїв мови (Burger, 2003, р. 94). Буквальне значення формується на основі виразної для мовців ознаки образу. У результаті переосмислення виокремленої ознаки утворюється переносне (фразеологічне) значення (на основі буквального). Це один із шляхів фразеологічного семіозису, який відображає взаємодію позамовного (переосмислення ознаки образу) і мовного (зміна значення мовного знака, який вербалізує ознаку образу) явищ. Набір ознак позамовного образу є матеріалом для формування нових семантичних структур (слова, словосполучення) і подальшого потенційного їхнього переосмислення, у результаті чого формуються ФО.

Попри низку досліджень щодо вивчення характеру національно-культурного змісту образів ВФ, способів передачі інформації засобами образу ВФ у структурі цілісного значення, мотивування фразеологічного значення через вербалізований образ, відкритим лишається питання принципу вибору ознаки / ознак образу ВФ, які виступають основою семіозису.

Метою нашої розвідки є встановлення позамовних механізмів вибору ознак образу, покладеного в основу ВФ, на базі яких відбувається фразеотворення. Виявлення принципів вибору екстралінгвальних ознак образу / пресупозиції, що виконують функцію бази семіозису, сприяє прояву особливостей національно-специфічного мислення мовців в умовах певного історичного відтинку, що прояснюватиме ЦКС етносу. Зміна (трансформація), переоцінка, зникнення, поява нових елементів ЦКС, викликана змінами в соціальній, політичній, економічній та інших сферах життя, закладає основу модифікацій значень мовних знаків. Це зумовлює **актуальність** пропонованого дослідження, оскільки уможливить встановлення причин і механізмів семантичних трансформацій ФО. Матеріалом вивчення обрано ФО на позначення стереотипів у сучасній німецькій мові.

Задля досягнення поставленої мети дослідження необхідно виконати низку **завдань**: 1) проаналізувати онтогенетичний розвиток образу / пресупозиції, який слугує формуванню ВФ; 2) простежити принципи виявлення та виокремлення ознак образу / пресупозиції, покладених в основу ВФ; 3) описати взаємозв'язок / взаємодію активованих позамовних ознак ВФ із семантичним наповненням мовного знака; 4) розглянути потенції імпліцитних ознак образу / пресупозиції ВФ; 5) проаналізувати вплив ціннісних орієнтирів мовців у певні періоди розвитку суспільства на фразеологічний семіозис; 6) з'ясувати принципи вибору ознаки / ознак, використаних у процесі фразеотворення.

Методи та методологія проведення дослідження. У роботі використано низку **методів**: етнопсихолінгвістичний (простежити взаємозв'язок мови й психологічних феноменів мислення / відображення в семантиці ФО етноспецифічних елементів мислення / образів); метод компонентного аналізу структури ФО (виявити у структурі ФО лексему, яка репрезентує образ / ознаку образу; виявити лексему / словосполучення, пов'язану з національно-культурною ситуацією / пресупозицією); метод компонентного аналізу семантичної структури цілісного фразеологічного

значення в ономазіологічному аспекті (встановлення взаємозв'язку виокремленої ознаки образу ВФ із компонентом / компонентами фразеологічного значення на рівні денотата й конотата); описовий метод (інвентаризація досліджуваних одиниць, опис лексичного наповнення ФО, виявлення взаємодії виокремлених ознак образу, які послуговували основою семіозису, із семним наповненням смислоутворювального компонента / словосполучення, використаних для вербалізації фразеологічного значення).

На основі попередніх проведених нами досліджень вважаємо, що основою формування ВФ може бути образ або пресупозиція, які закладають ВФ, що є ієрархічною структурою, яка складається з певних ознак, властивостей, характеристик. У процесі семіозису ФО обирається позамовний образ, який асоціативно співвідноситься з номінованим поняттям на базі спільних ознак / властивостей / характеристик. Номіноване поняття наявне у свідомості теж у формі чуттєвого образу, ситуації або схеми із сукупністю ознак.

Виклад та обговорення основного матеріалу дослідження. Образне мислення розглядається як уявлення у свідомості предмета чи ситуації, з яким виконуються певні операції, спрямовані на розв'язання поставленого завдання (Breidbach, 2012, р. 18). Саме такий вид мислення вважається першим етапом онтогенетичного розвитку, на базі якого формується словесно-логічне мислення, і є основою формування основних мисленнєвих операцій. Виконувані операції (мисленнєві, наочно-практичні), пов'язані з предметом (образом) чи ситуацією (пресупозицією), відображають ціннісні орієнтири мовців. Предмет / ситуація пізнається в тому розрізі, який зумовлює потреби етногрупи. Тому вибір ознаки образу ВФ має національно-специфічний характер.

Освоєння образу / ситуації пов'язане з процесом його розпізнавання (Коцовський, 2014) на основі виявлених ознак / властивостей / характеристик і має декілька етапів: 1) сприйняття (ознайомлення, вияв загальних ознак, формування чуттєво-наочного образу); 2) первинна обробка (аналіз ієрархії ознак, ігнорування другорядних / не важливих ознак з погляду мовців); 3) виокремлення виразних / важливих ознак (операція зумовлюється національно-культурними особливостями світобачення і світосприйняття, виокремлені ознаки слугуватимуть базою категоризації); 4) категоризація (ухвалюється рішення про віднесення образу до певної категорії на основі виокремлених ознак).

Виявлення характеристик образу / пресупозиції відбувається в ході його “сканування”, у результаті якого виокремлюються спочатку найбільш виразні ознаки, а потім дрібніші (Breidbach, 2012, р. 19). Це виокремлення найвиразніших ознак із погляду мовців зумовлений позамовними чинниками, які пов'язані з ЦКС, ціннісними орієнтирами, тобто, з актуальними потребами мовців – з необхідністю визначення “добре” – “погано”, “правильно” – “неправильно”, “красиво” – “потворно” тощо. Оскільки матеріалом дослідження обрано стереотипи (мислення, поведінки), то зауважимо, що саме вони сприяють систематизації і спрощенню світу, полегшуючи орієнтування в ньому завдяки стереотипізації об'єктів, спрощеному їхньому сприйнятті на основі категоризованих ознак. Тому вибір ознак зумовлений комунікативними потребами, які орієнтуються на ЦКС певного відтинку існування етногрупи.

У процесі фразеологічного семіозису на позамовному рівні актуалізується ознака образу ВФ, на основі якої відбувається категоризація номінованого поняття. Вибір ознаки зумовлюється номінативними потребами – комунікативним стимулом, який активує ознаку в ході сканування чуттєво-наочного образу. Риси стимулу (що саме необхідно номінувати – запит на номінацію) впливають на вибір ознаки образу,

яка активується. Комунікативний запит запускає перцептрон (нім. *Perzeptron* – нейронна мережа, яка представляє алгоритм класифікації / категоризації, визначаючи належність об'єкта до певного класу (теорія розпізнавання образів). Стимул номінації (обрана для номінації ознака) активує певний набір сенсорних елементів, який відрізняється від інших, оскільки ті представлятимуть іншу ознаку.

На думку О. О. Потебні, у кожному конкретному випадку будь-яка ознака номінації закарбовує актуальні для національної свідомості соціуму ознаки предмета найменування, які були важливими на момент народження назви (1985, сс. 192–201), забезпечуючи комунікативні потреби.

На мовному рівні актуалізована ознака образу знаходить вираження шляхом активації відповідної семи мовного знака, який репрезентує образ ВФ. Процес активації певної семи мовного знака відбувається на основі асоціативного співставлення виокремленої і категоризованої ознаки (позамовний рівень) із можливістю семи відобразити потрібне значення на мовному рівні. Наприклад, *ein kühles Blondes* – (розм.) пиво. Німці вирізняються любов'ю до пива, про що свідчить понад три тисячі сортів алкогольного та безалкогольного напою зазначеної групи. Пиво смакує холодним (*kühl*). Світлий колір волосся (*Blondes*) є своєрідним еталоном краси для німців (Girtler, 2007). Поєднання лексем на позначення холодного і красивого / смачного утворює потрібне значення.

На нашу думку, імпліцитна наявність / збереження неактуалізованих ознак образу в структурі образу ВФ сприяє подальшому розвитку фразеологічного значення через здатність образу до трансформації шляхом активації інших його ознак за певних умов. За потреби номінації нових об'єктів використовуються вже відомі образи, але актуалізуються інші їхні ознаки або модифікуються вже використані (у ході їхнього переосмислення чи переоцінки), які сприяють модифікації семантики ФО, або ж добираються інші мовні форми для вербалізації нових понять на основі того самого образу. Отже, новий комунікативний запит активує інший набір сенсорних елементів образу, що втілюється в іншій мовній формі, формуючи новий мовний знак.

Наприклад, стереотипне уявлення про негативний емоційний стан людини вербалізується на основі семантизації ознак пресупозиції *jdm. tüchtig/ ordentlich einheizen* (досл.: старанно розігріти когось) – 1) (розм.) висварити, натиснути на когось, різко докоряти комусь, застерігати, лякати, турбувати когось; 2) запросити когось до танцю; створити приємну атмосферу. Підвищення температури тіла людини свідчить про хвилювання, переживання (позитивні / негативні емоції), фізичну активність. Основою внутрішньої форми ФО є образ людини з підвищеною температурою тіла, який сформувався на основі уявлень про пекло (спостерігається трансформація образу в пресупозицію), у якому, згідно з християнським вченням, грішників варили / підігрівали в казанах (*jdm. die Hölle heißmachen*) (WPRaRwsASU). Активація зазначеної ознаки (пекло – місце, де карають грішників) пояснює негативну оцінку в конотативному компоненті. З часом ознака пекла у структурі образу ВФ стерлася / затемнилася. Пояснюємо цей факт переоцінкою цінностей етногрупи – релігія поступово втратила вагомий / вирішальний вплив на світосприйняття, правила поведінки. Натомість у структурі образу активувалася ознака підвищеної температури як показника фізичної активності, емоційних переживань (результат спостережень за людською фізіологією). Модифікація структури образу в результаті зміни позамовних чинників (втрата впливу релігії) привела до виокремлення іншої характеристики, у результаті чого активізувалися імпліцитні ознаки стереотипізованого образу (розігріте людське тіло – це добре, асоціація з веселощами, гарним настроєм), що й сприяло модифікації цілісного фразеологічного значення.

Проте образ пекла не зник із лінгвосвідомості мовців. Актуалізація інших ознак релігійоніму сприяла утворенню низки стереотипних уявлень про неприємності, конфлікти, неприязнь, труднощі, безвихідь. Наприклад: *Fahr zur Hölle!* (розм.) / *Scher dich zur Hölle!* – (розм., грубо) Геть!, Зникни!; *jdm. zur Hölle wünschen* – (розм.) послати когось у пекло (побажання неприємностей); *durch die Hölle gehen* – (розм.) пройти крізь пекло (пережити небезпеку); *die Hölle auf Erden erleben* – (розм.) пережити страшні часи; *jdm. das Leben zur Hölle machen* – (розм.) перетворити чиєсь життя на пекло тощо (WPRaRwsASU).

Поява певної ФО у визначений період розвитку суспільства пов'язаний із ціннісними орієнтирами – компонентами ЦКС. Однією із цікавих (лакуна в етнографічному розрізі) ФО в німецькій фразеографії є *Schwein haben* – мати удачу. Етнографічна лакуна — відсутність у межах культури, рідної для одного з комунікантів, реалії, притаманної культурі інших комунікантів. Лакунами в мові називають мовні знаки на позначення національних, історико-культурних реалій, артефактів (Бацевич, 2007).

У німецькомовних країнах свиня символізує процвітання і достаток. З цієї причини вона часто асоціюється з удачею. ФО *Schwein haben* у німецькій мові означає “бути щасливим” або “пережити щасливий збіг обставин”. Цей вислів має цікаве історичне й культурне походження. У середньовіччі власник свині часто був фінансово більш забезпечений і мав достатньо їжі. Тому свиня символізувала забезпечене життя і достаток. Свиня також була бажаним призом у змаганнях та іграх. Переможець отримував свиню, а отже, перспективу процвітання. Ця традиція привела до того, що про людину, яка виграла щось цінне або мала несподівану удачу, говорили, що вона “мала свиню”. З часом значення вислову дещо змінилося і стало більш узагальненим. Сьогодні зазначене ФО використовується в багатьох повсякденних ситуаціях, коли комусь несподівано пощастило, наприклад, знайти банкноту на вулиці або виграти приз (Deutsches Institut Florenz).

Цікаво, що в інших культурах свиня не завжди має позитивну конотацію. У деяких країнах вона вважається нечистою або нещасливою. Однак у німецькомовних країнах свиня зберегла своє місце як символ удачі, що видно з багатьох новорічних традицій. На зміну року люди дарують маленькі фігурки свиней, зроблені з марципана або з інших матеріалів, як подарунки (Deutsches Institut Florenz).

На старих німецьких стрілецьких фестивалях втішним призом для найгіршого стрільця була свиня або порося. Звідси виникло значення незаслуженої та несподіваної удачі. Інша інтерпретація полягає в тому, що приказка спочатку стосувалася “*Daus*” (див. також “*Ei der Daus*”), найвищої гральної карти в німецькій картковій грі, яка відповідає французькому тузу. Зі свого боку, “*Daus*” також називали “свиноматкою” (на ній часто зображували свиню), і той, хто володів нею, мав великі шанси на перемогу в грі (див. також “*die Sau rauslassen*”). Зрештою, попри всі зневажливі ідіоми й лайливі слова, в минулі часи свиноматка вважалася цінним надбанням, а отже, також уособлювала бізнес, дохід та удачу (WPRaRwsASU).

Не менш важливими є стереотипізовані ситуації, ознаки / характеристики яких слугують основою фразеологічного семіозису. Наприклад, ФО *auf dem Holzweg sein* – (розм.) помилятися. Вислів походить із лісозаготівельної галузі. Лісосіка (*Holzweg*) – це дорога в лісі, яка використовується для транспортування зрубаних дерев і закінчується посеред лісу. Якщо мандрівник помилково пішов цією стежкою, він не потрапить до місця призначення, а буде змушений повернути назад. Вислів з'являється в літературі з 1495 року, а також він зафіксований у збірці прислів'їв Лютера (WPRaRwsASU).

Продуктивність стереотипізації та фразеологізації образів і пресупозицій залежить від їхньої генетики (транскультурний, національно-культурний, запозичений). До транскультурних образів / пресупозицій відносимо біблеїзми, міфологізми (на основі грецької міфології). Наприклад, *seit Adam und Eva* – (розм.) з давніх-давен – виникла на основі біблійних образів перших людей (WPRaRwsASU). ФО, що виникла на основі пресупозиції, – *am seidenen Faden hängen* – (розм.) висіти на волосинці, бути в небезпечному становищі – походить із міфу про грецького придворного Дамокла: Дамокл заздрив своєму господареві, тирану Діонісу Сиракузькому, за його владу і лестив йому словами, що Діоніс, безсумнівно, найщасливіша людина на землі. Щоб провчити Дамокла, Діоніс розробив план: він запропонував Дамоклу зайняти його місце за царським столом. Однак Діоніс наказав таємно підвісити меч над Дамоклом на тонкій нитці. Він хотів показати своєму придворному небезпеку, пов'язану з таким могутнім становищем. Коли Дамокл випадково підняв голову під час їжі і побачив меч, він втратив апетит від страху й негайно звільнив своє місце (WPRaRwsASU).

Національно-культурні образи та пресупозиції представляють суто національно-специфічні елементи німецької культури. Вони сформувалися на основі історичних подій, артефактів, вірувань, забобонів, звичаїв, традицій, фольклору, правил ведення господарства, особливостей кухні, предмети побуту, одягу, торгівлі, ремесел тощо. Наприклад, *Du kriegst die Motten!* – (розм., фам.) ти з'їхав з глузду!; (досл.) ти отримав міль! Дрібні комахи (цвіркуни та комарі) часто використовуються жартома для передачі значень дивних думок, хвилювання тощо. Міль стала особливо актуальною в ідіоматичних висловах завдяки своїм шкідливим властивостям і нічному способу життя. Її потяг до світла, який часто призводить до загибелі, також спричинив аналогії з людиною. Ідіома походить з осель робітничих кварталів наприкінці XIX століття (WPRaRwsASU).

Образ ВФ пов'язаний із віруваннями в те, що голова людини – вмістилище чогось, що визначає характер думок чи поведінки. Саме ця ознака стала визначальною в процесі фразеологізації. Наприклад, *Sülze im Kopf haben* – (розм., фам.) бути дурним, (досл.) мати холодець у голові; *wenig/ keinen/ Grips im Kopf haben* – (розм.) бути трохи/ зовсім не/ розумним, (досл.) мати мозок у голові; *Rosinen im Kopf haben* – (розм.) бути оптимістом, мати нереалістичні плани, (досл.) мати родзинки у голові; *Grütze im Kopf haben* – (розм.) бути розумним/ дурним, (досл.) мати крупу в голові (образ вареної каші із вівсяної крупи чи проса асоціюється із мозком); *Stroh im Kopf haben* – (розм., фам.) бути дурним, (досл.) мати соломку в голові; *Grillen im Kopf haben* – (розм.) мати ідею фікс, мати дивакувату, божевільну незвичну ідею, (досл.) мати цвіркуна у голові; *Sägemehl im Kopf haben* – (розм.) бути забудькуватим, (досл.) мати тирсу в голові; *einen Vogel im Kopf haben* – (розм.) бути не сповна розуму, (досл.) мати пташку в голові; *Doppel Vögel im Kopf haben* – (розм.) зовсім втратити розум, (досл.) мати дві пташки у голові (Redewendungen).

Значну частину корпусу досліджуваних одиниць становлять ФО з компонентом-антропонімом:

1) поширеними в народі іменами (*Heini, Hans, Mina, Lieschen*), прізвищами (*Meier, Müller, Schmidt*). У ході аналізу ФО з компонентом-антропонімом ми з'ясували, що такі ускладнені мовні знаки виникли на основі ознаки образу ВФ, яка характеризує інтелектуальні (переважно негативна оцінка), моральні чи вольові риси. Образи ВФ, пов'язані з народними іменами, найпродуктивніші в групі ФО з компонентом-антропонімом. Цей феномен пояснюємо множинною категоризацією образу на основі різних виокремлених ознак. Тому у фразеологічних словниках натрапляємо на низку ФО з тим самим компонентом-антропонімом, які

репрезентують різні значення. Наприклад: *ein Heini sein* – (розм., зневажл.) якийсь чоловік; *Du bist (mir) vielleicht ein Heini!* – (розм., фам.) бути наївним, простодушним, дурним; *ein Hans im Glück* – (розм.) бути легковажним, безтурботним, виглядати щасливчиком (фольклорний образ, із казки братів Грімм); *Lieschen Müller* – (розм.) середньостатистична жінка; *Keine Feier ohne Meyer / Meier / Maier / Mayer!* – (розм. фам., жарт.) без нього ніде вода не освятиться (WPRaRwsASU); *Frau Keppelmeier* – (розм.) пліткарка; *fleißiges Lieschen* – (розм.) бути старанною (про дівчину), повія, назва кімнатної рослини (OLdPhras);

2) іменами чи прізвиськами королів, полководців. Образи королів, полководців категоризовані на основі їх моральних або вольових ознак. Наприклад: *der Alte Fritz* – (застар.) це недобре, це марна трата зусиль. Основою ВФ є історичний факт високих податків у воєнні та повоєнні роки. Вислів пов'язували з пруським королем Фрідріхом Вільгельмом I (1713–1740), який не хотів, щоб піддані, які працювали на нього, платили податки, а все зароблене лишалося королю (OLdPhras); *seinen (Friedrich / Kaiser) Wilhelm unter etwas setzen/ daruntersetzen/ druntersetzen* – (розм., жарт.) підписати щось. У XVII–XIX століттях у Пруссії, Саксонії та інших німецьких державах була велика кількість регентів, які носили ім'я Фрідріх Вільгельм. Підписання документів і договорів з цим ім'ям поступово стало синонімом підпису взагалі, а з використанням цього словосполучення пов'язувалися жарти, глузування та іронія; *wie Zieten aus dem Busch treten* – (застар.) з'явитися несподівано. Ганс Йоахім фон Зітен (1699–1786) – пруський кавалерійський генерал. Завдяки його несподіваним атакам *Zieten aus dem Busch* став відомим висловом (WPRaRwsASU);

3) рідше іменами політиків чи науковців. Ця група антропонімів найменш чисельна у структурі ФО. Як показують результати дослідження, образи політиків чи науковців категоризовано за однією ознакою (інтелектуальною або вольовою). Наприклад: *Dazu hat Buchholz kein Geld.* – (розм., жарт.) на це в Бухгольца немає грошей (жартівлива відмова на основі образу скарбника Отто Бухгольца). Походження ФО сягає часів після Семирічної війни. Бухгольц був скарбником короля Фрідріха Великого. Коли надходила пропозиція, яка не могла бути розглянута, король говорив: “Бухгольц не має на це грошей”. У згаданий вище період цей вислів повторювали так часто, що він став широковідомим і вживаним (Wurzbach-Tannenberg, 1863); *nach Adam Riese* – (розм.) дуже точно. Адам Різе (не Різе, 1492 або 1493–1559) був автором популярних книг з арифметики. *E* в кінці прізвища – це пережиток того часу, коли імена також відмінювалися. Популярність його книг пояснюється тим, що, на відміну від інших арифметичних книг XVI століття, вони були написані німецькою мовою. Він також замінив римську систему числення на арабську. Його сини й онуки також писали арифметичні книги, завдяки чому ця ФО зберіглася до XVIII століття (WPRaRwsASU).

Низка стереотипних уявлень представлена фраземами, ВФ яких базується на національно-культурній пресупозиції. Національно-культурна ситуація, на основі якої утворилася пресупозиція, певною мірою є лакунарним утворенням. Реконструкція таких ознак ВФ, використаних для фразеологічного семіозису, можлива лише в результаті лінгвокультурологічного аналізу, ономазіологічного розгляду. Такі пресупозиції пов'язані з етнодійсністю – суто національно-культурними ситуаціями, відомими лише етногрупі, оскільки відображають фрагменти НКС. Наприклад, *abwarten und Tee trinken* – побачимо, що з того буде; май терпіння. ФО походить від світського звичаю подавати чай наприкінці прийому в літературних салонах періоду бідермаєру у другій половині XIX століття (WPRaRwsASU). На основі забобонних вірувань в амулети, їхню захисну дію виникла ФО *auf den Hund kommen* – (розм.) зубожіти матеріально, розоритися, втратити здоров'я, впасти/ опуститися морально. Зображення собаки на

дні скрині, у якій зберігалося майно, – слугувало оберегом від злодіїв. Якщо власник втрачав майно, казали, що він *auf den Hund gekommen ist* (WPRaRwsASU).

Під час дослідження встановлено, що пресупозиції, пов'язані із забобонами, віруваннями, пресупозиції фольклорного походження категоризовані за декількома ознаками і виступають основою ВФ різних ФО. Наприклад, собака як охоронець входу в потойбіччя наділявся магічними властивостями, через що й використовувався як оберіг (*jd. auf den Hund bringen* (розм.) – розорити когось; посприяти комусь у захопленні / любові до собак); *Dort / Da ist / liegt der Hund begraben* – (розм.) 1) уживається часто – це вирішальний, найскладніший момент; це суть справи; це те, що має значення; це причина біди; 2) уживається рідше – там нудно; там нічого не відбувається; там мало людей. Приказка вперше згадується в хроніках XVII століття, але сягає корінням середньовічних уявлень. Уважалося, що закопані скарби охороняє чорний пес. Такі скарби навіть просто називали собачими. Мефістофель також висміює натовп, який сумнівається в його здібностях шукача скарбів: “Стоять вони навколо і дивуються, / Не вірячи великій знахідці, / Один лепече про мандрагори, / Другий про чорного пса” (WPRaRwsASU).

Запозичені образи чи пресупозиції виступають у ролі основи ВФ рідко, але наявні у фразеосистемі німецької мови. Наприклад, образ священної корови в Індії використано в основі ВФ *eine heilige Kuh* – недоторканна річ / особа; те, що не можна скасувати / змінити; те, що не можна критикувати. Зазвичай уживається з негативною оцінкою як критичне зауваження, невдоволення небажанням запроваджувати необхідні зміни (WPRaRwsASU). Пресупозиція, пов'язана зі звичаями індіанців спільно курити одну люльку в знак примирення, закінчення конфліктів, виступає основою ВФ *die Friedenspfeife mit jemandem rauchen* – (розм.) помиритися з кимось. Слово *Friedenspfeife* придумав Джеймс Фенімор Купер (1789–1851) у своїх оповіданнях “Шкіряна панчоха” і переклав його німецькою мовою наприкінці XIX століття. Індіанські традиції послугували пресупозиціями до низки німецьких ФО *die Streitaxt/ das Kriegsbeil begraben* – (розм.) укласти мир, (досл.) закопати сокиру (зброя) війни; *das Kriegsbeil ausgraben* – (розм., рідко) розпочати конфлікт (WPRaRwsASU).

Запозичені образи та пресупозиції малопродуктивні для фразеотворення, оскільки проходить категоризація лише за однією виразною, на думку мовців, ознакою.

Стереотипізовані риси людини (зовнішність, характер, поведінка, моральні чи вольові характеристики) представлені засобами ФО у найбільшій кількості. Пріоритетно обираються для стереотипізації такі ознаки: 1) фізичний стан людини, зовнішність (ріст, розмір, колір (очі, волосся, шкіра), форма частин тіла, стан здоров'я тощо); 2) інтелектуальні характеристики (розумний, дурний, хитрий, винахідливий тощо); 3) моральні характеристики (чесність, порядність / непорядність, толерантність тощо); 4) вольові характеристики (наполегливість, дисциплінованість, організованість, сміливість, відвага, боягузливість, зарозумілість тощо); 5) поведінка.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, вибір ознак образу чи пресупозиції внутрішньої форми в процесі фразеотворення спричинений фрагментами ЦКС мовців, ціннісними орієнтирами в певний період історичного розвитку етногрупи, комунікативними потребами мовців. Розпізнавання нового образу чи пресупозиції відбувається в декілька етапів, які пов'язані із загальним сприйняттям його ознак / рис / властивостей / характеристик, у результаті чого виокремлюється найбільш виразна ознака, яка виконує базу для категоризації, – віднесення образу до певної категорії на основі подібності чи суміжності. Цей процес відбувається з огляду на національну культуру. Саме цим пояснюємо використання того самого образу в різних мовах, але віднесеного до різних категорій (виокремлені різні ознаки).

Основою фразеологічного семіозису є образи й пресупозиції різного походження (транскультурні, національно-культурні, запозичені), що впливає на їхню продуктивність як основи семіозису. Найпродуктивніша – національно-культурна група, оскільки найбільш досліджена, вивчена, зрозуміла у всіх аспектах (ознаки, характеристики, властивості). Виявлено ФО на позначення стереотипів, які виникли на основі етнографічних лакун. ВФ таких ФО розкривається лише в результаті ономазіологічного аналізу.

ФО передають когнітивну інформацію, тому фразеологічне значення має повчальний характер, застереження, осуд, вказівку на негативні / позитивні риси характеру / зовнішності, поведінку тощо. Інакше кажучи, конотативний компонент завдяки оцінному складникові передає ставлення етногрупи до номінованого об'єкта, характеризуючи виокремлені ознаки. Тому стереотипи, вербалізовані засобами ФО, спрощують світосприйняття, пришвидшують реакцію в певних ситуаціях, сприяють унормованій систематизації позамовних об'єктів.

Стереотипи, представлені засобами ФО, відображають фізичний стан людини, зовнішність, інтелектуальні, моральні, вольові характеристики, поведінку.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні причин трансформації фразеологічного значення з урахуванням мовних і позамовних чинників.

Конфлікт інтересів

У цьому дослідженні немає конфлікту інтересів.

Використання штучного інтелекту

Не використовувався.

ЛІТЕРАТУРА

- Авксентьев, Л. Г. (1987). Семантична структура фразеологічних одиниць сучасної української мови та особливості її формування. *Мовознавство*, 1, 43–46.
- Бацевич, Ф. С. (2007). *Словник термінів міжкультурної комунікації*. Довіра <http://terminy-mizhkult-komunikacii.wikidot.com/>
- Васько, С. Р. (2022). Фраземи як знаки вторинної номінації і результат фразеосеміозису. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 25 (2), 18–31. <http://rep.knlu.edu.ua>
- Галинська, О. М. (2011). Фразеологізми як знаки культурної інформації. *Проблеми зіставної семантики*, 10 (2), 72–77. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pzs_2011_10%282_%29_16
- Гамзюк, М. В. Воєнно-політичні евфемізми в сучасних німецькомовних засобах масової комунікації. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 25 (1), 19–29. <http://rep.knlu.edu.ua>
- Жуйкова, М. В. (2015). Образна основа фразеологічних одиниць та проблема їх мовно-культурної реконструкції. *Людина. Комп'ютер. Комунікація: збірник наукових праць. Національний університет "Львівська політехніка", Інститут комп'ютерних наук та інформаційних технологій, Кафедра прикладної лінгвістики*. Видавництво Львівської політехніки, 157–161. <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/10340>
- Коцовський, В. М. (2014). *Теорія розпізнавання образів*. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/pdf>

- Матвієнків, О. С. (2018). Внутрішня форма фразеологічної одиниці як передбачення її актуального значення (на матеріалі англомовного художнього дискурсу). *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 34 (2), 32–33. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/791683>
- Охріменко, М. А. (2010). Внутрішня форма фразеологічних одиниць на позначення емоцій людини в сучасних перській і українській мовах. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ*, 49–56. <http://rep.knlu.edu.ua>
- Полужин, І. М. (2019). Універсальність і внутрішня форма фразеологічних моделей. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*, 1 (41), 96–99. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/pdf>
- Потебня, О. О. (1985). *Естетика і поетика слова*. [Збірник]. Мистецтво. <https://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001479>
- Савченко, Л. В. (2013). *Феномен етнокодів духовної культури у фразеології української мови: етимологічний та етнолінгвістичний аспекти* [монографія]. Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського. Доля. https://irbis-nbuv.gov.ua/publ/REF-0000_375931
- Селіванова, О. (2004). *Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти)* [монографія]. Брама.
- Школяренко, В. І. (2012). Розвиток внутрішньої форми фразеологізмів німецької мови протягом VIII-XVII століть. *Лінгвістика*, 2. 151–160. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ling_2012_2_21
- Breidbach, O. (2012). *Bildwelten des Wissens. Kunsthistorisches Jahrbuch für Bildkritik. (Band 9,2). Morphologien*. Veröffentlicht von De Gruyter (A). Akademie Verlag. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110548853/html>
- Burger, H. (2003). *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen* (2., überarbeitete Aufl.). Grundlagen der Germanistik. Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Crudu, M. (2020). Zur phraseologischen Gebundenheit der Lexeme. Eine exemplarische Analyse am Beispiel deutscher Adjektive. *Conference: Deutsche Sprache, Literatur und Kultur – interkulturell und interdisziplinär*, 271–284. https://www.researchgate.net/publication/338792334_Zur_phraseologischen_Gebundenheit_der_Lexeme_Eine_exemplarische_Analyse_am_Beiispiel_deutscher_Adjektive
- Girtler, R. (2007). Mythos und Faszination der Haarfarbe Blond. Kulturanthropologische und kulturethnologische Betrachtungen. *Matreier GESPRÄCHE*, 196–209. <https://www.zobodat.at/pdf>
- Shutova, M. O. (2023). **Idiomatic space of the concept MOTHERLAND in the English and Ukrainian languages**. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 26 (2). 134–141. <http://rep.knlu.edu.ua>

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

- Deutsches Institut Florenz. <https://www.deutschesinstitut.it/schwein-haben/>
- OldPhras. <https://www.oldphras.net>
- Redewendungen. GEO.line. <https://www.geo.de/geolino/redewendungen>
- WPRaRwsASU: Wörterbuch und Portal für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache. <https://www.redensarten-index.de/suche>

Wurzbach-Tannenberg Constant Ritter. (1863). *Historische Wörter, Sprichwörter und Redensarten in Erläuterungen - A bis B Eine Sammlung kulturhistorischer Nippsachen*. <http://www.lexikus.de/bibliothek/Sprichwoerter-und-Redensarten-A-B>

REFERENCES

- Avksent'iev, L. H. (1987). Semantychna struktura frazeolohichnykh odynts' suchasnoi ukrains'koi movy ta osoblyvosti ii formuvannia. *Movoznavstvo*, 1, 43–46.
- Batsevych, F. S. *Slovyk terminiv mizhkul'turnoi komunikatsii*.
<http://terminy-mizhkult-komunikacii.wikidot.com/l>
- Vas'ko, S. R. (2022). Frazemy iak znaky vtorynnoi nominatsii i rezul'tat frazeosemiozysu. *Visnyk KNLU. Seriiia Filolohiia*, 25 (2), 18–31.
<http://rep.knlu.edu.ua>
- Halyn's'ka, O. M. (2011). Frazelohizmy iak znaky kul'turnoi informatsii. *Problemy zistavnoi semantyki*. Vyp. 10 (2), 72–77.
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pzs_2011_10%282%29_16
- Hamziuk, M. V. (2022). Voienno-politychni evfemizmy v suchasnykh nimets'komovnykh zasobakh masovoi komunikatsii. *Visnyk KNLU. Seriiia Filolohiia*, 25 (1), 19–29.
<http://rep.knlu.edu.ua>
- Zhujkova, M. V. (2015). Obrazna osnova frazeolohichnykh odynts' ta problema ikh movno-kul'turnoi rekonstruktsii. *Liudyna. Komp'iuter. Komunikatsiia: zbirnyk naukovykh prats'*. Natsional'nyj universytet "L'viv's'ka politekhnika", Instytut komp'iuternykh nauk ta informatsijnykh tekhnolohij, Kafedra prykladnoi linhvistyky. L'viv: Vydavnytstvo L'viv's'koj politekhniki, 157–161.
<https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/10340>
- Kotsovs'kyj, V. M. (2014). Teoriiia rozpoznavannia obraziv. Uzhhorod.
<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/pdf>
- Matvienkiv, O. S. (2018). Vnutrishnia forma frazeolohichnoi odyntsi iak peredbachennia ii aktual'noho znachennia (na materialii anhlomovnoho khudozhn'oho dyskursu). *Naukovyj visnyk mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriiia: Filolohiia*, 34 (2), 32–33.
<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/791683>
- Okhrimenko, M. A. (2010). Vnutrishnia forma frazeolohichnykh odynts' na poznachennia emotsij liudyny v suchasnykh pers'kij i ukrains'kij movakh. *Naukovyj visnyk kafedry YuNESKO KNLU*, 49–56.
<http://rep.knlu.edu.ua>
- Poliuzhyn, I. M. (2019). Universal'nist' i vnutrishnia forma frazeolohichnykh modelej. *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriiia: Filolohiia. Vypusk 1 (41)*, 96–99.
<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/pdf>
- Potebnia, O. O. (1985). *Estetyka i poetyka slova*. [Zbirnyk]. Mystetstvo.
<https://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001479>
- Savchenko L. V. (2013). *Fenomen etnokodiv dukhovnoi kul'tury u frazeolohii ukrains'koi movy: etymolohichnyj ta etnolinhvistychnyj aspekty* [monohrafiia]. Tavrijs'kyj natsional'nyj universytet im. V. I. Vernads'koho. Simferopol': Dolia.
<https://irbis-nbuv.gov.ua/publ/REF-0000375931>
- Selivanova, O. (2004). *Narysy z ukrains'koi frazeolohii (psykhokohnityvnyj ta etnokul'turnyj aspekty)* [monohrafiia]. Brama.
- Shkoliarenko, V. I. (2012). Rozvytok vnutrishn'oi formy frazeolohizmiv nimets'koi movy protiahom VIII-XVII stolit'. *Linhvistyka*, 2, 151–160.
http://nbuv.gov.ua/UJRN/ling_2012_2_21

- Breidbach, O. (2012). *Bildwelten des Wissens. Kunsthistorisches Jahrbuch für Bildkritik. (Band 9,2). Morphologien*. Veröffentlicht von De Gruyter (A). Akademie Verlag. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110548853/html>
- Burger, H. (2003). *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. (2., überarbeitete Aufl.). Grundlagen der Germanistik. Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Crudu, M. (2020). Zur phraseologischen Gebundenheit der Lexeme. Eine exemplarische Analyse am Beispiel deutscher Adjektive. *Conference: Deutsche Sprache, Literatur und Kultur – interkulturell und interdisziplinär*, 271–284. https://www.researchgate.net/publication/338792334_Zur_phraseologischen_Gebundenheit_der_Lexeme_Eine_exemplarische_Analyse_am_Beispiel_deutscher_Adjektive
- Girtler, R. (2007). Mythos und Faszination der Haarfarbe Blond. Kulturanthropologische und kulturethologische Betrachtungen. *Matreier GESPRÄCHE*. 196–209. <https://www.zobodat.at/pdf>
- Shutova, M. O. (2023). Idiomatic space of the concept MOTHERLAND in the English and Ukrainian languages. *Visnyk KNLU. Serii Filolohiia*. 26 (2). 134–141. <http://rep.knlu.edu.ua>

SPYSOK LEKSYKOHRAFICHNYKH DZHEREL

Deutsches Institut Florenz

<https://www.deutschesinstitut.it/schwein-haben/>

OLdPhras.

<https://www.oldphras.net>

Redewendungen. GEO.line.

<https://www.geo.de/geolino/redewendungen>

WPRaRwsASU: Wörterbuch und Portal für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache.

<https://www.redensarten-index.de/suche>

Wurzbach-Tannenberg Constant Ritter. (1863). *Historische Wörter, Sprichwörter und Redensarten in Erläuterungen – A bis B Eine Sammlung kulturhistorischer Nippsachen*.

<http://www.lexikus.de/bibliothek/Sprichwoerter-und-Redensarten-A-B>

Дата надходження до редакції 16.11.2024

Ухвалено до друку 23.12.2024

Орел Ірина Іванівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри романо-германської філології Рівненського державного гуманітарного університету e-mail: Orel_i72@urk.net		Коло наукових інтересів: етнолінгвістика, фразеологія, національно-культурна семантика, ономасіологія, фразеологічний семіозис
---	---	--



CC Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)