

Рівненський державний гуманітарний університет
Філологічний факультет
Кафедра практики німецької та французької мов

ДИПЛОМНА РОБОТА

освітньо-кваліфікаційний рівень «Бакалавр»

на тему

**«НАЦІОНАЛЬНА ТА КУЛЬТУРНА СВОЄРІДНІСТЬ
ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ
КОМПОНЕНТОМ»**

(на матеріалі французької та української мов)

Виконала: студентка IV курсу,
заочної форми навчання
групи ІМ-41
спеціальності 014
«Середня освіта. Мова та література (французька)»
Іваник О.О.

Керівник

кандидат педагогічних наук, доцент
Палій В.П.

Рецензент

доктор філологічних наук, професор
Назарець В.М.

Рівне - 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ, КУЛЬТУРНОЇ ТА ЛІНГВІСТИЧНОЇ СПЕЦИФІКИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ ФРАНЦУЗЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ.....	
1.1 Роль та місце фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у мовній картині світу.....	
1.2 Специфіка відображення культурної інформації у семантиці фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом.....	
1.3 Національно-культурна специфіка фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом французької та української мов	
Висновки до першого розділу.....	
РОЗДІЛ 2 ШЛЯХИ УТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ- ГАСТРОНІМОМ ФРАНЦУЗЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ	
2.1 Дослідження фразотворчої активності компонентів-гастронімів у двох мовах	
2.2 Формування фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході первинного фразотвору у французькій та українській мовах.....	
2.3 Утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході вторинного фразотвору у французькій та українській мовах.....	
Висновки до другого розділу.....	
ВИСНОВКИ.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Мова тісно пов'язана з буттям людини. Загальновідомо, що національна самобутність народу, навколишня дійсність обов'язково знаходять своє відображення в національній свідомості і передаються через мову. Гастрономія є невід'ємною частиною культури як французького, так і українського народу, найбільш яскраво відображає національні особливості характеру. Звернення до сфери гастрономії є досить цікавим у вивченні французької мови: так, наприклад, 16 листопада 2010 року рішенням спеціальної комісії ЮНЕСКО традиції французького обіду були внесені в списки Всесвітньої нематеріальної спадщини, що свідчить про її всесвітнє визнання. В Україні гастрономія не є такою розвинутою, що пояснюється важким історичним минулим.

«Навколишня дійсність сприймається людиною через мову, а гастрономічний компонент 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» [60, с. 10]. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом є об'єктом розгляду в теоретико-практичних напрацюваннях на матеріалі різних мов у таких вчених, як Браницька Я.В., Буркова П.П., Гоца Є.Д., Гулінов Д.Ю., Земскова А.Ю., Кашук С.М., Копчак О.І., Лапиніна О.Л., Бартоши В. та ін. Відсутність дослідження саме національно-культурної специфіки фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом на матеріалі французької та української мов обумовлює доцільність їх детального розгляду у нашій бакалаврській роботі.

Актуальність даної теми полягає в необхідності провести компаративний аналіз виразних засобів французької та української мов, зокрема фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом як важливої складової мовлення та різних національних мовних картин. Уміння розуміти реалії залежить від знання національних культурно-історичних

особливостей. Вивчення національно-специфічних особливостей дозволяє пояснити розбіжність в різноструктурних лексичних, синтаксичних та фразеологічних системах мов. Тому вивчення гастрономічної культури французького та українського народів є важливим та актуальним аспектом дослідження гастрономічних фразеологізмів французької та української мов.

Об'єктом дослідження є фразеологізми з гастрономічним компонентом на матеріалі французької та української мов.

Предметом дослідження є національні, культурні, семантичні та структурні особливості фразеологізмів з компонентом «гастронім» у французькій та українській мовах. **Метою** даної роботи є виявлення спільних та відмінних рис та національно-культурної та лінгвістичної своєрідності фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у французькій та українській мовах. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких конкретних завдань:

1. уточнити поняття фразеологічної одиниці з гастрономічним компонентом;
2. проаналізувати сучасні наукові підходи до виявлення національно-культурних особливостей різноструктурних мов;
3. дослідити специфіку відображення культурної інформації у семантиці досліджуваних фразеологізмів;
4. встановити фразотворчу активність компонента-гастроніма у складі фразеологізмів французької та української мов;
5. визначити основні шляхи утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході первинного та вторинного фразотвору.

Матеріалом дослідження є фразеологізми з гастрономічним компонентом французької та української мов, вилучені шляхом суцільної вибірки з лексикографічних джерел (Бардоши В., Эттингер Ш. «Фразеологизмы французского языка», Kravtsov Sergueï. Dictionnaire russe-français des locutions idiomatiques, Isabelle Chollet, Jean-Michel Robert. Les Expressions Idiomatiques,

Rat M. Dictionnaire des expressions et locutions traditionnelles та Номис М. Українські приказки, прислів'я і таке інше «Фразеологічний словник української мови», Словник фразеологізмів української мови за редакцією В. М. Білоноженко, Гак В.Г. Новый большой французско-русский фразеологический словарь) та з літературно-художніх творів. Загальний обсяг дослідженого матеріалу становить ___ фразеологізмів з гастрономічним компонентом, серед них 1032 ФО французької мови та 991 ФО української мови.

У нашій роботі використані наступні **методи**:

- метод загального аналізу, застосований для з'ясування структурних, семантичних і функціональних властивостей досліджуваних фразеологізмів французької та української мов на сучасному етапі мовного розвитку;
- компонентний аналіз використовується для дослідження семантичної структури фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом;
- етимологічний аналіз для встановлення значення досліджуваних мовних одиниць;
- кількісний аналіз для виявлення продуктивності фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у сучасних французькій та українській мовах;
- метод синтезуючого узагальнення проаналізованого мовного матеріалу.

Новизна роботи полягає у тому, що в дослідженні вперше здійснено комплексний аналіз фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом на матеріалі французької та української мов; встановлено національну, культурну та лінгвістичну своєрідність даних ФО та з'ясовано їх місце у формуванні фразеологічної картини світу.

Теоретичне значення нашої роботи визначається тим, що дослідження специфіки відображення національно-культурної інформації у семантиці фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом доповнює

теоретичні положення лінгвістики про зв'язок мови та культури та є основою теоретичних засад етнолінгвістики.

Практичне значення полягає в можливості застосування положень і висновків дослідження у курсах із лексикології французької та української мов (розділи “Лексична семантика”, “Фразеологія”), лінгвокраїнознавства Франції (розділ “Культура Франції”), українознавства, у спецкурсах із теорії та практики перекладу (розділ “Лексика з національно-культурним компонентом у перекладі”).

Структура роботи визначається метою і завданнями дослідження. Робота складається зі вступу двох розділів, кожен з яких складається з підпунктів та відповідних висновків, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, визначено об'єкт, предмет, мету, завдання й методи дослідження, окреслено теоретичне й практичне значення роботи. У **першому розділі** викладено основні теоретичні поняття дослідження. Представлений екскурс в історію вивчення фразеологізмів з гастрономічним компонентом, основні фразеологічні поняття та окреслено методику та специфіку даного дослідження. **Другий розділ** присвячено розкриттю основних способів утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході первинного та вторинного фразотвору та виявленню частотності вживання компонентів-гастронімів у складі досліджуваних ФО. У **висновках** відображено підсумки проведеного дослідження.

Загальний обсяг бакалаврської роботи із списком використаних джерел та додатками становить ___ сторінок.

РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ, КУЛЬТУРНОЇ ТА ЛІНГВІСТИЧНОЇ СПЕЦИФІКИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З ГАСТРОНОМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ ФРАНЦУЗЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

1.1 Роль та місце фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у мовній картині світу

Одним із перших кроків для подальшого з'ясування відображення особливостей національної культури у фразеологічному прошарку французької та української мов вважаємо необхідним розглянути місце фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у мовній картині світу та природу досліджуваних одиниць, образністю яких вона створена.

Тому розвиток ідеї про існування зв'язку між мовою, мисленням і культурою призвів до виникнення понять, які відображають лінгвістичні, психічні, логічні та філософські моделі об'єктивного світу: картина світу, концептуальна картина світу, мовна картина світу, фразеологічна картина світу, концептуальна система та ін. У нашій роботі детальніше зупинимось на мовній картині світу. Вивченню мовної картини світу у різних аспектах присвячено низку праць дослідників таких, як М. Ф. Алефіренко, Лео Вайсгербер, В. Гумбольдт, Маслова В. А., В. М. Мокієнко, Лاپиніна О.Л., Бартоши В. та інші.

Дослідники пропонують різні тлумачення поняття мовної картини світу: відображення у мовній свідомості людини явищ та предметів зовнішнього світу у формі внутрішнього образу дає підстави розглядати мовну картину світу як систему образів [21, с. 64]; мовні картини світу характеризуються як неоднорідні і трактуються як сукупність мовних образів та понять [58,

с. 211]; мовні картини світу тлумачаться за своєю природою як поєднання суб'єктивного та об'єктивного [2, с. 41].

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 [25, 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 [21, с. 64]. Інтерес до мовної картини світу знаходимо у працях В. Гумбольдта. А сам термін “мовна картина світу” був введений німецьким вченим, представником неогумбольдтіанського напрямку у мовознавстві, Йоганом Лео Вайсгербером [14, с. 253].

Отже, під мовною картиною світу французького та українського народу розуміємо сукупність їх уявлень про навколишню дійсність, відображених за допомогою різноманітних мовних засобів.

Звичаї, традиції та життєві реалії народів певним чином представлені в мові. Приміром, з давніх часів масло було недоступним для бідняків, тому часто вислови зі словом «масло» говорять про заможність, багатство у французькій мовній картині

- «*avoir le cul dans le beurre*» - сидіти в маслі, означає бути дуже багатим;

- «*un vrai beurre*» - справжнє масло, так кажуть про щось вишукано- смачне, укр. «*кататись як сир в маслі*» - бути у матеріальній безпеці. «*як по маслу*» - справи йдуть добре. ФО відіграють особливу роль у створенні мовної картини світу, оскільки вони є засобом освоєння людиною світу. Фразеологізми фіксують, зберігають та відтворюють її емоції, почуття,

настрій. Фразеологічні одиниці яскраво та точно відображають специфіку національного характеру французького та українського народу, тому що саме фразеологізми створювалися та відшліфовувалися впродовж віків: наприклад, равлики та устриці вважаються найвишуканішою їжею французької кухні. Хоча, як стверджують деякі українські археологи, равлики були і нашою першою дичиною. Все почалося з того, що спалюючи восени виноградну лозу, селяни підбирали на попелищі засмажених виноградних равликів. Так, в обох мовах з равликом пов'язані такі риси характеру людини, як повільність, нерозсудливість, невміння швидко приймати рішення: фран. «*aller comme un escargot*» - «повзти» повільно; «*lent comme un escargot*» - повільний як равлик; укр. «*повзе як равлик*» - дуже повільна людина, «*заховався як равлик*» - людина замкнулась в собі.

Мовна картина світу завдяки фразеологізмам яскраво відображає національну своєрідність мови, оскільки саме до складу ФО входять компоненти, значення яких 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 [с. 80]. Беручи за основу словники Isabelle Chollet, Jean-Michel Robert. *Les Expressions Idiomatiques*, Rat M. *Dictionnaire des expressions et locutions traditionnelles* та Номис М. *Українські приказки, прислів'я і таке інше «Фразеологічний словник української мови»*, Словник фразеологізмів української мови за редакцією В. М. Білоноженко, розглянемо відповідний розподіл компонентів ФО. Масова частка гастронімів в обох мовах є досить високою. 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 фразеологізму та становлять значний фрагмент мовної, а особливо фразеологічної картини світу.

Вивченню *гастронімів* у різних аспектах присвячено низку праць вітчизняних та зарубіжних вчених. 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.

На матеріалі української мови Н. Г. Загнітко досліджує структурно-семантичні особливості назв страв та напоїв у східно-степових 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”.

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 оперуємо терміном *компонент-гастронім* або *гастрономічний компонент*.

У французькому онлайн словнику Linternaute.fr/dictionnaire пропонується визначення: Le terme «*gastronomie*» est art de faire de la bonne cuisine, ensemble des règles qui conditionnent l'art de bien manger, en prenant soin des produits utilisés.

Exemple : "Le sujet matériel de la gastronomie est tout ce qui peut être mangé." (Anthelme Brillat-Savarin).

Саме слово *гастрономія* існує понад 200 років. Воно прийшло до нас із Франції. У 1801 році його придумав французький поет Бершу, який любив писати про радощі вишуканої кухні [62, с.31]. Раніше гастрономія означала те, що ми їмо та п'ємо, схильності та переваги в їжі й напоях. Сьогодні ж гастрономія - це мистецтво смачно поїсти, мистецтво гарної кухні та самого застілля.

Франція спочатку була прикладом досконалості в мистецтві кулінарії. Протягом століть її кулінари несли свою майстерність за межі своєї країни. Франція вважається основоположником гастрономічних традицій. Французи в усьому дуже прив'язані до задоволень, і їжа, безумовно, одне з головних задоволень для нації. Причому, це одночасно радість нюху, смаку та погляду.

Проаналізувавши визначення поняття «фразеологізм» у лінгвістиці, пропонуємо узагальнююче визначення українського науковця В.Д. Ужченка, оскільки воно синтезує в собі основні ознаки фразеологізмів. Отже, фразеологізми – це «надслівні, семантично цілісні, відносно стійкі (з допуском варіантності), відтворювані й переважно експресивні одиниці, які виконують характеризуючо-номінативну функцію» [10, с.9].

А, фразеологічна одиниця з гастрономічним компонентом в нашій роботі - це 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, солодошів, готових страв або напоїв у французькій та українській мовах.

Серед лінгвістів існують різні точки зору відносно того, чи зберігає слово, що входить до складу фразеологізму, свої семантичні властивості. Прихильники неслівного трактування компонентів ФО вважають, що компонент не існує до ФО, він вторинний та довільний [17, с. 133], слово як компонент ФО, втрачає свою основну ознаку, тобто втрачає лексичне значення [11, с. 7], в структурі одних ФО компоненти перестають бути

словами, а в структурі інших не втрачають своїх слівних властивостей [17, 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 (Мокієнко, Селіванова, Смирницькай та ін) 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 фразеологічної одиниці пов'язує термін “нарізно оформленість”. Зазначаючи про наявність у фразеологічних одиниць 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” фразеологізму. Під “нарізнооформленістю” вчений розуміє особливу синтаксичну організацію, складові якої є окремими словами, а “цільнооформленість” розглядає як загальне граматичне оформлення усіх складових елементів [27, 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 [20, с. 8].

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

З діапазоном сполучуваності слів-компонентів пов'язана стійкість фразеологічної одиниці з гастрономічним компонентом. 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 [3, с. 293]. Стійкість фразеологічної одиниці з гастрономічним компонентом ґрунтується на обмеженні у виборі складових компонентів, тобто полягає в постійності форми та змісту, і обумовлює відтворюваність фразеологізму у готовому вигляді. Словосполучення стає фразеологічною одиницею з гастрономічним компонентом за умови її регулярного відтворення у мовленні та різних контекстах. У нашому дослідженні **фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом** - це нарізно оформлені, але семантично цілісні стійкі сполучення слів, у складі яких наявний один або декілька гастрономічних компонентів, під якими розуміємо назви продуктів харчування.

У фразеологічній одиниці з гастрономічним компонентом між словами-компонентами існують лексико-семантичні відношення, між елементами граматичної структури – структурно-синтаксичні відношення, між граматичною структурою та лексичним складом – лексико-граматичні відношення. В залежності від ступеня стійкості фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом можуть бути а) повністю стійкими (незмінність лексичного складу та граматичної структури): фран. «*Rouge comme une tomate*» – червоний як помідор = «*Rouge comme une framboise*» – червоний як малина - засоромитись; укр. «*як (коли) мед, то й ложкою*» – вживається для вираження надмірного прагнення до чогось, як вияв надмірності в чому-небудь; занадто; б) неповністю стійкими (змінними є лексичний склад або граматична структура). Приміром, фран. «*Bête comme un dindon*» – дурний як індик, «*Bête comme un hareng saur*» – дурний як

копчений оселедець, укр. «*як сир у маслі*» - «*як вареник у маслі*» - добре себе почувати в матеріальному плані; в) відносно стійкими, коли можливі зміни і граматичної структури, і лексичного складу. Наприклад, франц. «*Bon comme de la brioche*» – смачний як булочка, «*Tendre comme du pain frais*» – ніжний наче свіжий хліб.

Як було зазначено раніше, мовна картина світу створюється за допомогою образів. Вона є універсальною, образною системою стійких мовних одиниць, що відображають особливості національного світобачення.

Багато дослідників зверталися у фразеології до проблеми образу 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 [11, с. 25]. Більшістю фразеологів 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 ФО 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 фразеологічної одиниці з гастрономічним компонентом. 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 [15, 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 [11, с. 148].

Смислову структуру ФО з гастрономічним компонентом розглядаємо як набір впорядкованих сем, що утворюють семантику даної ФО. 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 [16, с. 75]. У складі фразеологічної одиниці з гастрономічним компонентом значення слова, яке позначає їжу чи напої, послаблюється, що створює умови для семантичного зсуву. Входячи до фразеологічної одиниці з гастрономічним компонентом, даний компонент деактуалізується, тобто різною мірою втрачає 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 [11, с. 21]. Для прикладу, слово фран. «*beurre*» - укр. 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”. Отже, зробивши порівняльний аналіз, доходимо висновку, що поняття *успіх та прибуток* асоціюється у французів із такими лексемами, як: *beurre* – «масло», *crème* – «вершки». Такий вибір лексем здебільшого можна пояснити за допомогою дослідження етимології фразеологізму. Так, фразеологізм – *vouloir le beurre et l'argent du beurre* – «хотіти і гроші, і масло» (хочеться отримати гроші із продажу та залишити товар) походить з XIX століття. У той час більшість селян були бідні, тож кожен раз, продаючи масло, вони шкодували, що не можна отримати гроші й

залишити хоч трохи масла собі. Український фразеологізм «*говорить як маслом по хлібу*» відображає лестощі в сторону якої людини, домінуючу роль відіграє потенційна сема “м’якість”.

Гастрономічний компонент у межах ФО 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, соціолінгвістичними, психолінгвістичними факторами та ґрунтується на знаннях людини про навколишній світ. Вільна сполучуваність не має внутрішньо-мовних обмежень. Слово може сполучатися з усіма семантично сумісними словами (преференційність) [26, с. 140–141]. Преференційний зв’язок характерний для семантично нейтральних слів. Компоненти ж ФО з гастрономічним компонентом зазнають переосмислення. Завдяки асоціації за ними закріплюється поняття, яке реалізується лише в певному лексичному оточенні. Тому гастрономічний компонент сполучується з обмеженою кількістю елементів, в тому числі й з одним. Це спричинює залежність гастрономічного компонента від контексту та його абсолютну вибірковість. Сполучуваність гастрономічного компонента з іншими компонентами у складі ФО може призводити і до ідіоматичності, тобто до утворення одиничних сполук з повністю переосмисленим значенням.

Роль гастрономічного компонента в створенні цілісного значення досліджуваних ФО є різною. Заперечна значущість компонента - гастронома відображається у відсутності спільних семантичних елементів у словниковому значенні даного компонента і в цілісному загальному значенні ФО. Наприклад, у семантиці ФО франц. «*manger la grenouille*» - витратити чужі гроші та укр. «*всипати (дати) перцю комусь*» у значенні суворо покарати кого-небудь, повністю відсутні диференційні семи лексем *la grenouille* та *перець*. Заперечна значущість усіх компонентів ФО означає її повну семантичну нерозкладність. Фразеологічне значення не базується на

прямих чи переносних значеннях гастрономічного компонента, а відображає ситуативний зміст [26, с. 113].

Таким чином, цілісність фразеологічного значення ФО з гастрономічним компонентом залежить від ступеня втрати компонентом своїх словесних значень. Це в свою чергу обумовлюється характером сполучуваності компонента - гастроніма з іншими компонентами у межах ФО, що призводить до абсолютної вибірковості або ідіоматичності. Семантична значущість КГ у створенні цілісного фразеологічного значення ФО з гастрономічним компонентом є різною і її значення може формуватися всім складом компонентів, позамовними чинниками, однією актуалізованою семою компонентом - гастронімом, актуалізованою семою слова-компонента, який не є гастронімом, іншими елементами фразеологічної символіки.

У нашому дослідженні ми звернули особливу увагу на емотивно-оцінний конотат деяких фразеологізмів з гастрономічним компонентом. Це відображено в таблиці 1.1 – «Порівняльний аналіз фразеологізмів з гастрономічним компонентом та класифікація за конотативним значенням французької та української мов».

Отже, ми розподілили фразеологізми на: 1. Фразеологізми з позитивним оцінним компонентом (фразеологічні одиниці, у значеннях яких закріплено схвалення як констатація соціально встановленої оцінки певного явища або предмета); 2. Фразеологічні одиниці із негативним оцінним компонентом (фразеологізми значення яких містить яскраво виражене несхвалення або осуд); 3. Фразеологічні одиниці із нейтральним оцінним компонентом (фразеологізми які не містять яскраво вираженого схвалення або несхвалення. До них відносяться переважно крилаті вирази, прислів'я, приказки та вигуківі вирази, які у більшості випадків просто констатують певний факт) [4, с. 115].

Таблиця 1.1. «Порівняльний аналіз фразеологізмів з гастрономічним компонентом та класифікація за конотативним значенням французької та української мов»

Фразеологізм французької мови	Фразеологізм української мови	Значення	Наявність гастрономічного компонента в обох мовах	Співпадіння гастрономічного компонента	Конотація
Le fruit ne tombe jamais loin de l'arbre	Яблуко від яблуні недалеко падає	Кажуть, порівнюючи батьків і дітей	Так	Ні	Нейтральна
Chauve comme un œuf	Лисий як коліно	Зовнішність людини	Ні	Ні	Негативна
S'avancer comme un escargot	Повзти як равлик	Про повільну людину	Так	Так	Негативна
Être serrés comme des sardines en boîte	Напхатись як тюлька в банку	Бути в закритому просторі, де мало місця	Так	Так	Негативна
Porter ses fruits	Приносити свої плоди	Давати позитивні результати	Так	Так	Позитивна
Gagner son bifteck	Заробляти на хліб	Працювати	Так	Ні	Позитивна
Ni chair ni poisson	Ні риба, ні м'ясо	Про людину, яка не може визначитись	Ні	Ні	Нейтральна
Vert comme une pomme	Зелений як яблуко	Про молоду, недосвідчену людину	Так	Так	Нейтральна

Гастрономічний компонент є одним із основних компонентів у значенні фразеологічної одиниці з компонентом-гастронімом, специфіка якого полягає в особливому способі відображення ним навколишньої дійсності. У семантиці фразеологічної одиниці відображається відповідне культурне середовище та досвід суспільства. З метою з'ясувати, яким саме чином культурна інформація знаходить своє відображення у семантиці досліджуваних одиниць, розглянемо семантичну структуру ФО з гастрономічним компонентом французької та української мов.

1.2 Специфіка відображення культурної інформації у семантиці фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом

Фразеологічна семантика як продукт взаємодії мислення, свідомості, мови та мовлення формується в процесі утворення фразеознаки і є поєднанням її значення та змісту [11, с. 82]. 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.

З огляду на вищезазначене, ми вважаємо, що семантична структура фразеологічної одиниці з компонентом-гастрономом французької та української мов складається з таких інформаційних блоків, як денотативний, мотиваційний та конотативний. Останній характеризує ставлення мовця до предмета мовлення, його суб'єктивну характеристику денотата та є невід'ємним атрибутом семантики ФО з гастрономічним компонентом як одиниць вторинної номінації. Культурна інформація зберігається у ФО в денотативному блоці або в культурних конотаціях.

Згідно думки О. Левченко, «мовну картину світу певного народу формує, як відомо, цілий комплекс факторів: географічний, історичний, культурний, релігійний, під впливом яких створюється й так звана національна психологія, національна мовна особистість, національний менталітет» [3, с.26], тобто «у фразеологічній картині світу завжди діє опозиція «свій – чужий» [7, с.123]. Так, денотативний аспект фразеологічного значення вужчий від відповідного аспекту лексичного значення. Фразеологізм з гастрономічним компонентом позначає меншу кількість об'єктів, проте надає більш об'ємний обсяг інформації про них, що підтверджується також лексико- та фразеографічними джерелами. У тлумачних словниках, як правило, кількість слів, необхідних для передачі значення ФО, майже завжди перевищує кількість її компонентів. Приміром, для ФО франц. *«avoir la*

rêche» (букв. мати персик) дефініція: бути в гарній фізичній та моральній формі, а для укр. «дати хліб у руки» - значення у словнику – «допомогти здобути комусь засоби для існування (про освіту, спеціальність, роботу тощо) [45, с. 189]. Значення ФО, яка складається з 4 лексичних компонентів, передається за допомогою 11 слів. При цьому слід зазначити, що навіть така дефініція не в змозі відтворити всю повноту змісту ФО з гастрономічним компонентом.

Як бачимо, ФО з гастрономічним компонентом 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» [30, с. 130]. Цей процес веде до появи у складі ФО з гастрономічним компонентом компонентів, які відрізняються характером та ступенем семантичної маркованості.

Беручи до уваги, що на національно-культурну специфіку ФО вказує зміст культурної конотації, тобто інтерпретація образної основи [30, с. 115], у нашому дослідженні під конотативним макрокомпонентом значення ФО з гастрономічним компонентом розуміємо єдність оцінного, експресивного, емотивного, функціонально-стилістичного та національно-культурного компонентів. Приміром, у ФО франц. «*Vilain comme lard jaune*» - жадібний, як пожовтіле сало та укр. «у свинячий голос» - дуже пізно, невчасно [2, с.160] оцінна сема виражає «несхвалення», стилістична – вказує на приналежність до розмовного стилю, емотивна сема відображає негативне відношення мовця.

Конотація доповнює предметно-понятійний зміст фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом на основі асоціативно-фонових знань про реалію або ситуацію, містить оцінку та емотивне відношення

мовця до позначуваного [30, 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 [20, 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. ФО з гастрономічним компонентом можуть мати у своєму значенні і нефіксовану оцінку, тобто змінювати її в залежності від емпатії мовця / слухача. ФО «*Rouge comme une tomate*» - червоний як помідор, чи укр. «*почервонів, наче помідор*» може мати як позитивну, так і негативну оцінку. 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.

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 [30, с. 114], 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 ФО з гастрономічним компонентом є:

1) у сукупному фразеологічному значенні ФО відображають національну культуру своїми ідіоматичними значеннями. Вони є безеквівалентними, національно-специфічними, відтворюють реалії минулого і сучасного, які не зустрічаються в інших національних культурах. Наприклад, у франц. ФО «*Raisonner comme une huître*» - «ревіти, як устриця» гастрономічний компонент *huître* позначає їжу, пов'язану з характерним для Франції звичаєм вживати устриці, в укр. «*Їсти сухий хліб*» - жити у

нестатках, у бідності, нужді, пояснюється якою важкою працею добувався хліб простим українським селянам, часто залишались лише сухарі;

2) у прямому значенні вільного сполучення слів, що зазнало образного переосмислення. Такі ФО з гастрономічним компонентом відображають національну культуру своїми прототипами, в їх переносному значенні відображена соціально-культурна ситуація. Основою виникнення національно-культурних ФО з гастрономічною складовою є традиції, звичаї, побут, культура, вірування народу – носія мови. Соуси - це основа французької кухні, це її гордість. Тому в мові слово «соус» є досить популярною основою для порівняння: «*à toutes les sauces*» - під різними видами; «*ne savoir à quelle sauce le mettre*» - не знати як це піднести, не знати, що з цим робити; «*saucer son assiette*» - збирати соус з тарілки – вибирати найкраще. Наприклад, в українській культурі цінність *солі* відображена у поєднанні з культурним кодом *хліба*. Оскільки сіль широко використовувалася у народній медицині та у якості оберегу, у фразеологічній свідомості українців відображено магичні властивості солі: *сіль тобі в оці; сіль тобі на язик; як сіль в оці; як сіль у воді (зникнути), розсипати сіль (посваритися)*. Крім того, в українській фразеології відбито негативну конотацію солі як чогось пригнічуючого. Це може бути пов'язано як із солоністю сліз (*сіль в очах*), пекучості солі при контакті зі ураженою шкірою (*насипати на хвіст солі, сипати сіль на рану*).

3) у значенні окремих лексичних компонентів, гастрономічні ФО змістять безеквівалентну лексику, архаїзми, етнічно-культурні реалії. Приміром, гарний вигляд представниць жіночої статі у фран. ФО «*mon chou*» - моя капуста, так говорять про кохану людину, порівнюється з капустою особливого сорту. В Україні «*збирати вершки (на молоці)*» - брати собі все найкраще походить з часів, коли на податки у селян забирали сметану з молока.

Проте не всі ФО з гастрономічним компонентом є носіями національно-культурної інформації. Семантика **низки таких** ФО пов'язана із

загальнолюдськими знаннями про світ, якими володіє 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 ФО у створенні мовної картини світу, що дає право вважати їх носіями культурної інформації. Приміром, відповідником французької фразеологічної одиниці з гастрономічним компонентом «*s'emporter comme une soupe au lait*» - закипіти, як молочний суп в українській мові є ФО “закипіти як молоко”, тобто розізлитись, вийти з себе. Проте в основі метафоричного переосмислення лежать два різні образи, кожен з яких є характерним для своєї культури.

Отже, гіпотетично можна стверджувати, що ФО є носіями закодованої інформації, розшифрування якої може сформувати портрет певної нації. Іншими словами, за допомогою лінгвокультурологічного аналізу ми можемо розуміти взаємодію мови та культури, використовуючи синхронні зрізи.

1.3 Національно-культурна специфіка фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом французької та української мов

Досліджуючи національно-культурну специфіку фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом, можна зробити висновок, що Франція вважається законодавицею гастрономічних традицій. Французи у всьому дуже прив'язані до задоволення, і їжа, безумовно, одне з головних задоволень, причому, це одночасно радість нюху, смаку і вигляду.

В основі французької гастрономії лежить важливий соціальний аспект, оскільки найважливіші моменти в житті людини та суспільства у Франції нерозривно пов'язані із застіллям (із висновків комісії ЮНЕСКО). Це саме той елемент національної культури, який до цих пір не втрачений. Гастрономія - це в повному розумінні традиція взаємодії людей в суспільстві, де все відбувається навколо столу. Всі дружні та сімейні стосунки

зав'язуються, формуються і відбуваються за столом. Саме це визначає особливості Франції.

Французи - перша європейська нація, яка дійшла висновку, що кухня повинна зміцнювати здоров'я і перешкоджати серйозним хворобам. Французька кухня ґрунтується принципово на свіжих продуктах. Якість та властиві кожному продукту особливості зберігаються навіть після теплової обробки. Традиції здорового харчування існують кілька століть. Відомо, що ще слуга Наполеона на прохання імператора принести свинячі сосиски відповів: «Сір, те, що погано перетравлюється, не відноситься до гарної їжі» [66, с. 23].

Багато фразеологізмів перейшли до нас з французької мови або утворилися завдяки французькій мові. Так в українській мові є вислів «*бути не в своїй тарілці*». Ця фраза перейшла з французької мови, де вона звучить наступним чином: «*Ne pas être dans son assiette*» і перекладається як: «Бути в поганому настрої» або «бути в нестійкому стані». Слово «*assiette*» перекладається як: «настрій, стійке положення» і з їжею це не було пов'язано. Однак, слово «*assiette*» має ще й значення «тарілка», тому для іноземця цей вислів звучить двозначно [62, с. 31]. Отже, лексика французької кухні органічно увійшла в термінологію різних країн. Десятки слів (*ресторан, гарнір, омлет, соус, майонез, суфле, бульйон* і багато інших) є свідченням популярності французької кухні в усьому світі.

При виконанні дослідження також звертаємо увагу на характеристику української кухні. Відомо, що Україна не дуже вирізняється вишуканістю в області кулінарії – у нас високо цінується проста та ситна їжа. Власне українська кухня сформувалася доволі пізно – в основному до середини XVIII ст., що пояснюється тривалим і складним процесом становлення української нації.

Українська кухня увібрала в себе традиції деяких народів, самобутньо видозмінивши їх. З тюркської кухні було запозичено обсмажування овочів у олії, а страва турецької кухні дюш-вара перетворилася на українські

вареники. У XI-XII ст. з Азії почали завозити гречку. Своєрідність української кухні виражається, по-перше, у використанні таких продуктів як свинина, сало, буряк, пшеничне борошно, по-друге – у таких особливостях технології приготування їжі, як комбінована теплова обробка великої кількості компонентів страви на фоні одного визначального, яскравим прикладом чого є борщ. Нашій кухні властиво використання яєць, національними стравами є вироби з простого бездріжджового тіста: вареники, галушки, гречаники.

Важливу роль відведено овочам (морква, гарбуз, картопля, помідори), а також бобовим: бобам, сочевиці і особливо квасолі. Помідори та соняшникова олія мали особливий вплив на меню українців. З прянощів чи приправ переважно використовують цибулю, часник, кріп, перець, оцет. З фруктів та ягід національними можна вважати сливу, грушу, вишню, з яких роблять узвар

(55, с. 3-7).

Підсумовуючи вище зазначене, досліджувані ФО з гастрономічним компонентом поділяємо на **національно-культурні** та **загальнокультурні**. До **національно-культурних** ФО з гастрономічним компонентом відносимо:

1) **національно-специфічні фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом:**

а) першу групу складають ФО з гастрономічним компонентом, що відтворюють національну культуру значеннями своїх окремих компонентів (безеквівалентної лексики, архаїзмів, етнокультурних реалій). Наприклад, у Франції, страви зі свіжої риби, які часто використовуються в сучасній кулінарії, раніше були рідкістю для містян та селян, які їли, в основному, сушену і солону рибу. Тому в порівняннях можна зустріти: «*bête comme un hareng saur*» - дурний як копчений оселедець; «*maigre (sec) comme un hareng saur*» - худий як копчений оселедець; укр. «*Ні на макове зерно!*» - Анітрохи! Зовсім ні! Аж ніяк!, пов'язане з традицією українців вирощувати та

обробляти мак; «*мати серце з перцем*» - бути запальним, гострим, дотепним, використовувалося як характеристика людини;

б) другу групу становлять символічно марковані ФО. Наприклад, франц. *rotte* (яблуко) – символ успіху, попадання в ціль: «*aux rottes*» – “в яблучко”, чудово, прекрасно; укр. символ *сіть* - «сіть тобі в очі» – вживають як усталену формулу застереження від зурочення, що свідчить про збереження давніх міфологічних уявлень про сіть.

2) **фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом народного походження**, основою виникнення яких є звичаї, традиції, культура, побут, історія, фольклор, вірування та прикмети французького чи українського народу. Франц. «*avoir le IQ d'une huitre*» – букв. «мати IQ устриці» (тобто бути дурним, тупим).

Укр. *хліб - сіть* – зустрічати хлібом-сіллю дорогих гостей – звичай, що символізує добрі наміри, має глибоке коріння та дійшов до нашого часу. З цією традицією пов'язані такі фразеологізми: *хліб та сіть*, *водити хліб-сіть*, *хліб-сіть забувати*.

3) **авторські фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом**, що є цитатами з творів французьких авторів «*tuer la poule aux oeufs d'or*» – «зарізати курку, яка несе золоті яйця» (позбавити себе майбутньої вигоди через негайні потреби) прийшло до нас із XVIII століття. Вперше його вжив Жан де Лафонтен, натхнений відомим байкарем Езопом [62, с.31]. Інший приклад ФО, який з'явився завдяки творчості письменників, – вираз «*qui casse les oeufs les paie*» – «хто розбиває яйця, той платить» (кожен має відповідати за свої дії), цей фразеологізм було введено Бальзаком у XIX столітті [с.62, с.3.]. Таким чином, на основі наведених прикладів бачимо, що у ментальності французів закріпилася наступна ідея значення: яйця та молочні продукти = гроші/успіх. Це можна пояснити за допомогою дослідження історичного шляху утворення розглянутих висловів. Укр. «*хатня морква*» - сварка в сім'ї, між подружжям, належить І. Карпенку-Карому «А там (на базарі) купами капуста, буряки, морква городня, - а

хатньої моркви наші жінки не продають, держать про нужду, на нашу голову» [45, с. 406]

Серед *загальнокультурних фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом* розрізняємо:

1) *міжкультурні фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом*. 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 ФО з гастрономічним компонентом: франц. «*rouge comme une tomate*» – укр. «*червоний як помідор*» - в значенні *заширитись*; франц. «*doux comme le miel*» – укр. «*солодкий як мед*»; франц. «*gros comme un œuf*» - укр. «*розміром з яйце*».

2) *культурно специфічні фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом*. Поняття, явища або ситуації, що позначають ці ФО з гастрономічним компонентом, 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. Наприклад, деякі з фруктів - такі ж учасники історичних подій, як і люди. Варто згадати, *дамаську сливу*: після невдалого результату облоги Дамаска в 1148, повертаючись до Франції без трофеїв і багатств, учасники Хрестових походів привезли з собою живці сливових дерев (*Prune de Damas*), які були висаджені на півдні Франції. Ця подія лежить в основі образності французького виразу «*pour des prunes*» (букв. за сливи; тобто: *задарма; даремно*) [26, с. 125]. Укр. фразеологізм «*всмоктувати (вбирати) з молоком матері*» (добре засвоювати з перших днів народження), походить від уявлення про харчування як про природне засвоєння організмом людини чогось і позначає процес посиленого, глибокого сприйняття речей. *Вбирати* означає не просто

поглинати їжу, а перейматися духовним началом, куштувати духовну їжу [63, с. 153].

3) **фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом біблійного походження.** Джерелом виникнення низки ФО з гастрономічним компонентом є Біблія, проте кожна мова внесла свої корективи. Наприклад, франц. «*rouge comme une rotte d'ari*» (букв. червоний, як райське яблучко; дескриптор: бути рум'яним). Наприклад, укр. фразеологізм «*важкий хліб*» Бог, виганяючи Адама з раю, сказав йому: “В поті чола твого їстимеш хліб” (Буття, 3, 19). Ця фраза і є джерелом походження фразеологізму [45, с. 659].

4) **іншокультурні фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом,** джерелом походження яких є мова та культура іншого етносу. Наприклад, літературні та музичні твори, історичні події, звичаї та традиції іншого народу. ФО з гастрономічним компонентом франц. «*levure dans le peuple*» або укр. *дріжджі в народі* позначає низи суспільства. Вислів належить давньоримському письменнику і оратору Цицерону (106–43 рр. до н. е.) [63, с. 157].

Схему фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом французької та української мов зображено на рис.1.1

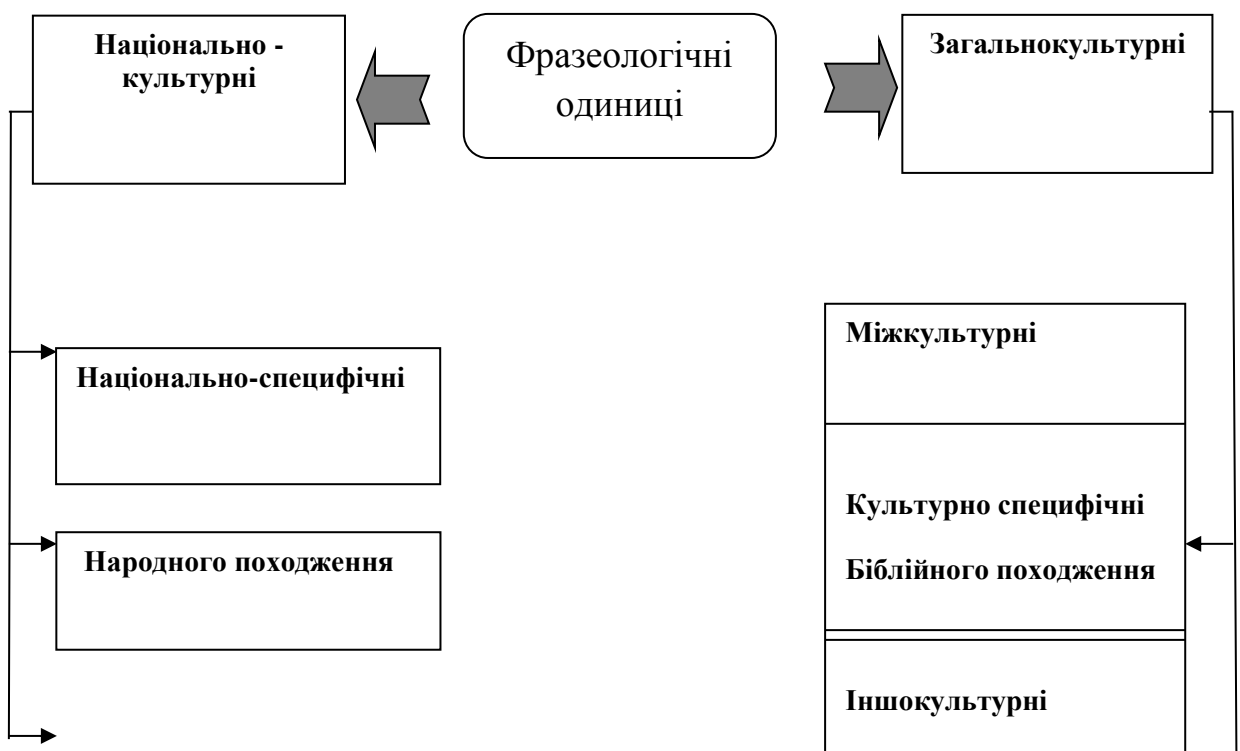




Рис. 1.1 Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом французької та української мов

Отже, семантична структура ФО з гастрономічним компонентом французької та української мов складається з денотативного, мотиваційного та конотативного макрокомпонентів значення. Структурними елементами конотації ФО є емотивність, оцінність, експресивність, функціонально-стилістична приналежність та національно-культурний компонент. Семантична маркованість слів-компонентів є наслідком семантичного перетворення слова в складову частину ФО. Культурна інформація відображена у ФО з гастрономічним компонентом експліцитно (у денотаті) або імпліцитно (через співвіднесеність асоціативно-образної основи з еталонами, стереотипами, символами національної культури). Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом французької та української мов відображають багатовікову історію народів, особливості їх культури, побуту, звичаїв та традицій. Проте фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом 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.

Висновки до першого розділу

На основі проведеного аналізу теоретичної частини пропонуємо наступні висновки:

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). В мовній картині світу кожний фразеологізм є складовою системи та засобом освоєння людиною світу, відповідає за відображення у мові культурних концептів.

2. Фразеологічна одиниця з гастрономічним компонентом в нашій роботі - це 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, солодошів, готових страв або напоїв у французькій та українській мовах. Компоненти-гастроніми ФО мають слівний характер. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом є нарізно-оформленими, стійкими та відтворюваними мовними одиницями.

3. Роль гастрономічного компонента у створенні цілісного значення досліджуваних ФО французької та української мов є різною. Заперечна значущість компонента-гастроніма виражається у відсутності спільних семантичних елементів у словниковому значенні даного компонента і в цілісному загальному значенні фразеологізму з гастрономічним компонентом. Наприклад, фразеологічне значення не базується на прямих чи переносних значеннях гастрономічного компоненту, а опирається на ситуативний зміст.

4. ФО з гастрономічним компонентом досліджуваних мов відображають їх національну культуру своїми ідіоматичними значеннями. Вони є еквівалентними, безеквівалентними, національно-специфічними, відтворюють реалії минулого та сучасного, які не зустрічаються в інших національних культурах

5. Лексика, що відноситься до сфери «Гастрономія» для французів є найбільш улюбленим семантичним стрижнем для формування фразеологізмів. Тому гастрономія є найбільш образною, виразною із сфер побуту у французькій мові, ніж в українській. Весь спектр образів, предметів,

дій, об'єднаних поняттям «Гастрономія», представлений у французькій мові через виразні засоби – фразеологізми.

6. Семантична структура фразеологізмів з гастрономічним компонентом французької та української мов складається з денотативного, мотиваційного та конотативного макрокомпонентів значення. Структурними елементами конотації ФО є емотивність, оцінність, експресивність, функціонально-стилістична приналежність та національно-культурний компонент. Семантична маркованість слів-компонентів є наслідком семантичного перетворення слова в складову частину ФО з гастрономічним компонентом. Дані ФО є національно-культурні та загальнокультурні. У фразеологізмах досліджуваних мов семантика та конотативність гастрономічного компоненту дещо відрізняється. Якщо у французькій фразеології відношення позитивної конотації до негативної приблизно співпадає, то в українській превалує негативна конотація.

Сформовані у розділі I теоретичні передумови вказують на подальшу доцільність дослідження фразотворчої активності компонентів-гастронімів ФО з гастрономічним компонентом французької та української мов у ході первинного та вторинного фразотвору з урахуванням лінгвальних та екстралінгвальних чинників.

РОЗДІЛ 2 ШЛЯХИ УТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ-ГАСТРОНІМОМ ФРАНЦУЗЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

2.1 Дослідження фразотворчої активності компонентів-гастронімів у двох мовах

Фразеологізми з гастрономічним компонентом відображають національну своєрідність історії, культури, традиційного способу життя французького та українського народів відповідно та є сегментом фразеологічної картини світу цих етносів. Досліджувані ФО 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 народів, з їх побутом, фольклором та літературою. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом відтворюють як минуле французів та українців, так і розкривають теперішній характер народів.

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 [65, 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 [57, с. 119]. Тематична група – слова, поєднані одним спільним, родовим поняттям і тематично [18, с. 5].

Виділення тематичних груп гастрономічних компонентів тісно пов’язане зі сферою харчування французького та українського народів, розвитком виробничих відносин та продуктивних сил, і показує, як позамовні чинники впливають на розвиток лексики. З метою визначення участі певних тематичних груп лексики у формуванні досліджуваного корпусу ФО та на основі предметно-поняттєвого співвідношення слів компонентів-гастронімів фактичного матеріалу було розподілено на 4 тематичні групи:

1. Продукти харчування тваринного та рослинного походження
2. Смакові добавки, сировина та приправи
3. Готові страви
4. Напої

Нижче представлена зведена таблиця гастрономічних компонентів ФО французької та української мов за тематичною приналежністю:

Таблиця 2.1

*Тематична приналежність гастрономічних
компонентів ФО французької та української мов у %*

Тематична група/підгрупа	Французька мова	Українська мова
--------------------------	-----------------	-----------------

	Кількість ФО	Питома вага, %	Кількість ФО	Питома вага, %
1. Продукти харчування тваринного та рослинного походження	600	58,14	665	67,10
а) Злакові, крупи та мучні вироби	123	11,92	147	14,83
б) М'ясо та м'ясні продукти	112	10,85	127	12,82
в) Овочі та зелень	96	9,30	118	11,91
г) Молоко та молочні продукти	94	9,11	97	9,79
д) Фрукти і ягоди	75	7,27	84	8,48
е) Солодощі, горіхи та сухофрукти	57	5,52	78	7,87
є) Риба та рибні продукти	43	4,17	14	1,41
2. Смакові добавки, сировина та приправи	183	17,73	109	11,00
3. Готові страви	145	14,05	127	12,82
4. Напої	104	10,08	90	9,08
Всього	1032	100	991	100

До **першої групи** увійшли гастрономічні компоненти, які називають **продукти харчування тваринного та рослинного походження** (у французькій мові 600 фразеологічних одиниць, а в українській – 665 відповідно), та становлять найбільшу частку досліджуваних ФО (58,14% у французькій мові та 67,1% в українській мові). Ця група є структурно складною та містить сім тематичних підгруп (злакові, крупи та борошняні вироби; м'ясо та м'ясні продукти, яйця; овочі та зелень; молоко та молочні продукти; фрукти та ягоди; солодощі, горіхи та сухофрукти; риба та рибні продукти), кожна з яких має різну активність у процесі фразотворення у французькій та українській мовах.

а) Злакові, крупи та борошняні вироби. Тематична підгрупа, до якої входять такі гастрономічні компоненти, як *le pain/хліб*, *la brioche/тістечко*, *la farine de blé/ пшеничне борошно*, *le riz/рис та ін.*

Лексема *rain/хліб* є найуживанішою у досліджуваних ФО з гастрономічним компонентом. В обох лінгвокультурах хліб символізує щось життєво необхідне, як в матеріальному, так і в духовному плані: фран. «*rain quotidien (donnez-nous notre pain quotidien)*» та укр. «хліб насущний». Ця фразеологічна одиниця походить від молитви, наведеної в Євангелії: «Хліб наш насущний дай нам сьогодні». В даному вислові хліб символізує не тільки їжу матеріальну та духовну, але й джерело сили, яке постійно підживлює наше духовне життя.

У французькій та українській мовній картині світу хліб символізує також мінімум харчування: укр. «*посадити на хліб і воду*», «*сидіти на воді та хлібі*», «*перебиватися з хліба на квас*» та фран. «*vivre au pain et à l'eau*» - «жити з хлібом та водою», «*mettre qn au pain et à l'eau*» - «посадити когось на хліб з водою», «*manger du pain sec*» - «їсти сухий хліб», «*chercher son pain*» - «шукати заробітку» та інші.

В обох мовах хліб символізує заробіток, самостійне забезпечення себе: укр. «*заробляти на хліб*», «*мати свій хліб*», фран. «*gagner son pain*», - «заробляти на хліб», «*gagner son pain à la sueur de son front*» - заробляти хліб в поті чола. В українській та французькій мовах хліб символізує і позбавлення заробітку: укр. «*хліб відбити (відбивати)*», фран. «*enlever (ôter, retirer) le pain de la bouche*» - «забрати хліб з рота».

Крім лексеми *хліб* у фразеологізмах української та французької мов представлені найменування й інших хлібобулочних виробів: укр. «*сяяти як млинець*» - бути задоволеним, «*тертий калач*» - про досвідчену, хитру людину; «*хочеш їсти калачі – не сиди на печі*» - «щоб щось мати, потрібно працювати, *відкусити шматок пирога*» - жадібність, фран. «*faire du biscuit*» - «запастися бісквітом»; «*faute de pain on mange de la brioche*» - якщо немає хліба, нехай їдять тістечка, «*faire des brioches*» - робити дурниці, «*avoir une*

brioche au chaud» - бути вагітною, «*plat comme une galette*» - плоский, як тісто, «*avoir sa part au gâteau*» - мати свою частку вигоди, ділити прибуток.

Отже, під час проведеного нами дослідження було виявлено, що фразеологічні одиниці із компонентом-гастрономом даної підгрупи вживаються досить часто (123 приклади, 11,92% всієї вибірки у французькій мові, 147 прикладів, 14, 83% всієї вибірки в українській мові)

б) М'ясо та м'ясні продукти, яйця. Підгрупа охоплює такі гастрономічні компоненти: *la viande*/м'ясо, *jambon*/шинка, *le bacon (lard)* /сало, *le saucisson*/ковбаса, *les oeufs*/яйця та ін., а також складає 112 прикладів, 10,85% всієї вибірки у французькій мові, 127 прикладів, 12,82% всієї вибірки в українській мові.

Популярність в українській кухні м'ясних виробів знайшла своє відображення у численних ФО з гастрономічним компонентом *м'ясо*, який є одним із найуживаніших у досліджуваних фразеологізмах. Наприклад, «*знає кішка, чиє м'ясо з'їла*» - про людину, яка знає свій поганій вчинок, «*ні риба, ні м'ясо*» - не має точного визначення, «*голодному і хрищ м'ясо*» - про неперебірливу людину. Треба відзначити, також французькі фразеологізми з компонентом *la viande*/м'ясо: - «*la viande creuse*» - пісне м'ясо; марні надії, «*ce n'est pas la viande prête*» - це ще довга пісня. Також, варто зазначити, що у ментальності французів компонент *м'ясо та м'ясні продукти* має негативне забарвлення: «*oeil bordé de jambon*» – «око, обрамлене шинкою», червоні від втоми очі, «*acheter un canard*» – «купити качку», що означає «повірити у фейкову новину», «*viande froide*» – «холодне м'ясо» - труп.

В українській фразеокультурі найбільш популярним продуктом тваринного походження є сало. Фразеологічні одиниці з компонентом *сало* мають позитивну конотацію, вказуючи на щось приємне та бажане «*як кіт на сало*», «*як салом мастити*», «*як салом по губах*». Натомість, ставлення французів до правильного харчування також простежується через виразні засоби мови: «*venir comme lard aux pois*» - підходити як сало до гороху, тобто

те, що не поєднується між собою, «*ne pas attacher ses chiens avec des saucisses*» - бути великим скнарою».

Визначне місце у цій підгрупі посідає компонент *les oeufs/яйця* в обох мовах. 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. Так, наприклад, у французів поняття «успіх та прибуток» асоціюється з лексемою: *oeufs* – «яйця», що відображено у фразеологічних одиницях «*tuer la poule aux oeufs d'or*» – «вбивати курку, яка несе золоті яйця» (позбавити себе майбутньої вигоди через негайні потреби, «*qui casse les oeufs les paie*» – «хто розбиває яйця, той платить» (кожен має відповідати за свої вчинки). Позначення довгої роботи є наближеним до семантики компоненту *яйце* в українській мові: «*носитися як курка з яйцем*» - довго чимось займатись без результату, «*як квочка на яйцях*» - «опікуватись кимось, чимось».

в) Овочі та зелень є значною підгрупою за кількістю гастрономічних компонентів: *la pomme de terre/картопля, le chou/капуста, la betterave/буряк, le piment /перець, la tomate/помідор та ін.*, які беруть участь в утворенні 96 фразеологізмів, 9,30% всієї вибірки у французькій мові, 118 прикладів, 11, 91% всієї вибірки в українській мові досліджуваних ФО з гастрономічними компонентами.

На сьогоднішній день не можна уявити меню українців без картоплі, яка стала одним із основних продуктів харчування та інгредієнтом багатьох страв. Картопля в Україну потрапила в XIX ст. Спочатку 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. Але згодом вони зрозуміли, що варена картопля дуже смачна та ситна [с.267]. І вже наприкінці XIX ст., коли виникали великі міста, картопля була найважливішим продуктом харчування, особливо для бідніших верств населення → «*картопля – другий хліб*» – «маючи картоплю, завжди будеш

ситим та в достатку. У французів лексема *картопля* асоціюється не тільки з бідністю, а й з правильною її обробкою, що відображено у вислові : «*Personne ne veut manger des pommes de terre crues*» - «ніхто не хоче їсти сиру картоплю»

Так, для визначення червоного кольору у французькій мові ми знайшли сім варіантів порівняння з рослинами: - «*rouge comme une betterave (une cerise, une gigue, une framboise, une fraise, une pomme, une tomate)*» - «червоний (рум'яний) як буряк (вишня, черешня, малина, суниця, яблуко, помідор)». В українській мові є цілковиті аналоги – «червоний як буряк, червоний як помідор». Всі досліджувані ФО з гастрономічним компонентом *помідор* виникають в Україні лише на поч. або в сер. ХХ ст. В їжу почали вживатися спочатку французами з часів Революції, пізніше потрапили і в українську кухню [с.287]. Приміром, фран. «*envoyer des tomates*» - закидати помідорами, про погану гру акторів, а в Україні є фразеологізм «*закидати яйцями*», «*air tomate*» - «виглядати як помідор, мати дурний вигляд.

Перець в обох мовах асоціюється з гостротою та перчинкою : фран. «*donner du piment à la conversation*» - «надати розмові гостроти», укр. «*гострий як перець*» - «про в'їдливу людину». Також лексема *перець* може вживатися у фразеологізмі у значенні суворо покарати кого-небудь: «*всипати (дати) перцю комусь*».

г) Молоко та молочні продукти. Тематична підгрупа представлена у нашому дослідженні такими гастрономічними компонентами: *lait/молоко, beurre/масло, fromage/сир, la crème/вершки та ін*, які входять до складу 94 фран. ФО з гастрономічним компонентом, що становить 9,11% вибірки та 97 укр. ФО, що становить 9,79% вибірки. Сир є одним із улюблених гастрономічних ласощів французів, що зумовило фразотворчу активність компоненту *fromage/сир*. Він є складовою багатьох десертів, солодких страв та їх неодмінним інгредієнтом. Разом з Італією, Швейцарією, Нідерландами Франція є однією з найважливіших країн-виробників сиру і виготовляє понад 150 сортів. Тому, дуже багато фран. фразеологізмів з цим компонентом:

«*fromage et dessert*» - чого тільки душа не побажає, «*trouver un bon fromage*» - знайти неважку роботу, «тепле місце». В українців сир також є символом благополуччя «*як сир в маслі*» - спокійне, багате життя.

В українців молоко - символ краси і здоров'я: «*дівчина – кров з молоком*» (має квітучий, здоровий вигляд). Натомість, ми знайшли цікавий приклад, що молоко - символ нездійсненої мрії у фран. виразі «*pot au lait de Perrette*» - глечик з молоком Перетти. Образ взятий з байки Лафонтена про молоду селянку, яка несе на ринок глечик молока, продавши яке, вона зможе купити курчат, поросят і теля. Так, мріючи, вона упускає і розбиває глечик, і разом з ним розбиваються її мрії, стають нездійсненими. Масло у Франції є традиційною намазкою на багет, тому цей компонент у фразеологізмі є ознакою багатства та успіху, так як і в давні часи: «*battre son beurre*» - «знімати вершки, брати саме найкраще», «*mettre du beurre dans...*» - жарт. «покращити свій фінансовий стан». В укр. висловах масло теж має значення достатку «*як сир у маслі катається*», «*як вареник у маслі*», «*маслом каші не зіпсуєш*».

д) Фрукти та ягоди. Тематична підгрупа охоплює: *ananas/ананас, banane/бана* , *cassis/чорна смородина, citron/лимон, pomme/яблуко, raisin/виноград, poire/груша та ін.*

Пласт ФО з компонентом - найменуванням фруктів менший, ніж з овочами, нами виявлено 75 прикладів, 7,27% всієї вибірки у французькій мові, 84 приклади, 8, 48% всієї вибірки в українській мові.

- *ananas* (ананас): «*avoir des couilles comme des ananas*» - «мати м'язи, як ананаси, тобто бути сміливим і мужнім»; (тут слово *couilles* є одиницею зниженого порядку);

- *banane* (банан): «*peau de banane*» - «бананова шкірка: пастка, труднощі, які сповільнюють рух вперед), «*glisser sur une peau de banane*» - «послизнутися на банановій шкірці: несподівано зробити дурну помилку з неприємними наслідками», в українській мові є аналог «*послизнутися на банановій шкірці*»

- cassis (чорна смородина): «*piquer au cassis*» - «вколотися об смородину, виникнути в свідомості (про думки, наміри)»

citron (лимон): «*presser comme un citron*» - «вичавити, як лимон: втомити, вимотати», що також відображається в аналогічній ФО українській мові «*вижатий як лимон*». Також знайдено ФО з компонентом *apelsin* – «*розуміється як свиня в апельсинах*» - погано розбиратися в чому-небудь»

- pomme (яблуко): «*haut comme trois pommes à genoux*» - «високий, як три яблука на колінах: маленький, невисокий), «*garder une pomme pour la soif*» - «зберегти яблуко для спраги»: бути передбачливим». В українській мові найвідомішим фразеологізмом з цим компонентом є «*яблуко від яблуні недалеко падає*» - «про передачу негативних рис з покоління в покоління», а також «*червоне яблучко, та всередині черв'ячок*» – що добре зовні, те може бути поганим всередині.

- raisin (виноград): «*manger les raisins et laisser les pépins*» - «залишати виноградні кісточки: скористатися кращим».

- poire (груша): «*laisser mûrir la poire*» - «дати груші дозріти: чекати сприятливого моменту», «*entre la poire et le fromage*» - «між сиром і грушею: між двома ситуаціями». Укр. «*груші на вербі*» - щось неможливе та неіснуюче.

е) Солодощі, горіхи та сухофрукти. Підгрупа представлена такими компонентами: *noix/горіх, pruneau /чорнослив, figue/інжир, figa, datte/фінік, miel /мед та ін.* 57 прикладів, 5,52% всієї вибірки у французькій мові, 78 приклади, 7,87% всієї вибірки в українській мові.

У межах тематичної підгрупи найактивніший є *noix/горіх*, історія якого почалася ще 7 000 р. до. н. е. Фран. «*noix dure à briser*» - міцний горішок (про людину), «*marcher sur les noix*» - «ходити на горіхах: ледве волочити ноги, «*bobards à la noix*» - (зневажливо), небилиці, вигадки. В українській мові «*дістати на горіхи*» - «дістати прочуханки» має негативну конотацію.

Також досить продуктивним є компонент *miel /мед*. Укр. ФО «*як (коли) мед, то й ложкою*» – вживається для вираження надмірного прагнення до

чогось, як вияв надмірності в чому-небудь; занадто багато хотіти, «одна бджола мало меду носить» - «будь-яку справу краще робити разом», «де мед, там і мухи» - «завжди знайдуться люди, готові скористатися будь-чим спокусливим». Фран. «*être tout miel*» - «розсипатися в меді: бути надто улесливим», «*lune de miel*» - «медовий місяць», «*nul miel sans fiel*» - «в будь-якій бочці меду є ложка дьогтю», що має український аналог «в бочці меду та ложка дьогтю».

У низці досліджуваних ФО простежується як позитивна, так і негативна конотація: *datte* (фінік): «*gagner des dattes*» - «заробити на фініки: нічого не отримати», «*figue* (фіга, інжир): «*fripé comme une vieille figue*» - «зморщений, як стара фіга: зморшкуватий», в українському арго «*фіга з маслом*» - «нічого не отримати», *pruneau* (чорнослив): «*noir et sec comme un pruneau*» - «чорний і сухий, як чорнослив: темношкірий і худорлявий».

є) **Риба та рибні продукти** є найменшою за кількісним складом у нашому дослідженні та охоплює: *poisson/риба, hareng/оселедець, caviar/ікра, huitre/устриці* та ін. 43 приклади, 4,17% всієї вибірки у французькій мові, 14 прикладів, 1,41% всієї вибірки в українській мові.

Риба була одним з перших і основних продуктів харчування. Франція є рибною країною. Тож розмаїття рибних страв та невід'ємність риби та рибних продуктів у меню французів знайшло своє відображення у фразеології: «*bête comme un hareng saur*» - «дурний як копчений оселедець: дурна людина»; «*maigre (sec) comme un hareng saur*» - «худий, як копчений оселедець: дуже худорлява людина»; «*être serré comme des harengs (en saque)*» - «бути набитими як оселедці в бочці: тісно в приміщенні чи в транспорті»; «*raisonner comme une huitre*» - «міркувати як устриця: тупа людина»; «*bailler comme une huitre*» - «позіхати (як устриця) на повний рот: некультурна людина», «*manger le caviar à la louche*» - «їсти чорну ікру ополоником: бути дуже багатим».

В українській фразеології позитивна конотація фразеологізмів з компонентом **риба**, можливо, пов'язана з тим, що саме рибна юшка була дуже популярною

серед козаків: *як риба з водою; і риби наловити, і ніг не змочити*. Також нами не було виявлено фразеологізмів з іншими компонентами, крім ікри: *«ікру ложкою їсти»* - «про заможну, забезпечену людину», що пояснюється тим, що в українців не було такої популярності ікри серед рибних продуктів

До **другої тематичної групи** належать лексеми, які називають **смакові добавки, приправи та сировину**. Вона представлена таким компонентами: *sel /сіль, sucre/цукор, poivre/перець, cannelle/кориця та ін.*

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. Для прикладу, виникали такі фразеологізми *«avoir un grain de sel»* - «бути з частинкою солі: мати якісь свої якості», *«fin comme du gros sel (dans une boîte à sucre)»* - ірон. «позбавлений почуття гумору», має аналог з компонентом *sucre*, *«mettre son grain de sel»* - «ірон. додавати свою сіль: встрявати зі своєю думкою». В українській фразеології відображено негативну конотацію солі як чогось, що пригнічує. Це може бути пов’язано як із солоністю сліз (*сіль в очах*), пекучості солі при контакті зі ураженою шкірою (*насипати на хвіст солі, сипати сіль на рану*), більш яскравим (позитивна конотація фразеологізму) або пересоленим (негативна конотація) смаком, що виникає при додаванні солі до їжі (*додати солі, але відважити солі, пуд солі з’їсти*). Останній варіант мотивованості паремій яскраво підкреслює приказка *«Недосол на столі, пересол на голові»* – пересолена страва вважалася більш невдалою, ніж недосолена.

Історія бджільництва має в Україні 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 солодким золотом” та вважався розкішшю. Звідси → *«додати цукру»* - «покращити життя, забезпечити матеріальний стан». У фран. ФО *sucre/цукор* має теж

значення покращення життя: «*se sucrer*» - «собі цукор» - ірон. себе не забувати; забирати собі велику (кращу) частину, та рис характеру «*ne pas être en sucre*» - «бути не цукровим - мати важкий характер.

Кориця (cannelle). 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 *cannelle* «*mettre (tout) en cannelle*» - «стерти на корицю: стерти на порошок», «*avoir les jambes en cannelle*» - «мати корицеві ніжки: валитися з ніг від втоми». В Україні фразеологізми з лексемою кориця не є досить популярним, знайдено лише «*додати кориці*» - «додати щось приємне в будь-яку справу»

Третю тематичну групу складають назви **готових страв**: *soupe/soup*, *борщ*, *bouillie/каша*, *saucе/соус* та ін.

Каша та суп є найдавнішими видами готових страв в історії харчування людини. У багатьох українських сім'ях 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. В Україні найголовнішою стравою є *борщ* - рідка страва, що вариться з посічених буряків, капусти з додатком картоплі, моркви та різних приправ. Тому більшість сталих виразів мають позитивні значення: «*Борщ усьому голова*» - «другий хліб українців, «*байка байкою, а борщ стигне*» - «спочатку їжа, а потім розмови».

Треба відзначити, що з поняттям *soupe/sупом* пов'язані всі складові французької гастрономічної культури, тому цей компонент зустрічається в багатьох фразеологізмах: «*(arriver, tomber) comme les cheveux sur la soupe*» - «виявитися як волосся в супі - зовсім недоречно, невчасно»; «*soupe populaire*» - 1) безкоштовний суп для бідняків 2) благодійна організація; «*je suis trempé comme une soupe*» - «я промокнув як суп: попав під сильний дощ».

Велика кількість фразеологізмів містять слово «*bouillie/каша*». Закономірність цього пояснюється тим, що спочатку вона була основною їжею простих людей. Фран. «*il a de la bouillie dans la bouche*» - «каша в роті: про людину, яка незрозуміло говорить», «*de la bouillie pour les chats*» - «каша для котів: марна справа, непотрібні турботи», «*le nez en bouillie*» - «ніс в каші: розбитий ніс». Укр. «*заварити кашу*» - «почати неприємну справу, яку потрібно закінчувати», «*мало каші з'їв*» - «не вистачає сил, про маленьку дитину», «*хто кашу заварив, той і мусить їсти*» - «хто наробив лиха, повинен тепер розібратися і в наслідках».

У французькій мові компонент *sauce/соус* також є популярною основою для порівняння: «*à toutes les sauces*» - «під різними соусами: під різними видами»; «*varier la sauce*» - «міняти соус: представляти одне і те ж по-новому». В українській мові, не виявлено фразеологізмів з лексемою *соус*, це пояснюється непопулярністю даної страви.

До **четвертої тематичної групи** віднесені компоненти - гастроніми на позначення алкогольних, слабоалкогольних та безалкогольних напоїв: *bière/пиво, eau/вода, vin/вино, café/кава, thé/чай, квас та ін.*

Хоча пиво не є улюбленим напоєм французів, але має давню традицію, яка відображена у фразеологізмах: «*ce n'est pas de la petite bière*» - «це не маленьке пиво: це хороша робота», «*enseigne à bière*» - «навчаю пиву: незрозуміла мазня (про картини). В українців пиво – символ гуляння та веселощів: «*і я там був, мед, пиво пив*» - «добре святкували», «*молоде пиво шумить*» – «молоді люди завжди більш запальні та енергійні».

Найбільш продуктивним компонентом в обох мовах є *eau/вода*. Це відображено у фран. «*être le bec dans l'eau*» - «бути дзьобом у воді: розгубитись, не знати, що відповісти», «*se jeter à l'eau*» - «кинутись у воду: поринути у вир життя», «*faire voir de son eau*» - «показати свою воду: показати на що ти здатний. В українських фразеологізмах з водою пов'язане все земне життя: «*чистої води*» - «справжній», «*багато води утекло*» -

«пройшло чимало часу», «вийшов сухим з води» - «вдалось уникнути покарання».

У XVI ст. у Франції з'являються 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, оскільки голандці 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 й іншим європейцям. 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 [с.253]. Фран. «*marcher au thé*» - «ходити по чаю: жарг. пиячити, закладати», «*ce n'est pas ma tasse de thé*» - «це не моя кружка чаю: це мені не до вподоби», укр. «*запросити на чай*» - «запросити на гостину», «*дати на чай*» - «залишити гроші офіціанту». Кава також недавно з'явилась, що відображено у невеликій кількості ФО з цим компонентом: фран. «*c'est un peu fort de café*» - «трохи забагато кави: це вже занадто, понад всяку міру», «*etre de mal café*» - «бути у поганому настрої», укр. «*за кавою*» - «розмова під час пиття кави».

У Франції з вином пов'язані всі аспекти життя, що віддзеркалено у мові: «*vin de deux feuilles*» - «дворічне вино»; «*sac à vin*» - «мішок для вина: п'яниця»; «*un vin d'adieu*» - «прощальна гулянка», «*vin d'une oreille*» - «вино для вуха: хороше вино». В українському фразеологізмі «*зелене вино*» має значення «горілки», «*п'янкий як вино*» - «має алкоголь».

Отже, у ході роботи було проаналізовано 1032 ФО з гастрономічним компонентом французької мови та 991 ФО з гастрономічним компонентом української мови. Найактивнішими з них у фразотворенні є *rain/хліб, soupe/суп, eau/вода, vin/вино, les oeufs/яйця*.

Таким чином, кожна з тематичних груп досліджуваних ФО по-різному представлена гастрономічними компонентами. Найбільшою за кількісним складом та найактивнішою у фразотворчому процесі ФО є тематична група

“Продукти харчування тваринного та рослинного походження”. Вона є розгалуженою та містить сім підгруп. Одна з найменших за кількістю гастрономічних компонентів 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 слабоалкогольних напоїв*. Пасивними у процесі фразотворення ФОГК є лексеми, які називають *солодкі вироби та сухофрукти*. Розкриття фразотворчої активності компонентів - гастронімів досліджуваних одиниць дозволило виявити взаємозв'язок між їх входженням до складу фразеологізму та суспільними факторами, що створили необхідні для цього передумови.

2.2 Формування фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході первинного фразотвору у французькій та українській мовах

У ході дослідження було виявлено, що більшість ФО з гастрономічним компонентом французької та української мов (76% та 69% відповідно) утворено в процесі первинного фразотвору, найпродуктивнішими відносинами якого є лексико-семантичні. Фразеологізми з гастрономічним компонентом виникають лексико-семантичним шляхом на основі переосмислення стійких словосполучень та вільних словесних поєднань. Основними семантичними механізмами перетворення значення ФО з компонентом- гастронімом є метафора, метонімія та їх різновиди.

Метафоричне переосмислення є одним із найважливіших джерел збагачення фразеологічного фонду української, а також французької мов (416 прикладів французької мови, 53% від вибірки та 403 приклади української мови, 59% від вибірки), та комплексу ФО з гастрономічним компонентом зокрема.

Метафора є складним багатоаспектним лінгвістичним явищем, дослідженням якого присвячено низку праць вітчизняних та зарубіжних вчених. Основним принципом метафори є антропометричний принцип, згідно якого людина є мірилом всіх речей [30, с. 74]. 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 [10, с. 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 [29, с. 108]; як семіотична закономірність, що виявляється у використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої.

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 реалізує невидиму картину світу. Метафора викликає взаємодію емпіричного досвіду, культурного надбання, мовної компетенції колективу та пізнавальних процесів. Семантичне перетворення прототипу ФО з компонентом-гастронімом веде до фразеологічної абстракції. За допомогою процесу мислення у свідомості формується значення, що відповідає певному поняттю, але саме це поняття не може бути конкретним. [64, с. 145–146].

Керуючись корпусом досліджуваних одиниць, було проведено вибірку із французьких та українських інтернет видань *Lefigaro.fr*, *lemonde.fr*,

Gazeta.ua, Ukrinform.ua. Метафоричне переосмислення досліджуваних ФО з гастрономічним компонентом французької та української мов ґрунтується на переносі значення на основі схожості:

- **почуттів** → фран. «*Petit lexique amoureux du pain*» - «маленький лексикон закоханого в хліб» [80], укр. «*Попри все, великий вибір морепродуктів, та сирний рай дозволяють нам пережити розлуку з салом безболісно* [70].

- **дії** → фран. «*Le beurre a une vertu insoupçonnée : il fait rire. Un rire jaune, raince parfois, mais un rire tout de même, pour oublier la pénurie*». [76] – «У масла є неймовірна чеснота: вона змушує вас сміятися. Жовтий сміх, іноді прогірклий, але все одно сміх, щоб забути про брак»; укр. «*Я не працюю, але роблю все можливе, щоб чоловік мав доглянутий дім і родину, - ділиться місіс Джонсон. - Для привабливого вигляду я щодня відвідую масажиста і граю в теніс. Думаєте хочеться в мої роки? Мушу, так відробляю свій хліб* [68].

стану → - фран. «*doux-ou-demi-sel-quel-beurre-etes-vous?*» - «солодке чи напівсолоне, яке ви масло?» [76] – фразеологізм про психологічний стан, характер людини; укр. «*Казали також: "Нащо так відкриватися? Тебе ж потім закидають помідорами, як психа"*. [71] - про страх перед незнайомим.

явищ, подій →; фран. «*Brexit : « Une stratégie qui ressemble furieusement à demander le beurre et l'argent du beurre...»* - «Брекзит: "Стратегія, яка люто виглядає як прохання масла і з'їсти його теж ...» [75] - заголовок статті про економічну політику Британії, укр. «*Коли був в Україні, зателефонував працівник: "Ти де? Яка Україна? Тут яблуку ніде впасти"*. *Мусив повертатися*» [73]- про вдалий бізнес.

- **зовнішнього вигляду** → фран. «*La Malédiction de l'escargot*» explore aussi la beauté et la fragilité des rapports filiaux» – «Прокляття равлика» також досліджує красу та крихкість родинних відносин. [81]; укр. «*Ще одна цікава техніка фарбування має назву "сіль і перець"*. За її допомогою майстер-

колорист "грає" з холодною палітрою - платиновими, сріблястими та чорними відтінками.» [72] – про фарбування волосся у жінок.

- **вражень** → фран. «*Le fromage, comme un coq en pâtes*» - «сир як півень з макарон» -«сир смачний як вдома» [78], укр. «*І борщ є свого роду соціальним інструментом, який може не те, щоб об'єднати українців, а показати, що ми вже об'єднані борщем.*» [67]- про схожість людей, які мають однакові вподобання. Поява ФО з гастрономічним компонентом, як у французьких, так і українських 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 яких у сферу політики, економіки, історії робить доступнішим для розуміння складних політичних, економічних чи історичних дій та процедур. В інформаційних текстах фразеологізми з гастрономічним компонентом є свого роду "інструментами налагодження та встановлення контакту між адресатом та реципієнтом", оскільки вони допомагають розтлумачити та донести складну політичну чи економічну інформацію усім зрозумілою мовою гастрономії.

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 ФО. Вона визначається, головним чином, семантичними факторами, проте на її ступінь впливають структурно-граматичні ознаки ФО з гастрономічним компонентом. Метафоричне чи метонімічне переосмислення побудоване на аналогії, яка по-різному знаходить своє відображення у досліджуваних ФО. В більшості випадків порівняння є імпліцитним, тобто впливає лише зі смислового змісту. І метафора, і метонімія містять приховане порівняння [23, с. 185].

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 [34, 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 (125 прикладів французької мови, 16% від вибірки та 82 приклади української мови, 12% від вибірки) ФО з гастрономічним компонентом. В основі метонімічних фразеологізмів з гастрономічним компонентом лежать 1) *асоціації за суміжністю*. Наприклад, у фран. фразеологізмі «*entre la poire et le fromage*» – «між сиром та грушею: за десертом» (раніше груші та сир подавалися до столу на десерт) час після їжі, коли сервірують солодкі страви, позначається через продукти, які подаються на десерт. Перенесення найменування відбулося на основі часових відношень; в укр. фразеологізмі «*заробити на хліб з маслом*» - «мати непоганий достаток», аналогічно відбулося перенесення найменування на основі часових відношень, оскільки раніше масло було дорогим, і хто міг заробити на нього, той мав гроші; 2) *асоціації за причинно-наслідковим зв'язком*. У фран. ФО «*vin de deux oreilles*» – «вино для двох вух – прекрасне вино» дія (організація вечора) позначається через знаряддя дії (вино), оскільки вживання вина було і є невід'ємним атрибутом вечора французів зі світськими бесідами. Дія може позначатися і через результат, як це відбулося в укр. ФО «*Нема хліба – їж пироги*» – «будь задоволений тим, що маєш».

ФО з гастрономічним компонентом французької та української мов можуть бути повністю або частково переосмислені. Значення генетичного прототипу не завжди сприяє розумінню самого фразеологізму. Як зазначає

А. Г. Назарян, образні ФО 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 [24, с. 156]. Так, при визначенні ФО «*être dans la sauce*» – “бути в соусі – бути в неприємному положенні, стані» неможливо використати слова *être dans* – “бути” та *sauce* – “соус”. Перенос назви з денотату прототипу ФО ґрунтується на схожості дій. Ця ФО пов’язана з уявленням про те, що вираз обличчя людини, яка вимащується в соус, схожий на той, коли вона зазнає поразки чи невдачі.

При **частковому переосмисленні** відбувається лише заміна диференційної семи вільної сполуки, та збереження архісеми [24, с. 160]. В укр. фразеологізмі «*коштує як хліб*» – “це недорого”, переосмисленим є лише останній компонент «*хліб*», 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 ФО з гастрономічним компонентом актуалізується конотативна сема лексеми *Хліб* – “дешевий, доступний”. У фразеологізмі «*manger le caviar à la louche*» - «їсти ікру ополоником – бути дуже багатим» архісема – “продукт харчування”, диференційна сема – “дорогий делікатес”, потенційна сема – “дорогий, недосяжний, недоступний для кожного”. У цьому фразеологізмі і відбувається перенос за схожістю з конкретного (*ікра*) для позначення абстрактного (*добробут*), потенційна сема стає провідною у значенні ФО.

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 ФО в порівнянні з їх прототипом [24, с. 158]. Так, у вільній сполуці «*зайти на борщ*» архісема лексеми *борщ* – “страва”, диференційна

сема – “рідка, гаряча страва”, потенційна сема – “страва на обід чи вечерю”. У ФО «зайти на борщ» архісема – їжа, диференційна сема – відвідування когось в один із прийомів їжі (обід, вечеря). Процес переосмислення фразеологізму 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 [21, с. 96–97].

Символічне значення присутнє у низці компонентів - гастронімів досліджуваних ФО французької та української мов:

1. У французькій мові із символом *кохання* знаходимо фразеологізми з компонентом *raisin/виноград*: «*avoir qn dans le raisin*» - «мати в винограді: бути закоханим», «*rompre à raisin*» - *виноградна помпа: серце*. В українській мові знайдено фразеологізми з компонентом *яблуко*: «*Яблуко моєї душі*» - так кажуть про коханого. Набуття символізму пояснюється асоціацією фруктів із плодом, яким спокусили Єву, зірвавши його з дерева пізнання добра та зла із райського саду;

2. ФО з компонентом *pain/хліб* 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. Хліб є настільки головним, що навіть вживається як синонім до **їжі, роботи**, символізуючи все, що пов’язано з існуванням людини: фран. «*avoir son pain assuré*» - «бути впевненим в заробітку», укр. «*тяжкий хліб*» - «важко працювати». Хліб символізує матеріальний достаток в родині, тому у низці випадків лексеми

rain/хліб позначають гроші як засіб до існування: фран. «*il y a là un [bon] pain à manger*» - «там є хороший хліб - на цьому можна добре підзаробити», укр. «*постійно кусень хліба мати*» - «мати постійний заробіток, постійну роботу, бути влаштованим у житті»;

3. Компонент - гастронім *beurre*/масло у ФО обох мов та *œuf*/яйце у ФО французької мови символізує **фінансовий достаток, удачу, гарний хід справ**: фран. «*battre son beurre*» - «знімати вершки, масло: брати найкраще, укр. «*купатися як сир в маслі*» - «добре жити». Наявність асоціативного зв'язку пов'язана з гастрономічними особливостями масла як продукту високої харчової цінності, який покращує смак страв. У французькому фразеологізмі - «*qui casse les oeufs les paie*» - «хто розбиває яйця, той платить - кожен має відповідати за свої дії» - відображено символ втрати успіху - розбив яйця - не отримав вигоду. В українському фразеологізмі «*яйця виїденого не варте*» - «не варто витратити зусилля», **яйце** - символ **дріб'язковості** та **незначущості** (виникає на основі асоціації з розміром самого яйця, а також вартості одного яйця

4. *Miel*/мед та *sucré* /цукор - символи **лестоців, насолоди та радощів**: фран. «*manger son miel*» - «користуватись медом: користуватись благами життя», «*en sucre*» - «цукровий: розм. миленький, солоденький». Укр. «*лити медові речі*» - «говорити улесливо, нещиро; підлещуватися до когось», «*редьці до цукру нічого рівнятись*» - «не порівнювати погане з хорошим». Символічне значення ці гастрономічні компоненти набувають завдяки своїм смаковим характеристикам, а саме властивостям надавати стравам солодкого смаку.

5. Гастрономічний компонент *oignon*/цибуля у складі ФО символізує **сльози, ненависть, муку та нужденність**: фран. «*se nourrir d'un oignon*» - «їсти цибулю: терпіти нужду, погано жити», укр. «*любити як собака цибулю*» - «дуже не любити, ненавидіти».

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** ФО з

гастрономічним компонентом у французькій та українській мовах є незначною за своїм складом (49 прикладів французької мови, 6,2% від вибірки та 62 приклади української мови, 9% від вибірки)). **Гіперболічним** ФО з гастрономічними компонентами властиве надмірне перебільшення характерних властивостей чи ознак певного предмета, явища або дії. Наприклад, фран. «*avoir un bon fromage*» - «мати хороший сир: мати хорошу, вигідну роботу. Роль інтенсифікаторів ознак виконує прикметник *bon*. Укр. «*нашим салом та й по нашій шкурі*» - «вживається, коли бажають підкреслити, що чиясь благодійність корислива». Роль інтенсифікаторів дії виконують займенники *нашим, нашій*.

Протилежними гіперболі фігурами є **мейозис** та **літота** (60 прикладів французької мови, 7,7% від вибірки та 43 приклади української мови, 6,3% від вибірки), основним завданням яких є подання ознак предмета з надмірним їх применшенням з метою підкреслити їх незначущість для передачі експресивності та підсилення образності [22, 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 [34, с. 235]. Применшення ознак супроводжується запереченням *non, ne/ні*: фран. «*ne pas valoir le pain que l'on mange*» - «не варте хліба, який ти їсиш – щось незначне», укр. «*не варте дірки з бублика*» - «можна не брати до уваги, можна знехтувати».

До складу ФО, у яких засобами перенесення найменувань є мейозис та літота, належать гастрономічні компоненти, котрі позначають щось незначне, дріб'язкове, не варте уваги: фран. «*avoir la cerise*» - «мати вишню - бути невезучою людиною», укр. «*завбільшки з горошину*» - «маленький, невеликий».

На основі досліджуваного матеріалу виокремлено групу **компаративних** ФО з гастрономічним компонентом (134 приклади французької мови, 17,1% від вибірки та 94 приклади української мови, 13,7%

від вибірки), 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 [11, с. 178]. Порівняння ж у своїй поверхневій структурі містить три величини, оскільки має відкрите, формальне вираження, що відображене граматично. Формальний зв'язок між порівнюваними елементами здійснюється за допомогою порівняльних сполучників *comme* у французькій мові та *як* в українській.

Наприклад, фран. «*avoir les fumerons comme des clafoutis de cerise*» - «мати ноги / ступні, як клафуті з вишнею: відчувати втому ніг після фізичних вправ»,

«*tremblotter comme de la gelée de groseilles*» - «тремтіти, як смородинове желе: тремтіти від страху, стукаючи зубами»; укр. «*вижатий як лимон*» - «втомлений», «*червоний, як райське яблучко*» - «бути рум'яним».

Нижче відображено схематичне співвідношення участі семантичних механізмів в утворенні досліджуваних фразеологізмів з гастрономічним компонентом шляхом первинного фразотвору французької та української мов, рис.2.1 та рис.2.2 відповідно.

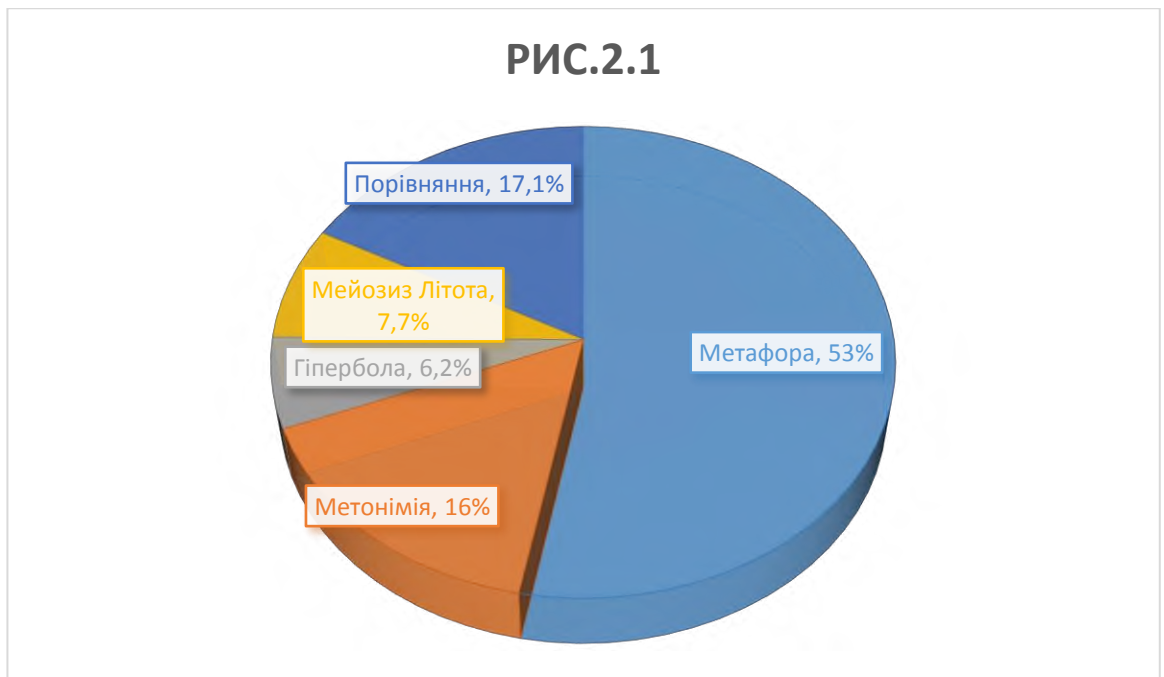


Рис. 2.1 Структура семантичних механізмів формування фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом французької мови

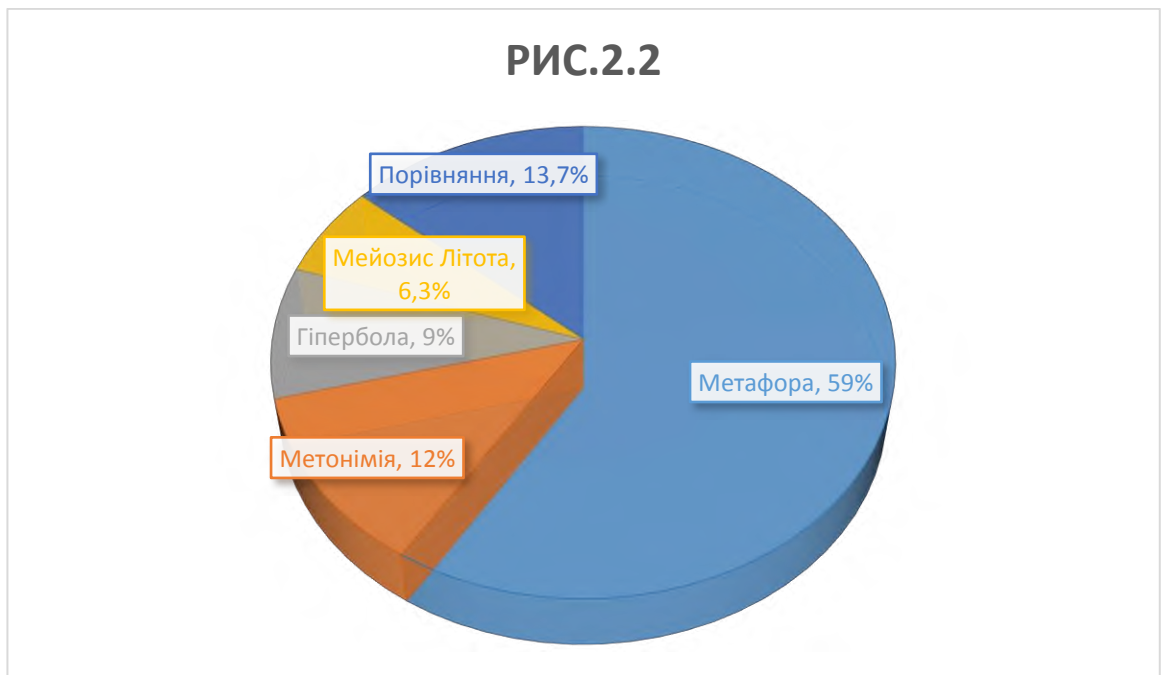


Рис. 2.2 Структура семантичних механізмів формування фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом української мови

Досліджуваний фактичний матеріал свідчить про те, що утворення ФО з гастрономічним компонентом на основі переосмислення змінних словосполучень та речень є одним із продуктивних типів фразотвору.

Носіями національно-культурної інформації є фразеологізми з гастрономічним компонентом, до складу яких входить гастрономічний компонент-символ. Основними семантичними механізмами первинного фразотвору є метафора (53% прикладів французької мови, 59% прикладів української мови), метонімія (16% прикладів французької мови, 12% прикладів української мови), їх види (мейозис/літота 7,7% - прикладів французької мови, 6,3% прикладів української мови, гіпербола – 6,2% прикладів французької мови, 9% прикладів української мови) та порівняння (53% прикладів французької мови, 59% прикладів української мови).

2.3 Утворення фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у ході вторинного фразотвору у французькій та українській мовах

Процес вторинного фразотвору ФО з гастрономічним компонентом характеризується дериваційними відношеннями між твірними та похідними ФО. Твірні фразеологізми з гастрономічним компонентом є матеріальною та мотиваційною базою для похідних фразеологізмів з гастрономічним компонентом. Похідні ФО мають яскраво виражений вторинний характер. Основною передумовою для визначення похідної ФО є наявність діахронічно відомої твірної ФО, що зазнала змін своєї лексико-граматичної та семантичної структури [66, с. 30].

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

ФО, що виникли в процесі вторинного фразотвору, характеризуються:

1. відсутністю тотожності між твірними і похідними ФО з гастрономічним

компонентом (мова йде про утворення ФО-дериватів, які є новими по відношенню до твірних ФО); 2. частковим порушенням семантичної тотожності (ФО-синоніми); 3. збереженням тотожності між твірними та похідними ФО (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 ФО з гастрономічним компонентом в процесі вторинного фразотвору. Варіантність розглядається дослідниками як одна з найважливіших умов розвитку мови, як неодмінна умова та спосіб функціонування всіх мовних одиниць. Варіантність ФО з гастрономічним компонентом є способом їх адаптації до певних мовних норм, відтворенням колориту часу, створенням ефекту новизни фразеологізму, а також прагненням посилити емотивність та експресивність висловлювання.

Однією із семантичних змін, характерних для досліджуваних ФО з гастрономічним компонентом, є розширення значення фразеологізму внаслідок відриву від контексту, де він вже вживається у переносному значенні. Для прикладу, початкове значення, яке мала фран. ФО «*qui casse les oeufs les paie*» – «хто розбиває яйця, той платить» розширює своє значення до → «кожен має відповідати за свої дії» та укр. «*Скуштувати хліба чийогось*» - початкове значення «пізнати, як дістається певний заробіток» → «пожити певний час так, як хто-небудь». Яскравими прикладами розширення значення при незмінному структурному складі є полісемантичні ФО: фран. «*il y aura de l'oignon*» має два значення: 1. «аура цибулі (аромат цибулевого супу)»; 2. «діло пахне суперечкою, буде конфлікт». Мова йде про паралельне виникнення кількох значень однієї ФО з гастрономічним компонентом. Процес наростання семантичного відособлення значень однієї ФО веде до руйнування семантичної тотожності та виникнення нових омонімічних ФО з гастрономічним компонентом. Наприклад, укр. ФО: «*Подякувати за хліб і сіль*»: а) висловити подяку за

пригощання, гостинність; б) подяка за піклування, турботу, утримання, опіку тощо. Структурно-семантичні зміни є характерними для узуальних варіантів ФО з гастрономічним компонентом. Існують різні погляди на проблему фразеологічної варіантності. Процес варіювання розглядається окремо для плану змісту та плану вираження.

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 [11, 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 ФО з компонентом-гастрономом; в) повний збіг функцій, які виконують в мові фразеологічні варіанти, та їх категоріальних (лексико-граматичних) значень. [24, с. 225–227]. Досліджувані ФО французької та української мов представлені:

1. **Фразеологічними (структурними) варіантами** ФО, які з'являються в результаті морфологічної та частково синтаксичної зміни окремих компонентів [23, с. 209]:

а) вживання варіативних дієслівних компонентів ФО у **різних часових формах**: фран. «*rédaler/pédalé dans le beurre*» – «йти/йшов як по маслу» - «справи йдуть добре»; укр. «*Сидіти/сидів на хлібі чийомусь*» — «жити за чийсь рахунок, бути на утриманні когось».

б) вживання варіативних компонентів ФО з **запереченням *ne pas/не, ні*** та без нього: фран. «*il ne mange pas de ce pain-là*» - «він не їсть цього хлібу: він

цим не займається, він на це не піде», укр. «не хлібом єдиним» - «потрібне не тільки матеріальне, а й духовне».

в) варіанти ФО, які відрізняються повнотою компонентного складу: фран. «faire le (son) beurre de (qn)» - «отримувати матеріальну вигоду або бути комусь вигідним», укр. «Знає (той/та) кіт/кішка, чиє сало з'їла» — про того, хто винен і почуває свою провину перед ким-небудь.

2. **Варіативними** ФО з гастрономічним компонентом або фразеологічними варіаціями, які з'являються внаслідок заміни окремих лексичних компонентів фразеологізмів, при цьому зміна стосується диференціації значень або конотацій [23, с. 210]: фран. «vivre au pain et à l'eau/ mettre au pain et à l'eau» - «сидіти/посадити на хліб та воду, укр. «холодною водою облити / холодною водою обдати» – «вгамувати чийсь запал».

Таким чином, варіантність ФО з компонентом-гастрономом є фундаментальною властивістю як французької, так і української мов, вона передає колорит часу, створює ефект новизни ФО, посилює емоційно-експресивні тенденції. Складний характер компонентного складу ФО дозволяє поєднувати в собі різні види варіантності, властиві морфологічному, лексичному, синтаксичному рівням аналізу.

Синонімія є також характерною для ФО з гастрономічним компонентом. 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 фразеологізмами з гастрономічним компонентом відмінності встановити важче, оскільки вони варіюються в набагато ширших межах, ніж слово, у зв'язку 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 фразеологічні

одиниці, 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 [11, с. 64–66]. За структурними ознаками фразеологічні синоніми ФО з гастрономічним компонентом поділяємо на різноструктурні та одноструктурні:

- **різноструктурні** ФО з гастрономічним компонентом - синоніми мають різну синтаксичну будову та різний образно-мотивований семантичний стрижень: фран. «*pleurer le pain qu'on mange/donner plus de pain que de beurre*» - «бути жадібним»; укр. «*дурно хліб їсти/не братися за холодну воду*» - «нічого не робити»;

- **одноструктурні** ФО з гастрономічним компонентом - синоніми побудовані за однією синтаксичною схемою, мають близький образно-мотивований семантичний стрижень та майже тотожний лексичний склад компонентів: фран. «*aux pommes/aux petits oignons*» – «чудово, прекрасно», укр. «*братися молоком/вмочити в молоко голову*» - «посивіти»

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

- **рівнозначними** синонімами є ФО з гастрономічним компонентом, які виражають одне й те ж поняття або судження. Матеріальний склад рівнозначних синонімів може бути різним в лексичному та структурному відношеннях. Наприклад, фран. «*potte à l'eau/avoir tête de chou*» є різними за структурою, лексичним складом та образністю, але всі вони виражають одне й те ж поняття (людина – цілковитий дурень) та мають однаково функціонально-стилістичну характеристику (побутово-розмовний стиль).

Яскравими прикладами рівнозначних синонімів є одноструктурні ФО з одним відмінним, проте близьким в понятійному плані компонентом-іменником, наявність якого дає змогу мовцю, зробити свій власний емоційний та асоціативний вибір в конкретній мовленнєвій ситуації: укр. «Водою не розлити (не розіллеш) кого» — «хтось із кимось дуже дружить»; значення “жорстоко когось побити” мають синонімічні ФО *залити сала за шкуру/всипати перцю*.

- **ідеографічні** синонімічні ФО виражають однакове поняття, але відрізняються семантичними відтінками, які, в першу чергу, характеризують інтенсивність дії. Наприклад, укр. ФО «Чай водою запивай» зі значенням «чаєм не наїсися чи нап’єшся» має іронічне сучасне підсилення «від чаю не будеш п’яний, але рум’яний», фран. «*chou blanc*» - сучасне підсилення «*faire chou blanc*» - «повна невдача».

- **стилістичні** ФО-синоніми характеризуються наявністю спільного значення та додатковими стилістичними відмінностями: укр. ФО з гастрономічним компонентом «*Не бути вартим і дірки від бублика/не вартий виїденого яйця*» зі спільним значенням «не має ніякої цінності; можна не брати до уваги, яким можна знехтувати» належать до різних сфер спілкування: якщо ФО *Не бути вартим і дірки від бублика* вживається у літературно-розмовній сфері, то фразеологізм *не вартий виїденого яйця* більше побутує у фамільярно-розмовному стилі мовлення. Фран. «*trou à soupe /aux pottes de terre*» - «в значенні рот». ФО *trou à soupe (отвір для супу)* вживається більше у літературно-розмовній сфері, а фразеологізм *trou aux pottes de terre (отвір для картоплі)* використовується у фамільярно-розмовному мовленні.

Наступним кроком у розвитку ФО з гастрономічним компонентом є виникнення фразеологічних антонімів, що є результатом тісної взаємодії внутрішньомовних та позамовних факторів [53, с. 25]. Антонімічні відношення у фразеології менш розвинені ніж синонімічні. Найчастіше фразеологічними антонімами є ФО з гастрономічним компонентом, які

частково співпадають за складом, але мають компоненти, протиставлені за значенням [11, с. 75]. Такі компоненти найчастіше є лексичними антонімами: укр. «*мати важкий хліб – мати легкий хліб*» - «важко працювати - мати легкий заробіток», фран. «*le vin nouveau*» - «*vin de derrière les fagots*» - «молоде вино- старе найкраще вино».

Результати дослідження свідчать, що найпродуктивнішими способами фразеологічної деривації досліджуваних ФО з гастрономічним компонентом є:

1) **перерозклад** ФО, який може супроводжуватися, наприклад, втратою компонента, що формував конкретне значення ФО: фран. «*Arriver (tomber) comme les cheveux sur la soupe* → *comme les cheveux sur la soupe*» – «невчасно, недоречно»; укр. «*як тюльки у бочці* → *як тюльки*» - дуже багато (про велику кількість людей у приміщенні чи транспорті);

2) **розширення** компонентного складу фразеологізмів з гастрономічним компонентом 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]. Наприклад, укр. ФО «*вибирати собі родзинки з торту* → *вибирати собі найбільші родзинки з торту*» – «брати собі найкраще»; фран. «*une bonne vie aux pommes* → *une bonne petite vie aux pommes*» - «прекрасне життя». Розширення компонентного складу зумовлює зростання ступеню експресивності й емоційності похідної ФО;

3) **субституція** компонентів ФО з гастрономічним компонентом, під якою ми розуміємо цілеспрямовану заміну компонентів твірної ФО з гастрономічним компонентом компонентами з відповідними семантико-структурними параметрами, оскільки необхідною умовою субституції є перенесення ФО з одного семантичного плану в інший. Компоненти, що замінюються, є, як правило, словами однієї частини мови. Найчастіше

спостерігаємо субституцію **іменників**: фран. «*Rouge comme une betterave* → *rouge comme une cerise*» - «червоний як буряк, вишня – засоромитись», укр. «*як вареник у маслі* → *як вареник у сметані*» — про людину, яка живе у великих достатках; **дієслів**: укр. «*Пуститися на легкий хліб* → *перейти на легкий хліб*» - «діставати все необхідне для існування, не докладаючи великих зусиль», фран. «*avalier le pain à cacheter* → *tortorer le pain à cacheter*» - «причащастись»; **прикметників**: фран. «*avoir le vin triste* → *avoir le vin gai*» - «бути сумним/веселим в хмелю» укр. «*як крапля (дві краплі) води подібний* → *як крапля (дві краплі) води схожий*» – дуже подібний (схожий) на когось;

5) **звуження** компонентного складу є характерним для фразем зі структурою складного речення. Прикладом звуження є укр. ФО «*глибока вода*» — «символ розуму», утворена від виразу: «*Глибока вода тихо плине*» - про розумного чоловіка, що все робить ґрунтовно, не кидаючи слів на вітер та фран. ФО «*gagner son pain*» - «заробляти на хліб» походить від виразу «*gagner son pain à la sueur de son front*» - «заробляти на хліб в поті чола, важко працювати». Звуження компонентного складу як спосіб фразеологічної деривації не є типовим для фразеологічних одиниць французької та української мов та зустрічається рідко.

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

Висновки до другого розділу

Дослідивши дану тематику, ми дійшли таких висновків:

1. Під час роботи було проаналізовано 1032 ФО з гастрономічним компонентом французької мови та 991 ФО з гастрономічним компонентом української мови. Найактивнішими з них у фразотворенні є *rain/хліб, soupe/суп, eau/вода, vin/вино, les oeufs/яйця*.
2. Кожна з тематичних груп досліджуваних ФО по-різному представлена гастрономічними компонентами. Найбільшою за кількісним складом та найактивнішою у фразотворчому процесі ФО є тематична група “*Продукти харчування тваринного та рослинного походження*”. Вона є розгалуженою та містить сім підгруп. Одна з найменших за кількістю гастрономічних компонентів 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 слабоалкогольних напоїв*. Пасивними у процесі фразотворення ФОГК є лексеми, які називають *солодкі вироби та сухофрукти*. Розкриття фразотворчої активності компонентів - гастронімів досліджуваних одиниць обох мов дозволило виявити взаємозв'язок між їх входженням до складу фразеологізму та суспільними факторами, що створили необхідні для цього передумови.
3. Частота вживання гастроніма у складі ФО 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 гастрономічних компонентів та пасивність інших у французькій та українській мовах відповідно. У деяких випадках вживання гастрономічних компонентів відповідає принципу випадковості та навіть не підлягає поясненню.
4. Більшість ФО з гастрономічним компонентом французької та української мов (76% та 69% відповідно) утворено в процесі первинного фразотвору,

найпродуктивнішими відносинами якого є лексико-семантичні. Основним семантичним механізмом утворення ФО з гастрономічним компонентом шляхом первинного фразотвору є метафора, менш значущу роль відіграє метонімія у французькій та українській мовах.

5. Доступність гастрономічної сфери для людського сприйняття обумовлює присутність у газетних текстах ФО як засобів концептуалізації політичного, економічного контексту, оскільки асоціації та образи, що пов'язані з певним продуктом харчування, відомі усім членам відповідної етнокультурної спільноти. Спрямованість газетних текстів зумовлює, певним чином, відбір автором фразеологізмів з гастрономічним компонентом, що влучно характеризують та оцінюють будь-яку сферу життя французів чи українців. Перевага надається ФО, що дають можливість авторові передати як позитивні, так і негативні емоції у завуальованій формі.

6. ФО з компонентами-гастрономіями, семантичною основою яких є національно значущі продукти для французів (*pain/хліб, soupe/суп, eau/вода, vin/вино та ін*), характеризуються високою частотою вживання у статтях, що пов'язано з роллю останніх у гастрономічному житті французького народу. Національно-специфічні продукти французької гастрономії як колективні символи французької свідомості, носії культурних цінностей та стереотипів у складі ФО з гастрономічним компонентом та під впливом контексту ситуації позначають найважливіші аспекти політичного життя суспільства. Асоціативно-образна основа ФО з гастрономічним компонентом української мови у медійному дискурсі зазнає змін шляхом трансформації образу або його окремих фрагментів, що веде до перетворень семантики, образності та змін у компонентному складі ФО.

7. У ході вторинного фразотворчого процесу, на основі вже існуючих ФО з гастрономічним компонентом, утворюється 24 % досліджених ФО французької мови та 31% розглянутих ФО української мови, що характеризуються збереженням, частковим порушенням або відсутністю семантичної тотожності між твірними та похідними одиницями.

Семантичними видозмінами є розширення значення фразеологізмів з гастрономічним компонентом внаслідок відриву від контексту та затемнення образу ФО з гастрономічним компонентом. Найпродуктивнішими способами фразеологічної деривації, в основі яких лежить здатність ФО до варіювання, є перерозклад, виокремлення компонентів усталених словосполучень, зміни компонентного складу ФО (звуження, розширення, субституція).

ВИСНОВКИ

Поставленою метою нашої роботи є виявлення спільних та відмінних рис та національно-культурної та лінгвістичної своєрідності фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом у французькій та українській мовах, тому було зроблено наступні висновки:

1. Фразеологічна одиниця з гастрономічним компонентом в нашій роботі - це 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, солодошів, готових страв або напоїв у французькій та українській мовах. Компоненти-гастроніми ФО мають слівний характер. Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом є нарізно-оформленими, стійкими та відтворюваними мовними одиницями.
2. Образно-асоціативний пласт фразеологізмів з гастрономічним компонентом української та французької мов частково схожий внаслідок спільності релігійних уявлень носіїв даних мов, а також міжнародних джерел запозичення. Проте, були виділені фразеологізми, семантика яких пов'язана з історичними фактами і подіями, що належать лише українському або французькому народу.
3. Компонет-гастронім як носій культурної інформації обумовлює національно-культурну семантику ФО з гастрономічним компонентом. Семантична структура ФО формується під впливом лінгвальних та екстралінгвальних чинників, що й обумовлює національний характер досліджуваних мовних одиниць. Основними суспільними факторами

виникнення ФО 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.

4. В результаті даного дослідження було складено таблицю, що показує тематичну приналежність гастрономічних компонентів ФО французької та української мов у відсотках, на які були розділені досліджувані ФО, побудовано діаграми, які відображають частотність вживання фразеологічних одиниць з компонентом-гастрономом у французькій та українській мовах, було зображено схему, що ілюструє відсоткове співвідношення семантичних механізмів первинного фразотвору фразеологізмів з гастрономічними компонентами французької та української мов. Виходячи з наведених в них даних, можна зробити висновок про те, в чому фразеологічні системи обох мов мають схожість, і в чому вони відрізняються. Аналіз показав, що гастрономічний компонент належить до активного класу компонентів фразеологічних одиниць в обох розглянутих мовах. Встановлено, що найчастотнішими у складі досліджуваних ФО французької та української мов (58,14% та 67,10% відповідно від усієї вибірки) є фразеологізми з гастрономічним компонентом тематичної групи *“Продукти харчування тваринного та рослинного походження”*, які співвідносяться з еталонами, символами, стереотипами національної культури певного народу, тобто, які семантичні механізми активуються для втілення культурологічної інформації у фразеологізмах з гастрономічним компонентом.

5. Носіями національно-культурної інформації є фразеологізми, до складу яких входить гастрономічний компонент-символ. Основними семантичними механізмами первинного фразотвору є метафора (53% прикладів французької мови, 59% прикладів української мови), метонімія (16% прикладів французької мови, 12% прикладів української мови), їх підвиди (мейозис/літота 7,7% - прикладів французької мови, 6,3% прикладів

української мови, гіпербола – 6,2% прикладів французької мови, 9% прикладів української мови) та порівняння (53% прикладів французької мови, 59% прикладів української мови).

б. Шляхом вторинного фразотвору утворюються ФО з гастрономічним компонентом, що відзначаються збереженням (ФО-варіанти), частковим порушенням (ФО-синоніми) або відсутністю семантичної тотожності (ФО-омоніми) між твірними та похідними одиницями. Посилення узагальнено-метафоричного значення з гастрономічним компонентом та втрата асоціативного зв'язку призводять до семантичного зсуву. Відбувається розширення значення ФО, а похідна ФО з гастрономічним компонентом набуває додаткових конотативних значень.

У плані подальших досліджень перспективним вбачаємо вивчення особливостей актуалізації фразеологізмів французької мови у художніх творах та засобів їх перекладу на українську мову зі збереженням національно-культурного компонента ФО, дослідження французького та україномовного гастрономічного дискурсу на матеріалі текстів кулінарних рецептів, гастрономічних розділів путівників та журналів гастрономічної тематики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баран Я. А. Фразеологія: знакові величини. Навчальний посібник для студентів факультетів іноземних мов. / Баран Я. А., Зимомря М. І., Білоус О. М., Зимомря І. М. – Вінниця : Нова Книга, 2008. – 256 с.
2. Білоноженко В. М. Функціонування та лексикографічна розробка українських фразеологізмів / В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк. – К. : Наукова думка, 1989. – 156 с.
3. Кочерган М. П. Загальне мовознавство / М. П. Кочерган. – Київ : Академія, 2006. – 464 с.
4. Левченко О. Фразеологічна символіка лінгвокультурологічний аспект / Олена Левченко. – Львів: ЛРІД НЛДУ, 2005. – 265 с.
5. Мацько Л.І. Українська мова: Посібник. – 2-ге вид., стер. / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко– К.: Либідь, 1996. – 432 с.
6. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
7. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
8. Скрипник Л.Г. Фразеологія української мови: монографія / Л.Г. Скрипник. – К.: Наукова думка, 1973. – 270 с.
9. Соломарська О.О. Підручник французької мови: для студ. фак-тів інозем. мов фак-тів міжнародних відносин ун-тів / О. О. Соломарська, Й. І. Донець, В. А. Стаценко . – Київ : Вища школа, 1994 . – 255 с.

10. Ужченко В. Д. Фразеологія сучасної української мови : посібник / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко, Луганськ : Альма-матер, 2005. – 399 с.
11. 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.
12. Апресян Ю.Д. Интегральное описание языка и системная лексикография. Избранные труды. Т.2. – М.: Языки русской культуры, 1995. – 766 с.
13. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М.: УРСС, 2001. – 416 с.
14. Вайсгербер Й. Л. Родной язык и формирование духа / Йохан Лео Вайсгербер : [пер. с нем., вступ. ст. и коммент. О. А. Радченко]. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 232 с
15. Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В.В. Виноградов. – М.: Наука, 1977. – 312 с.
16. Гак В.Г. Сравнительная типология французского и русского языков / В.Г. Гак. – М.: Просвещение, 1989. – 288 с.
17. Жуков В.П. Семантика фразеологических оборотов / В.П. Жуков. – М.: Просвещение, 1978. – 160 с.
18. Илиади А. И. Основы славянской этимологии / А. И. Илиади. – К. : Довіра, 2005. – 270 с
19. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика і лінгвокультурологія: Курс лекцій. — М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. — 284 с.
20. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1996. – 381 с.
21. Маслова В. А. Лингвокультурологія / В. А. Маслова. – М. : Изд. центр “Академия”, 2001. – 208 с.
22. Мокиенко В. М. Славянская фразеология / Валерий Михайлович Мокиенко. – М. : Высшая школа, 1989 – 287 с.

23. Молчанова М. М. Прагматика языка медиа-текста. Монография / М. М. Молчанова, Е. Г. Сомова. – Краснодар : КубГУ, КСЭИ, 2005. – 128 с
24. Назарян А. Г. Фразеология современного французского языка. Учеб. 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Высш. шк., 1987. – 287 с.
25. Скоробогатова Т. И. Блики истории во французской фразеологии. Словарь-справочник историко-этимологических толкований. Ростов-на-Дону: Изд-во РИПК и ППРО, 2015. 154 с
26. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка / А. И. Смирницкий. – М. : Изд-во лит-ры на иностранных языках, 1956. – 260 с.
27. Соколова Г.Г. Фразообразование во французском языке / Г.Г. Соколова. – М.: Высшая школа, 1986. – 144 с.
28. Тараненко А. Языковая семантика в ее динамических аспектах (основные семантические процессы) / А. Тараненко. – К. : Наук. думка, 1989. – 256 с.
29. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия // Отв. ред. А. А. Уфимцева. – М. : Наука, 1986. – 141 с
30. Хованская З.И. Стилистика французского языка / З.И. Хованская, Л.Л. Дмитриева. – М.: Высшая школа, 2004. – 415 с.
31. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка / Н.М. Шанский. – М.: Высшая школа, 1996. – 192 с.
32. Шахматов А. А. Синтаксис русского языка. 4-е изд. / Шахматов А. А. – М.: Высшая школа, 2007. - 624 с.
33. 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.
34. Bally Ch. Traité de stylistique française / Charles Bally. – Paris, 1947. – 360p.
35. González Rey I. La phraséologie du français / I. González Rey. – Toulouse: Presses Universitaires du Mirail, 2002. – 268 p.
36. Gouadec D. Terminologie et phraséologie pour traduire / D. Gouadec. – Paris: La Maison du Dictionnaire, 1996. – 300 p.

37. Guillemard C. Le dico des mots de la couleur / C. Guillemard. – Paris: Seuil, 1998. – 474 p.

38. Guiraud P. Les locutions françaises / P. Guiraud – P.: PUF, 1962.

39. Pastoureau M. Vert. Histoire d'une couleur / M. Pastoureau. – Paris: Seuil, 2013. – 240 p.

40. Planelles G. Les 1001 expressions préférées des Français, - P.: les Éd. de l'Opportun, 2011. – 1182 p.

41. Rey A. Le Lexique, images et modèles : du dictionnaire à la lexicologie / A. Rey. – P. : Librairie Armand Colin, 1977. – 307 p.

Словники:

42. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: Перун, 2005. – 1728 с.

43. Етимологічний словник української мови : У 7 т. – К.: Наукова думка, 1982. – Т. 1

44. Словник фразеологізмів української мови / Національна академія наук України, Ін-т української мови, Український мовно-інформаційний фонд; уклад.: В.М. Білоноженко. [Текст] – К.: Наукова думка, 2003. – 1104 с.

45. Українські прислів'я та приказки / Уклад.: Номис М. та ін. – К.: Київ: Либідь, 1993. – 764, [2] с. – (Літературні пам'ятки України).

46. Бардоши В., Эттингер Ш. «Фразеологизмы французского языка» Уральское издательство, 2002. - 248 с.

47. Гак В.Г. Новый большой французско-русский фразеологический словарь / В.Г. Гак. – М.: Русский Язык Медиа, 2006. – 1625 с.

48. Isabelle Chollet, Jean-Michel Robert. Les Expressions Idiomaticques – Paris: CLE, 2008. – 224 p.

49. Kravtsov Sergueï. Dictionnaire russe-français des locutions idiomaticques Paris: L'HARMATTAN, 2005. – 252 p.

50. Rat M. Dictionnaire des expressions et locutions traditionnelles / M. Rat. – Paris: Larousse, 2002. – 464 p.

Дисертації:

51.Арсентьева Е.Ф. Сопоставительный анализ ФЕ, стилистически ориентированных на человека, в русском и английском языках и вопросы создания русско-английского фразеологического словаря: Дис... д-ра филол. наук / Е.Ф. Арсентьева. - Казань, 1993. - 329 с.

52.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

Автореферати до дисертацій:

53.Ужченко Д. В. Семантика українських зоофразеологізмів в етнокультурному висвітленні: автореф. дис. ... канд. філол. наук: [Текст] 10.02.01. Харків, 2001. 18 с.

54.Чибор І.С. Репрезентація міфологічного етнокоду культури в українській фразеології: Автореф. Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. українська мова. Чернівці, 2016. 20 с.

55.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.

Статті:

56.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

57.Калашник С. А. Структурно-семантичні особливості фразеологічних одиниць із національно-культурним компонентом у німецькій та французькій мовах / С. А. Калашник, О. С. Пінковська, А. В. Ришкова // Актуальні проблеми іноземної філології : Лінгвістика та літературознавство : Міжвуз. зб. наук.ст. – Бердянськ : БДПУ, 2009. – Вип. III. – С.209–216.

- 58.Потреба Н.А. Фразеологічні одиниці з компонентом голова у французькій мові / Н.А. Потреба // Вісник Житомирського державного університету. – Житомир, 2012. – № 65. – С. 182-184.
- 59.Арутюнов С. А. основные пищевые модели и их локальные варианты у народов России / С. А. Арутюнов // Традиционная пища как выражение этнического самосознания. М. : Наука, 2001. – С. 10–17.
- 60.Жуков В. П. О знаковости компонентов фразеологизма / В. П. Жуков // Вопросы языкознания. – М., 1975. – № 6. – С. 36–46
- 61.Кашук С.М. Les expressions culinaires dans la langue française / С.М. Кашук // Методическая мозаика. – М.: 2008. - №7. – с. 31 – 32.
- 62.Ковшова М. Л. Символьность в семантике фразеологизмов / М. Л. Ковшова//Вестник Московского государственного лингвистического университета М.: 2008. – вып.549. – с. 141 – 145.
- 63.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
- 64.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
- 65.Томахин Г.Д. Реалии в культуре и языке / Г.Д. Томахин // Методическая мозаика. – М.: 2007. - №8. – с. 20 – 28.
- Електронні джерела:**
- 66.Будник О. Гра барв і форм у пандемійні будні / О. Будник. - Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/3223072-gra-barv-i-form-u-pandemijni-budni.html> (дата звернення 07.04.2021)
- 67.Вітряк В. Надія Суровцова вчила американців толерантності / В. Вітряк. - Режим доступу : https://gazeta.ua/articles/history/_nadiya-surovcova-vchila-amerikanciv-tolerantnosti/1020810 (дата звернення 01.04.2021)

68. Дюська А. Фразеологізми на позначення емоцій як засіб вираження українського менталітету / А. Дюська // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. – 2012. – С. 128-130. – Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe (дата звернення 01.04.2021)
69. Мамонова Ю. Бракує "сємок" і зефіру – українці розповіли, яких продуктів бракує за кордоном / Ю. Мамонова. - Режим доступу : <https://gazeta.ua/articles/life/brakuye-syemok-i-zefiru-ukrayinci-rozpovili-yakih-produktiv-brakuye-za-kordonom/1018630> (дата звернення 01.04.2021)
70. Радзієвська В. Як у групах анонімних алкоголіків, встаю і кажу: я – колишній псих / В. Радзієвська. - Режим доступу: https://gazeta.ua/articles/people-and-things-journal/_ak-u-grupah-anonimnih-alkogolikiv-vstayu-i-kazhu-ya-kolishnij-psih/1022148 (дата звернення 01.04.2021)
71. Росошенко О. Сіль і перець". Які зараз тренди у фарбуванні волосся / О. Росошенко. - Режим доступу: https://gazeta.ua/articles/beauty/_sil-i-perec-aki-zaraz-trendi-u-farbuванні-volossya/1014928 (дата звернення 01.04.2021)
71. Стригун Ю. У готелі побачив тарганів більше, ніж жителів у місті / Ю. Стригун. - Режим доступу: https://gazeta.ua/articles/people-and-things-journal/_u-goteli-pobachiv-targaniv-bilshe-nizh-zhiteliv-u-misti/857282 (дата звернення 01.04.2021)
73. 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 13.03.2021 р.).

74. Albert Eric Brexit : « Une stratégie qui ressemble furieusement à demander le beurre et l'argent du beurre... » / Eric Albert // Le Monde – Disponible sur: https://www.lemonde.fr/economie/article/2017/09/26/brexit-une-strategie-qui-ressemble-furieusement-a-demander-le-beurre-et-l-argent-du-beurre_5191739_3234.html (дата звернення 01.04.2021 р.).

75. Dalloni Michel et Stéphanie Noblet Doux ou demi-sel, quel beurre êtes-vous ? / Michel Dalloni // Le Monde – Disponible sur: https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2019/12/15/doux-ou-demi-sel-quel-beurre-etes-vous_6022912_4497916.html (дата звернення 01.04.2021 р.).

76. González Rey I. La phraséodidactique en action: les expressions figées comme objet d'enseignement / I. González Rey. – Disponible sur: http://cle.enslyon.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHIER=1332154732427 (дата звернення 18.03.2021)

77. Hemme Pierre Le fromage, comme un coq en pâtes / Pierre Hemme // Le Monde – Disponible sur : https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2020/01/09/le-fromage-comme-un-coq-en-pates_6025240_4497319.html (дата звернення 01.04.2021 р.).

78. Larminat A. Michel Pastoureau voit la vie en vert / A. Larminat // Le Figaro. – 2013. – Disponible sur: www.lefigaro.fr/livres/2013/11/13/03005-20131113ARTFIG00526-michel-pastoureau-voit-la-vie-en-vert.php (дата звернення 18.03.2020)

79. Le Figaro Petit lexique amoureux du pain // Le Figaro – 2021. – Disponible sur: <https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/quiz-francais/petit-lexique-amoureux-du-pain-20210206> (дата звернення 01.04.2021)

80. Hopquin Benoît Qui escamote le beurre ? A en croire de plus doctes, ce serait à cause du marché / Benoît Hopquin // Le Monde – Disponible sur: https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/11/04/qui-escamote-le-beurre-a-en-croire-de-plus-doctes-ce-serait-a-cause-du-marche_5210223_3232.html (дата звернення 01.04.2021)

81. Encyclopédie des expressions // URL: <http://www.linternaute.com/expression/> (дата звернення 10.03.2021).

82. Les expressions françaises décortiquées – explications sur l'origine, signification, exemples, traductions. // URL: <http://www.expressio.fr/> (дата звернення 08.04.2021).